

## Analisis Makna Diri Generasi Z pada Media Sosial Tiktok

Muhammad Irgi Alfachrezi<sup>1</sup>, Rahma Nur Aulia<sup>2</sup>, Nurul Afita Afriyanti<sup>3</sup>, Bonar S. Panjaitan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

E-mail: [omahesinau@gmail.com](mailto:omahesinau@gmail.com)<sup>1</sup>, [drhmaa2929@gmail.com](mailto:drhmaa2929@gmail.com)<sup>2</sup>, [fafita429@gmail.com](mailto:fafita429@gmail.com)<sup>3</sup>, [bonarspj@gmail.com](mailto:bonarspj@gmail.com)<sup>4</sup>

### Article Info

#### Article history:

Received January 10, 2026

Revised January 13, 2026

Accepted January 17, 2026

#### Keywords:

Dramaturgy, Self-Existence, Generation Z, Qualitative, Tiktok

### ABSTRACT

*The increasing use of TikTok among Generation Z illustrates that the platform serves as a key space for expressing self-identity. This study aims to explore and interpret the meaning of self-existence as reflected by Generation Z through TikTok. A qualitative method with a constructivist paradigm and Erving Goffman's Dramaturgy theory was applied. Data was acquired by means of in depth interviews and observation of active TikTok users. The findings reveal that participants display dual identities: on the front stage, they act as content creators who shape their public image to gain approval, while on the back stage, they express themselves freely without social pressure. The study concludes that self-existence on TikTok functions as a form of identity exploration and social validation. It is recommended that users maintain a balance between their digital persona and authentic self.*

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



### Article Info

#### Article history:

Received January 10, 2026

Revised January 13, 2026

Accepted January 17, 2026

#### Kata Kunci:

Dramaturgi, Eksistensi Diri, Generasi Z, Kualitatif, Tiktok

### ABSTRACT

Perkembangan penggunaan TikTok di kalangan Generasi Z menunjukkan bahwa platform ini menjadi ruang utama untuk menampilkan eksistensi diri. Penelitian ini bertujuan memahami serta menguraikan makna eksistensi diri yang ditampilkan oleh generasi Z di media sosial TikTok. Penelitian memakai pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis serta teori Dramaturgi Erving Goffman sebagai landasan analisis. Informasi dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan pengamatan terhadap pengguna aktif TikTok. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa informan menampilkan dua bentuk diri: di panggung depan, mereka berperan sebagai kreator konten yang mengatur citra diri agar sesuai dengan norma sosial demi memperoleh pengakuan, sedangkan di panggung belakang, mereka mengungkapkan diri dengan lebih bebas tanpa khawatir akan kritik dari orang lain. Kesimpulannya, eksistensi diri di TikTok berperan sebagai upaya pencarian identitas dan penerimaan sosial. Peneliti menyarankan agar pengguna dapat menyeimbangkan antara persona digital dan keaslian diri di kehidupan nyata.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.*



---

**Corresponding Author:**

Muhammad Irgi Alfachrezi  
Universitas Gunadarma  
Email: [omahesinau@gmail.com](mailto:omahesinau@gmail.com)

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa perubahan besar terhadap pola hidup masyarakat modern. Berbagai inovasi digital telah memengaruhi cara individu berkomunikasi, memperoleh informasi, bahkan mengekspresikan diri. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut adalah media sosial, yang kini menjadi ruang baru bagi masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat Nurofik et al. (2021), yang menjelaskan bahwa media sosial merupakan bagian dari inovasi digital yang mampu mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, karena fungsinya tidak hanya untuk bertukar pesan, tetapi juga menyebarkan informasi dalam bentuk teks, foto, maupun video dengan cepat tanpa batas ruang dan waktu. Penggunaan media sosial mempermudah individu memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui perangkat mobile yang terhubung dengan internet (Augustha & Wirawanda, 2023).

