

ABSTRAK

MASRIFAH (1178030107): STUDI TERHADAP PERILAKU *IMPRESSION MANAGEMENT* MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI *TIK TOK* (Studi Deskriptif Menggunakan Pendekatan Dramaturgi Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020)

Media sosial telah menjadi suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Salah satunya yaitu media sosial *Tik Tok* yang saat ini menjadi media sosial paling populer di masyarakat termasuk kalangan pelajar atau mahasiswa. Penggunaan aplikasi *Tik Tok* memiliki pengaruh pada kehidupan masyarakat aktivitas sehari-hari akan menjadi lebih memakan waktu.

Penelitian ini membahas mengenai perilaku *impression management* atau pengelolaan kesan pengguna aplikasi *Tik Tok* di kalangan mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui panggung depan dan panggung belakang serta perilaku *impression* pengguna aplikasi *Tik Tok* di kalangan mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori interaksi sosial dan teori dramaturgi Erving Goffman yaitu bahwa terdapat dua wilayah kajian yaitu *Front stage* (panggung depan) wilayah panggung sandiwara yang dipertontonkan khalayak merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formalnya. Kemudian *Front stage* (panggung belakang) yang merupakan wilayah yang merujuk kepada tempat sang aktor untuk mempersiapkan perannya di wilayah depan atau gambaran sesungguhnya dari dirinya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif untuk mendeskripsikan peristiwa yang terjadi di lapangan. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh dari beberapa informan yaitu mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. dan sumber data sekunder diperoleh dari hasil informasi melalui media sosial, website, hingga berita yang bersangkutan untuk dapat melengkapi serta memperkuat informasi-informasi yang diperoleh. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa aplikasi *Tik Tok* digunakan untuk unjuk kreasi kemampuan diri serta membangun citra diri sesuai dengan yang diharapkan untuk mendapatkan pengakuan atau penilaian baik dari *followers*, selain itu untuk membangun personal branding demi kepentingan popularitas di media sosial. *Impression Management* mahasiswa pengguna aplikasi *Tik Tok* menunjukkan bahwa penampilan dalam video *Tik Tok* atau *front stage* hanya sebatas ingin menunjukkan pada publik dan untuk meningkatkan eksistensinya di media sosial, sedangkan *back stage* nya selayaknya mahasiswa biasa dengan kegiatan sehari-hari. Kesimpulannya panggung depan dan panggung belakang mahasiswa memiliki perbedaan dan bahkan dapat tidak saling berkaitan antara kegiatan yang ada di panggung depan yakni di video *Tik tok* dengan kegiatan yang ada di panggung belakang yaitu keseharian mahasiswa.

Kata Kunci: *Impression Management*, Dramaturgi, Front Stage, Back Stage, Aplikasi *Tik Tok*,