

ABSTRAK

Khoirun Nisa', NIM. 220521100175. *Looking Glass Self Pengguna Media Sosial TikTok melalui Personalisasi Konten Karier pada Kalangan Mahasiswa di Bangkalan*. Program Studi Sosiologi, Universitas Trunodjoyo Madura.

Penelitian ini menganalisis tentang fenomena *Looking-Glass Self* atau cermin diri mahasiswa di Bangkalan melalui aktivitas personalisasi konten bertema karier pada platform media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan teori *Looking-Glass Self* dari Charles Horton Cooley dan didukung oleh teori *Coping Strategy* dari Lazarus & Folkman, penelitian ini mengeksplorasi strategi mahasiswa dalam mengelola representasi diri di ruang virtual di tengah dinamika tuntutan modernitas dan ekspektasi sosial lingkungan lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap tujuh orang informan yang memiliki pengalaman konsisten dalam mengunggah konten terkait pencapaian dan pengembangan karier profesional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personalisasi konten karier berfungsi sebagai instrumen strategis mahasiswa dalam melakukan rekayasa citra diri. Proses *Looking-Glass Self* yang dialami oleh informan terwujud melalui tiga tahapan: pertama, yaitu proyeksi diri sebagai individu yang mandiri dan kompeten melalui pemilihan narasi konten yang terkontrol yang dibuktikan dari kariernya sebagai penjual handphone, seorang muse make up artis, konten affiliate, konten mendidik, dan konten editor; kedua, proses negosiasi psikologis dalam merespons penilaian audiens, di mana informan melakukan kalkulasi antara ambisi personal untuk memperoleh validasi virtual dengan antisipasi terhadap stigma sosial mengenai perilaku ekspresif di lingkungan nyata; ketiga, respons audiens, baik berupa apresiasi maupun kritik, berperan sebagai umpan balik yang membentuk persepsi subjektif informan. Dalam menghadapi tekanan dari penilaian audiens tersebut, informan menerapkan coping strategy baik yang berfokus pada masalah (*problem-focused coping*) melalui manajemen konten yang lebih strategis, maupun yang berfokus pada emosi (*emotion-focused coping*) untuk menjaga stabilitas psikologis di tengah tuntutan ekspektasi sosial.

Kata Kunci: *Looking Glass Self, coping strategy, TikTok, Personalisasi Konten*.

ABSTRAC

Khoirun Nisa', NIM. 220521100175. The 'Looking Glass Self' of TikTok Users through Personalised Career Content amongst Students in Bangkalan. Department of Sociology, Trunodjoyo University, Madura.

This study analyzes the phenomenon of the “Looking-Glass Self” among college students in Bangkalan through their personalization of career-themed content on the social media platform TikTok. Drawing on Charles Horton Cooley’s “Looking-Glass Self” theory and supported by Lazarus and Folkman’s Coping Strategy theory, this study explores the strategies students employ to manage their self-representation in virtual spaces amid the dynamics of modernity’s demands and the social expectations of their local environment. This study employs a qualitative method with a phenomenological approach. Data collection was conducted through in-depth interviews with seven informants who consistently post content related to their professional career achievements and development. The results indicate that the personalization of career-related content serves as a strategic tool for students in shaping their self-image. The Looking-Glass Self process experienced by the informant unfolded in three stages: first, the projection of self as an independent and competent individual through the selection of carefully curated content narratives, as evidenced by her career as a cell phone salesperson, a makeup artist’s muse, an affiliate content creator, an educational content creator, and a content editor; second, a process of psychological negotiation in response to audience evaluations, in which the informant balances personal ambition to gain virtual validation with anticipation of social stigma regarding expressive behavior in the real world; third, audience responses—whether in the form of appreciation or criticism serve as feedback that shapes the informant’s subjective perceptions. In facing the pressure from such audience evaluations, the informants employ coping strategies both problem-focused coping through more strategic content management and emotion-focused coping to maintain psychological stability amid the demands of social expectations.

Keywords: Looking Glass Self, coping strategy, TikTok, Content Personalisation.