Media sosial juga memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi dalam percakapan daring, berkontribusi dalam konten, dan membangun komunitas digital. Ratri (2018), menyebut bahwa media sosial menyediakan layanan berbasis internet yang memungkinkan individu untuk bergabung, berinteraksi, dan berkolaborasi secara virtual. Survei APJII tahun 2024 mencatat bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia telah mencapai 79,5% dari total populasi, menunjukkan bahwa internet dan media sosial telah menjadi kebutuhan primer terutama bagi remaja dan generasi muda.

Di antara banyak platform yang berkembang, TikTok menjadi salah satu aplikasi media sosial yang paling banyak digemari. Handy & Wijaya (2020), menyatakan bahwa TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling populer di kalangan remaja Indonesia. TikTok menyediakan berbagai fitur seperti musik, filter visual, serta efek kreatif yang memungkinkan pengguna mengekspresikan diri dalam format video pendek. Pebrianti (2021), juga menegaskan bahwa fitur-fitur TikTok menciptakan suasana tertentu yang memungkinkan pengguna menunjukkan kreativitasnya. Rahmana, Amalia, & Damariswara (2022), menambahkan bahwa TikTok memberikan berbagai efek khusus serta dukungan musik yang memungkinkan pengguna memproduksi video dengan gaya yang unik dan menarik. Bahkan perkembangan TikTok tidak terlepas dari transformasinya dari aplikasi Musical.ly sebelum kemudian diakuisisi ByteDance pada tahun 2018 (Fadilla, 2023).

Tingginya penggunaan TikTok juga dipengaruhi oleh kebutuhan manusia akan aktualisasi diri. Islam (2018), menyatakan bahwa media sosial sering dijadikan ruang untuk menunjukkan eksistensi diri, yaitu upaya individu untuk mendapatkan pengakuan dan perhatian dari orang lain. Fenomena ini sangat terlihat pada Generasi Z, generasi yang lahir antara 1995–

2012 dan tumbuh dalam lingkungan digital. Menurut Mannheim dalam Sawitri (2023), Generasi Z merupakan generasi yang sangat akrab dengan teknologi dan media sosial. Mereka menggunakan platform digital bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun identitas, menunjukkan gaya hidup, dan memperoleh validasi sosial.

Di TikTok, eksistensi diri diwujudkan melalui produksi dan publikasi konten seperti foto, video, gaya berpakaian, hobi, serta aktivitas sehari-hari. Pengguna dapat mengatur citra yang ingin ditampilkan sebagai bentuk pengelolaan kesan. Hal ini sesuai dengan teori Dramaturgi Erving Goffman (1959), yang menjelaskan bahwa individu dalam kehidupan sosial berperan sebagai aktor yang membangun penampilan (*performance*) di hadapan audiens. Surokim & Handaka (2016) menjelaskan bahwa dramaturgi membagi panggung kehidupan menjadi dua wilayah, yaitu panggung depan (*front stage*) tempat individu menampilkan citra ideal demi mendapatkan penerimaan sosial, dan panggung belakang (*back stage*) tempat individu menampilkan diri apa adanya tanpa tekanan peran sosial. Konsep ini sangat relevan dalam konteks TikTok, di mana pengguna menyajikan konten yang sudah disusun sedemikian rupa agar tampak menarik, sementara kehidupan pribadi mereka tetap tersembunyi di balik layar.

Fenomena eksistensi diri Generasi Z di TikTok semakin kompleks karena adanya perbedaan antara identitas online dan identitas offline. Dalam banyak kasus, pengguna TikTok membangun persona digital yang belum tentu sama dengan kepribadian aslinya dalam kehidupan nyata. Mereka memilih konten-konten tertentu yang dapat meningkatkan daya tarik di mata audiens dan memaksimalkan peluang mendapatkan perhatian. Fenomena ini berdampak pada cara mereka memandang diri, berinteraksi, serta membangun relasi sosial.

