

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini sangat berkembang pesat. Dengan kemajuan yang ada dari era industrialisasi ke era informasi yang kemudian melahirkan masyarakat informasi (*information society*). Masyarakat tidak lagi dibatasi oleh batas geografis yang menyulitkan untuk mendapat informasi, dengan kata lain, informasi terkini sudah mudah diakses dimanapun dan kapanpun. Menurut artikel yang berjudul "*Information Society: Concepts and Definitions*" menjelaskan bahwa kondisi kehidupan masyarakat dengan informasi dapat disebarkan secara luas tanpa terhalang oleh jarak. Informasi menjadi komoditas utama dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara hidup manusia, (Chai, 2006). Informasi dapat cepat dibagikan dengan adanya media sosial, terdapat berbagai media sosial yang beragam pada internet dapat menarik perhatian banyak orang. Sehingga diantara kita banyak orang yang tidak bisa lepas dari media sosial dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya, (Isazadeh, 2004). Bukan hanya kalangan remaja tetapi kalangan ibu rumah tangga, media sosial ini juga sangat familiar. Media sosial digunakan ibu rumah tangga diwaktu senggang sebagai refresh atau hiburan ketika selesai mengerjakan kegiatannya di rumah.

Pengguna media sosial bukan hanya didominasi oleh kalangan remaja, tetapi saat ini ibu rumah tangga juga banyak yang menggunakan media sosial. Bahkan pengguna kalangan ibu rumah tangga ini mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi. Menurut Digital Mum Survey, dalam kurun waktu 4 minggu melakukan survey terhadap 1000 ibu rumah tangga di beberapa kota besar di Indonesia, dalam hasil penelitiannya menunjukkan sebuah fakta baru tentang penggunaan media sosial di kalangan ibu rumah tangga yang cukup aktif di akun media sosial. Hasil survey dari 1.000 ibu rumah tangga, terdapat 83% ibu rumah tangga aktif membuat konten di sosial media, (Kartikawati,

2021). Media sosial oleh ibu rumah tangga digunakan untuk selalu terhubung dengan dunia luar karena mereka sibuk dengan kehidupan sebagai ibu rumah tangga.

Media sosial juga sangat berperan terhadap terbentuknya kesan-kesan yang ditimbulkan penggunaannya. Alat komunikasi terkini seperti *handphone* menjadi barang wajib dimiliki, karena menjadi kebutuhan setiap orang. Media sosial adalah media online yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet, media sosial digunakan berinteraksi, berbelanja dan berbagai kegiatan lainnya. Dalam Media sosial terdapat aplikasi yang memudahkan individu untuk mendapatkan informasi yaitu Tiktok. Menurut data dari Business of Apps, jumlah pengguna aktif Tiktok Pada kuartal III-2022 tercatat sebanyak 1,43 miliar, sementara pada kuartal ke II-2023 jumlah pengguna aktif Tiktok mengalami kenaikan yaitu sebanyak 1,58 miliar, kemudian pada kuartal III-2023 jumlah pengguna semakin meningkat menjadi 1,61 miliar pengguna. (Annur, 2023).

Berdasarkan klasifikasi umur dan gender pada penggunaan Tiktok dari data survei menjelaskan bahwa pada April 2024, ditemukan pengguna global Tiktok adalah perempuan berusia 18-24 berjumlah 17,3%, sementara pengguna pria dengan usia yang sama berjumlah 18,9%. Sedangkan pada perempuan berusia 30-40 berjumlah 14,6%, kemudian pengguna pada pria dengan usia yang sama berjumlah 19,3%. Pengguna tiktok sangat diminati sebab Tiktok memiliki berbagai fitur menarik dan tampilan yang ramah, Tiktok dimanfaatkan untuk berinteraksi dengan teman baru yang pengguna dapat saat bergabung di media sosial tersebut, (Laura, 2024).

Tiktok juga menyediakan fasilitas untuk menjawab kebutuhan citra bagi penggunaannya, terutama pada ibu rumah tangga bisa mengekspresikan dirinya dengan mengunggah foto dan video keseharian yang telah diedit dengan semenarik mungkin, kemudian dari hasil unggahan tersebut terdapat komentar atau *like* mengenai aktivitas antar satu sama lain. Aplikasi Tiktok dapat membentuk presentasi diri seseorang, tidak hanya sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, akan tetapi media sosial ini dapat mencari tahu perkembangan berbagai informasi dari orang lain. Tiktok berisi video lelucon, berita terkini, toko online, dan lain – lain. Tidak jarang ibu rumah tangga menggunakan aplikasi ini untuk

mengedit video dan foto dengan fitur filter yang tersedia dalam Tiktok sehingga terlihat lebih cantik dan menarik dari pada di kehidupan aslinya. Ibu rumah tangga dapat menuliskan kata – kata bijak, menyampaikan kritik dengan menulis status yang berhubungan dengan kondisi pribadi saat ini, menyampaikan aktivitas dan lokasi saat ini, dan berbagai postingan lainnya (Ansari dan Handoyo, 2015). Ketika pengguna mengedit foto, video atau menulis status dengan semenarik mungkin, kegiatan tersebut selayaknya seakan – akan sedang mengekspresikan penampilan yang harus sempurna, maka pengelolaan di media sosial itu merupakan sebuah tindakan yang tidak spontan dilakukan, tetapi melalui proses seleksi demi tampil terbaik di depan audien media sosialnya. Masyarakat pengguna akun memiliki cara sendiri untuk membentuk citranya di media sosial.