Namun, meskipun kajian terkait eksistensi diri sudah banyak dilakukan pada platform Instagram dan Twitter, penelitian mengenai bagaimana Generasi Z memaknai eksistensi diri melalui TikTok masih relatif terbatas. Sementara itu, TikTok memiliki karakteristik yang berbeda dari media sosial lainnya—baik dari segi algoritma, bentuk komunikasi visual, maupun interaksi pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk mengisi kekosongan penelitian (*research gap*) tersebut, terutama dalam memahami bagaimana Generasi Z mengelola panggung depan dan panggung belakang dalam membentuk makna eksistensi diri.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai Makna Eksistensi Diri Generasi Z Pengguna TikTok, dengan menggunakan perspektif Dramaturgi Goffman untuk menganalisis bagaimana identitas digital mereka dibangun, ditampilkan, dan dimaknai dalam interaksi di media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, karena peneliti berupaya memahami bagaimana Generasi Z membangun dan memaknai eksistensi diri mereka melalui media sosial TikTok berdasarkan pengalaman dan konstruksi realitas masing-masing. Subjek penelitian adalah Generasi Z pengguna aktif TikTok di Jakarta, sedangkan objek penelitian berfokus pada makna eksistensi diri yang mereka tampilkan melalui konten TikTok. Populasi penelitian mencakup seluruh Generasi Z yang aktif mengekspresikan eksistensi diri di TikTok, namun penelitian ini tidak mengambil seluruh populasi, melainkan memilih informan secara *purposive sampling*.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan prosedur yang disusun secara sistematis untuk mendapatkan informan yang benar-benar sesuai dengan fenomena yang diteliti. Tahap pertama dilakukan dengan mengidentifikasi populasi awal, yaitu Generasi Z di Jakarta yang aktif menggunakan TikTok sebagai media ekspresi diri. Setelah itu, peneliti menetapkan kriteria informan berdasarkan fokus penelitian, seperti usia, keaktifan membuat konten, serta relevansi perilaku penggunaan TikTok terhadap fenomena eksistensi diri. Selanjutnya, dilakukan penyaringan terhadap akun-akun TikTok yang memenuhi indikator eksistensi diri, seperti intensitas unggahan, bentuk interaksi yang muncul, jumlah pengikut, serta konsistensi dalam menampilkan diri melalui konten. Calon informan yang lolos penyaringan kemudian dihubungi melalui pesan langsung di TikTok atau melalui kontak pribadi untuk meminta kesediaan mereka berpartisipasi.

Pemilihan informan dilakukan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan fenomena penelitian. Adapun kriteria informan meliputi: berusia 18–24 tahun (rentang usia Generasi Z), memiliki akun TikTok yang aktif, rutin mengunggah konten sebagai bentuk eksistensi diri, menunjukkan aktivitas interaksi dengan audiens, tinggal di wilayah Jakarta, serta bersedia memberikan informasi secara terbuka. Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti memilih empat informan yang dinilai paling relevan, yaitu Nabillah Hisaanahdhiya, Muhammad Daffa Kaye, Baihatul Haqqi, dan Joanne Anita, yang masing-masing memiliki karakteristik penggunaan TikTok yang berbeda sehingga dapat memberikan data yang kaya dan mendalam.