Media sosial bagi ibu rumah tangga memiliki kegunaan yang berbeda beda. Ibu rumah tangga cenderung menjadikan sosial media sebagai tempat untuk menunjukkan hal - hal yang menjadi representasi dari diri mereka. Hampir semua aktivitas, dan situasi yang dianggap menarik akan di publikasikan karena itu membawa kepuasan tersendiri walaupun terkadang beberapa diantara apa yang ditunjukkan di sosial media tidak sesuai dengan apa yang terjadi pada diri. Individu menggunakan sosial media dapat senantiasa tercandu dalam menggunakan aplikasi, karena tanpa disadari individu tersebut terikat dan menghabiskan kesehariannya di sosial media. Salah satu media sosial yang banyak digunakan ibu rumah tangga adalah Tiktok.

Di sosial media ibu rumah tangga pengguna Tiktok menyembunyikan identitasnya yang asli sehingga tidak sesuai antara kehidupan sosial media dengan kenyataannya. Mereka menyembunyikan wajah aslinya dengan menggunakan Filter Tiktok, dengan alasan filter Tiktok bisa merubah wajah mereka terlihat lebih cantik sebab terdapat kerutan dan flek hitam muncul diwajah. Sehingga mereka tidak percaya diri dengan keadaan wajahnya jika mengunggah video asli. Filter Tiktok dianggap *toxic* sebab memicu standar kecantikan yang berlebihan. Filter berbasis kecerdasan buatan (AI) di Tik Tok, yang disebut *Bold Glamour*, dari postingan Tiktok menunjukkan bahwa banyak pengguna mengagumi bibir montok, dagu lancip, kulit putih, alis halus bak seorang *fashionista*, (Hapsari, 2023).

Peneliti menfokuskan penelitiannya terkait dramaturgi penggunaan filter Tiktok pada ibu rumah tangga, peneliti tertarik menganalisis bagaimana filter sangat penting bagi ibu rumah tangga. Terutama ibu rumah tangga di Desa Panggih yang menggunakan filter Tiktok, umumnya mereka berusia 30-40an, pada usia tersebut masih sangat produktif untuk melakukan banyak hal seperti bekerja, akan tetapi karena sebagian ibu rumah tangga berpendidikan rendah hanya lulusan SMP sehingga mereka kesulitan mencari kerja dan suami mereka juga menganjurkan dirumah saja mengurus anak. Menurut Data Badan Pusat Statistika Kabupaten Mojokerto (2024), Tingkat pengangguran terbuka pada wilayah Kabupaten Mojokerto di tahun 2022 mencapai 4,83 % dan tahun 2023 mencapai 4,67%, (BPS Kabupaten Mojokerto; 2024). Karena hanya menganggur dirumah, ibu rumah tangga mengisi waktunya dengan menggunakan handphone, dan kebanyakan aplikasi media sosial yang sedang tren saat ini adalah Tiktok, maka mereka tertarik untuk membentuk citra diri melalui aplikasi Tiktok. Dengan kondisi mereka yang hanya bergantung dari nafkah suami membuat adanya keterbatasan yaitu tidak memiliki cukup uang untuk membeli skincare sebab penghasilan hanya cukup untuk kebutuhan rumah dan anak, tetapi disisi lain mereka ingin dilihat cantik oleh audien maka dari itu biasanya video yang mereka unggah identik menggunakan filter Tiktok. Selain mewujudkan citra diri yang cantik tapi mereka juga menampilkan peran-peran yang dapat menggambarkan idealisnya. Masing – masing ibu rumah tangga menampilkan kesan yang berbeda – beda tetapi memiliki tujuan yang sama agar *audiens* bisa melihat ibu rumah tangga yang multitalenta.

Unggahan yang menggunakan filter dapat menghasilkan hasil yang lebih cantik, sehingga pengguna merasa senang dan percaya diri ketika audiens memberikan komen positif seperti memuji, atau menanyakan tentang hal yang diunggah. Selain itu ketika ibu rumah tangga mengunggah sesuatu kemudian

mendapat respon maupun kepedulian dari orang lain di media sosialnya maka individu akan merasa bahwa masih banyak yang memperhatikannya, hakikatnya mereka memiliki keinginan untuk mendapat perhatian, kurangnya, kurangnya hiburan, haus akan pujian atau validasi dan kecanduan media sosial, (Sanggabuawana dan andrini, 2018).

Unggahan video Tiktok ibu rumah tangga tidak semuanya mendapatkan respon positif, bukannya mendapat apresiasi mereka malah mendapat sindiran. Hal tersebut karena ibu rumah tangga pengguna Tiktok tidak menyesuaikan warna kulitnya dengan filter yang dia pakai, filter yang mereka gunakan terlalu putih sehingga ketika video itu di tonton oleh pengikut yang berada disatu lingkungan dengan pengunggah maka pengikut tersebut akan memberikan respon yang kurang baik karena dianggap wajah pada unggahan video Tiktok sangat menipu dan tidak sesuai dengan realitanya.

Penelitian ini peneliti menggunakan Teori Dramaturgi Erving Goffman, teori ini menjelaskan jika aktor ingin tampil di atas panggung mereka akan menggunakan topeng saat pentas dan melepasnya saat turun panggung, ini disebut dengan sebutan panggung depan dan panggung belakang. Menurut Goffman, Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) berarti sebagai permainan peran untuk membentuk citra diri yang dapat menarik perhatian penonton mereka. Permainan peran atau pengelolaan kesan bersifat jangka pendek dan akan terus berubah sesuai dengan kondisi dan situasi interaksi yang sedang terjadi. Penonton berhasil dimanipulasi menjadi tujuan dari dramaturgi Goffman. Penonton akan melihat aktor sesuai dengan kesan yang ingin mereka tampilkan apabila peran diterima dan sesuai dengan ekspektasi masyarakat. Sehingga penonton akan lebih mudah percaya dengan kesan atau presentasi diri yang ingin dicapai aktor, (Goffman, 1959).

Berbekal dari pemahaman penulis bahwa media sosial memiliki peran aktif dalam mempengaruhi presentasi diri dalam berinteraksi pada penontonnya. Berdasarkan teori dramaturgi Goffman, Ibu rumah tangga di Desa Panggih memanipulasi diri mereka di media sosial agar bisa menampilkan presentasi diri yang mereka inginkan dan dapat mengelola kesan untuk ditunjukkan pada penonton. Peran yang mereka tampilkan di ruang nyata dan di dunia maya ini sangatlah

berbeda, terdapat manipulasi pada pribadi dan kegiatan yang mereka tampilkan di media sosial. Ibu rumah tangga membentuk citra dirinya dengan filter TikTok, mereka senang ketika wajah mereka didalam unggahan videonya terlihat lebih cantik, lebih putih dan lebih muda. Semua yang dilakukan karena ingin dipandang, sehingga mereka mempresentasikan diri dengan dipengaruhi oleh respon dan persepsi orang dari like dan komentar, (Salsabila, 2024). Akan tetapi tidak semuanya dramaturgi yang mereka ciptakan itu berhasil terdapat respon baik dengan mengapresiasi dan ada sebagian penonton yang tidak mengapresiasi. Hal tersebut terjadi karena ada audiens yang berasal dari lingkungan yang sama dengan ibu rumah tangga yang mengunggah video. Jadi ketika video diunggah dengan menggunakan filter kecantikan, kemudian ada penonton yang mengetahui wajah aslinya ternyata kecoklatan, ada bopengnya bekas jerawat, dan flek hitam. Sehingga ketika penonton yang mengetahui kehidupan asli dari pengunggah menganggap video sangat menipu, tidak sesuai dengan faktanya.

Dari pemaparan tersebut peneliti merasa perlu dilakukan penelitian dengan menganalisa faktor yang melatarbelakangi terbentuknya citra diri dikalangan ibu rumah tangga Desa Panggih, kemudian bagaimana respon dari penonton yang mengikuti akun ibu rumah tangga yang menggunakan akun TikTok. Maka peneliti dapat menyatakan bahwa ibu rumah tangga menjadi lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri dengan adanya filter TikTok. Sehingga penelitian ini berjudul “Dramaturgi Penggunaan Filter TikTok Pada Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Eksistensi Diri”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pernyataan masalah, maka dirumuskan pertanyaan penelitian untuk membatasi masalah penelitian, sebagai berikut:

Bagaimana dramaturgi ibu rumah tangga dalam menggunakan filter akun TikTok untuk mengekspresikan dirinya dalam membentuk citra diri ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Mengetahui serta menganalisis bagaimana filter TikTok membantu ibu rumah

tangga dalam proses membentuk presentasi diri dalam media sosial dengan menggunakan teori dramaturgi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi bahan untuk memperkaya kajian yang terkait dengan penggunaan media sosial di Indonesi. Dan menjadi referensi bagi para peneliti terutama dari Universitas Trunojoyo Madura yang melakukan penelitian yang serupa sebagai sumber ilmu terkait ilmu sosial.

1.4.2 Manfaat praktis

Bagi peneliti, penelitian ini dapat memotivasi agar peneliti dapat menghasilkan karya tulis yang lebih baik dan bermanfaat dalam kesempatan berikutnya. Sedangkan bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat membuka pandangan atau pemikiran agar wawasan atau pengetahuannya lebih luas sehingga bisa mengetahui lebih lanjut keterkaitan antara kajian dramaturgi dan media sosial yang sedang berkembang saat ini.