Prosedur pengambilan sampel dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu mengidentifikasi populasi pengguna TikTok dari kalangan Generasi Z di Jakarta, menyaring akun yang menampilkan indikator eksistensi diri, menghubungi calon informan melalui pesan langsung atau kontak pribadi, kemudian memilih empat informan yang paling sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas informan di TikTok, seperti gaya konten, cara menampilkan diri, interaksi dengan audiens, serta konsistensi unggahan. Wawancara dilakukan dengan durasi 90 menit. Wawancara dilakukan secara bertahap dalam rentang waktu 1 Agustus hingga 31 Oktober, sehingga peneliti memiliki ruang yang cukup untuk membangun hubungan, menggali data secara komprehensif, dan melakukan klarifikasi pada tahap-tahap lanjutan. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar, analisis konten, serta data digital lain yang relevan dari akun TikTok informan.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan informasi penting sesuai kebutuhan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi dan deskripsi hasil wawancara serta observasi agar hubungan antartemuan data mudah dipahami. Tahap akhir adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan dengan meninjau kembali data yang telah dianalisis untuk memastikan konsistensi dan keutuhan temuan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari masing-masing informan sehingga diperoleh data yang kuat dan dapat dipertanggung jawabkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z di Jakarta memanfaatkan media sosial TikTok sebagai ruang utama untuk menampilkan dan membangun eksistensi diri. Berdasarkan wawancara dan observasi terhadap informan berusia 18–24 tahun, ditemukan bahwa penggunaan TikTok fungsinya sebagai media selain sebagai hiburan ekspresi diri, validasi sosial, serta pembentukan identitas personal.

Para informan memaknai TikTok sebagai sarana untuk memperlihatkan kepribadian, kreativitas, serta pencapaian tertentu yang ingin diakui oleh publik. Melalui konten yang diunggah, mereka berupaya membentuk kesan positif yang dapat diterima audiens. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pengguna TikTok sejalan dengan konsep front stage dalam teori Dramaturgi Goffman, ketika orang bertindak sebagai "aktor" untuk mewakili suatu citra tertentu terbaiknya di hadapan publik.

Di sisi lain, pada back stage, para pengguna menunjukkan sisi pribadi yang lebih autentik dan bebas dari tuntutan sosial. Mereka merasa lebih nyaman mengekspresikan diri tanpa harus mempertimbangkan persepsi orang lain. Temuan ini memperlihatkan adanya perbedaan signifikan antara persona publik dan identitas pribadi, yang menjadi bagian penting dari konstruksi eksistensi diri di dunia digital.

Selain itu, hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa validasi sosial seperti jumlah pengikut, komentar positif, dan interaksi audiens menjadi faktor penting yang memperkuat rasa percaya diri dan eksistensi para pengguna. Mereka menganggap pengakuan dari orang lain sebagai bentuk pembuktian bahwa keberadaannya diakui di ruang digital.

Dalam konteks komunikasi, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa media sosial berperan sebagai ruang interaksi simbolik tempat individu membangun identitas sosialnya. Perspektif Dramaturgi Goffman menjelaskan bahwa perilaku pengguna TikTok merupakan bentuk presentasi diri yang strategis, di mana setiap tindakan, gaya bicara, hingga estetika konten dirancang untuk menciptakan citra yang diinginkan.

Dengan demikian, eksistensi diri Generasi Z di TikTok tidak hanya merupakan bentuk aktualisasi diri, tetapi juga refleksi atas kebutuhan akan pengakuan sosial di era digital. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang media sosial berfungsi sebagai panggung pertunjukan identitas, di mana individu mengelola kesan dan bernegosiasi dengan norma sosial yang berlaku.

## Penelitian

Penelitian ini menganalisis makna eksistensi diri pada pengguna TikTok di kalangan Generasi Z, dengan fokus pada perilaku mereka melalui teori Dramaturgi Erving Goffman. Deskripsi data mencakup profil empat informan (berusia 20–22 tahun, termasuk content creator dan mahasiswa) yang aktif menggunakan TikTok untuk mengekspresikan diri, serta observasi tentang interaksi mereka, seperti penggunaan TikTok sebagai sarana komunikasi interpersonal dan eksistensi diri melalui konten video. Informan menunjukkan dua sisi perilaku: panggung depan (misalnya, menampilkan konten kreatif untuk mengelola kesan) dan panggung belakang (ekspresi bebas tanpa khawatir penilaian).

Data dikumpulkan melalui triangulasi sumber (wawancara, pengamatan, dan dokumentasi), yang memastikan validitas informasi dengan memverifikasi konsistensi dari



berbagai sumber, sesuai dengan hasil uji validitas dan reliabilitas. Untuk mencegah bias dan memvalidasi temuan kualitatif menggunakan paradigma konstruktivis, teknik analisis data Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, presentasi data, dan verifikasi diterapkan.

Hasil uji prasyarat analisis mengungkapkan bahwa metode kualitatif dengan pendekatan konstruktivis efektif dalam memahami fenomena, karena memungkinkan peneliti menangkap dua sisi perilaku pengguna TikTok (panggung depan dan belakang) tanpa manipulasi eksternal. Data dianalisis secara iteratif, dengan fokus pada interaksi sosial dan pengaruh media, untuk memastikan relevansi temuan dengan konteks Generasi Z.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa makna eksistensi diri pada pengguna TikTok melibatkan upaya untuk memperoleh pengakuan melalui konten, di mana setiap informan memiliki panggung depan (interaksi dengan followers untuk membangun kesan positif) dan panggung belakang (ekspresi bebas menggunakan fitur seperti video pendek). Temuan ini didasarkan pada observasi bahwa TikTok berfungsi sebagai panggung pertunjukan, memengaruhi kepercayaan diri terhadap ekspektasi audiens.

**Tabel 1**

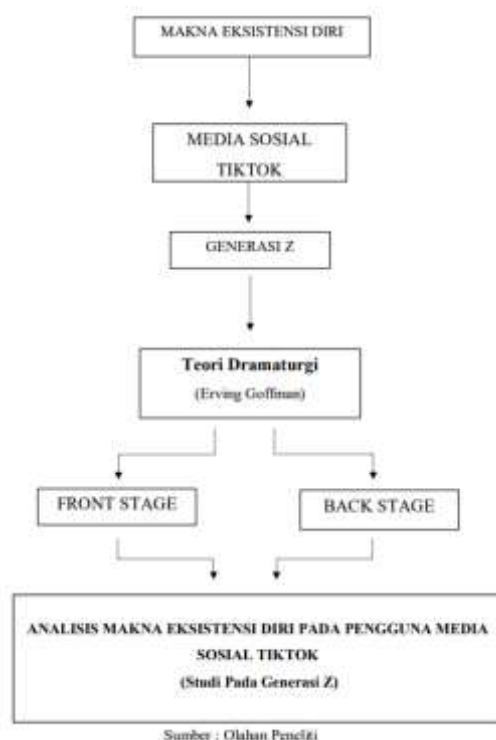
*Profil informan penelitian berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan akun TikTok.*

Nama	Usia	Jenis kelamin	Pekerjaan	Akun tiktok
Nabillah Hisaanahdhiya	20	Perempuan	Makeup Artist	@oddbyie
Muhammad Daffa Kaye	21	Laki-laki	Content Creator	@daffakaye
Baihatul Haqqi	22	Laki-laki	Model Freelance	@sellawbatt
Joanne Anita	22	Perempuan	Mahasiswa	@joanneoce

Tabel 1 menunjukkan profil informan penelitian yang terdiri dari empat individu dengan karakteristik usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan akun TikTok yang beragam. Informan pertama adalah Nabillah Hisaanahdhiya, perempuan berusia 20 tahun yang berprofesi sebagai Makeup Artist dan aktif menggunakan akun TikTok @oddbyie untuk membagikan konten yang berkaitan dengan kecantikan serta ekspresi dirinya. Informan kedua, Muhammad Daffa Kaye, adalah laki-laki berusia 21 tahun yang bekerja sebagai Content Creator dengan akun TikTok @daffakaye, yang sering memproduksi konten kreatif dan hiburan. Informan ketiga, Baihatul Haqqi, merupakan laki-laki berusia 22 tahun yang berprofesi sebagai model freelance dan menggunakan akun TikTok @sellawbatt untuk menampilkan gaya hidup, fashion, serta representasi visual dirinya. Sedangkan informan keempat, Joanne Anita, adalah perempuan berusia 22 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa dan aktif membagikan aktivitas hariannya melalui akun TikTok @joanneoce. Variasi karakteristik para informan ini memberikan sudut pandang yang kaya dan beragam dalam memahami fenomena eksistensi diri Generasi Z di TikTok.

Berdasarkan profil informan pada Tabel 1, terlihat bahwa keempat informan berasal dari kalangan Generasi Z dengan latar belakang pekerjaan dan aktivitas media sosial yang berbeda, namun sama-sama aktif menggunakan TikTok sebagai ruang ekspresi diri. Keberagaman usia, jenis kelamin, pekerjaan, serta jenis konten yang mereka tampilkan melalui akun masing-masing memberikan pemahaman yang kaya mengenai bagaimana Generasi Z membangun eksistensi diri dalam media sosial. Profil informan ini menjadi dasar untuk menyusun kerangka pemikiran penelitian yang menggambarkan alur logis dalam menganalisis fenomena tersebut. Kerangka pemikiran dimulai dari konsep makna eksistensi diri, yaitu bagaimana individu menampilkan keberadaan, identitas, dan citra dirinya kepada publik. Konsep ini kemudian dikaitkan dengan media sosial TikTok sebagai platform yang sangat populer di kalangan Generasi Z, yang memberikan ruang terbuka bagi penggunanya untuk membentuk, menampilkan, dan memodifikasi citra diri mereka.

Selanjutnya, pembahasan diarahkan menggunakan Teori Dramaturgi Erving Goffman, yang menjelaskan bahwa dalam kehidupan sosial, individu cenderung menampilkan dirinya layaknya aktor di atas panggung melalui dua wilayah utama, yaitu *front stage* dan *back stage*. Pada *front stage*, pengguna TikTok menampilkan versi diri terbaik yang ingin mereka perlihatkan kepada audiens melalui konten yang dikurasi secara sadar, sedangkan pada *back stage* tersimpan aspek-aspek personal, proses kreatif, serta sisi diri yang tidak ditampilkan secara publik. Dengan menggunakan teori ini, penelitian menganalisis bagaimana informan membangun dan mengolah citra diri mereka pada setiap unggahan, interaksi, maupun aktivitas digital yang dilakukan. Ujung dari kerangka pemikiran ini adalah proses analisis makna eksistensi diri Generasi Z dalam penggunaan TikTok, sehingga dapat dipahami bagaimana media sosial menjadi ruang performatif tempat mereka mengonstruksi identitas dan keberadaan diri secara sadar maupun tidak sadar.



Gambar 1. Kerangka pemikiran penelitian menunjukkan hubungan antara makna eksistensi diri, media sosial TikTok, dan Generasi Z melalui teori Dramaturgi.

## **Pembahasan**

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi diri pada pengguna TikTok di kalangan Generasi Z melibatkan dua sisi perilaku seperti yang dijelaskan teori Dramaturgi Goffman, yang sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Giranfa dan Susilo (2022) tentang Twitter sebagai sarana eksistensi diri. Perbedaan utama terletak pada platform media sosial yang digunakan; penelitian ini fokus pada TikTok dengan fitur video pendek, sedangkan penelitian sebelumnya menekankan interaksi teks di Twitter, yang mungkin kurang dinamis. Hal ini disebabkan oleh perbedaan indikator, di mana TikTok menekankan ekspresi visual, sehingga memperkuat temuan tentang panggung depan dan belakang.

Analisis makna eksistensi diri melalui interaksi audiens mendukung penelitian Faizal et al. (2022) tentang Instagram sebagai sarana eksistensi diri, di mana pengguna mencari validasi sosial. Namun, penelitian ini berbeda karena menyoroti tekanan psikologis pada Generasi Z di TikTok, yang tidak sepenuhnya dibahas dalam penelitian tersebut, mungkin karena perbedaan tahapan penelitian yang lebih fokus pada konten visual daripada teks. Temuan ini memperkuat bahwa TikTok sebagai panggung pertunjukan memengaruhi kepercayaan diri, meskipun Aliah dan Nurfazri (2023) menemukan aspek edukasi yang lebih dominan, yang mungkin disebabkan oleh konteks pandemi COVID-19.

Hasil uji hipotesis tentang peran TikTok dalam membangun eksistensi diri menunjukkan kesesuaian dengan penelitian Nadhila et al. (2023) tentang penggunaan pakaian bekas, di mana eksistensi diri terkait dengan tren dan ekspresi pribadi. Perbedaan terletak pada media yang digunakan; penelitian ini menekankan digitalisasi melalui TikTok, sedangkan penelitian sebelumnya lebih pada konsumsi fisik, yang mungkin dipengaruhi oleh indikator budaya yang berbeda. Secara keseluruhan, temuan ini menambah wawasan bahwa eksistensi diri di media sosial bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh fitur platform.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pengguna Generasi Z di TikTok menampilkan dinamika eksistensi diri yang kompleks, di mana mereka secara aktif membangun dua sisi perilaku yang kontras: di panggung depan, para informan berperan sebagai pembuat konten yang cermat mengelola kesan melalui interaksi yang dirancang dengan audiens, penggunaan atribut seperti filter dan musik yang selaras dengan norma sosial, serta sikap dan perilaku yang mencerminkan etika masyarakat untuk mempertahankan citra positif dan menarik perhatian, sementara di panggung belakang, mereka lebih leluasa mengekspresikan identitas asli tanpa tekanan eksternal, memanfaatkan fitur-fitur TikTok seperti video pendek dan efek kecantikan untuk mengeksplorasi diri secara bebas dan autentik, yang pada akhirnya menunjukkan adanya kesenjangan antara identitas online yang dikurasi dan kehidupan offline yang lebih alami; makna eksistensi diri di TikTok ini tidak hanya menjadi sarana untuk mendapatkan validasi sosial melalui likes, komentar, dan views tinggi, tetapi juga berfungsi sebagai platform kreatif yang memungkinkan para pengguna untuk mengeksplorasi passion pribadi, meskipun hal ini sering kali dipengaruhi oleh tekanan psikologis untuk memenuhi ekspektasi audiens, sehingga



TikTok berperan sebagai panggung utama bagi Generasi Z dalam membentuk dan memperkuat rasa diri mereka di era digital. Namun, keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus sampel yang terbatas pada wilayah Jakarta, yang mungkin tidak mencerminkan pengalaman pengguna di daerah lain, serta ketergantungan pada metode kualitatif yang bergantung pada wawancara mendalam, sehingga data subjektif dan rentan terhadap bias responden, sementara cakupan waktu penelitian yang singkat tidak memungkinkan pengamatan perubahan jangka panjang; implikasi dari temuan ini menyarankan perlunya pendekatan lebih inklusif dalam studi mendatang, seperti mengintegrasikan analisis kuantitatif untuk validasi yang lebih robust, serta edukasi literasi digital bagi Generasi Z guna meminimalkan dampak negatif dari ketergantungan pada media sosial, sehingga penelitian lebih lanjut dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana platform seperti TikTok memengaruhi pembentukan identitas di kalangan pemuda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Artanto, A. Y. T., Dharma, S. A., & Suriyanto. (2023). *Pengantar metode penelitian kualitatif ilmu komunikasi*. Deeppublisher.
- Asmarani, A., & Shafira, S. D. (2022). Media sosial Instagram untuk mendukung eksistensi diri @Sholahayub. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 512–530.
- Asmungi, L. A. (2023). *Metodologi penelitian sosial*. Deeppublisher.
- Barhate, B., & Dirani, K. M. (2022). Career aspirations of Generation Z: A systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, 46(3/4), 139–157.
- Fadilla, K. C. (2023). Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media eksistensi diri Komunitas Historia Indonesia. *E-Journal USM*, 25–30.
- Girnanfa, F. A., & Susilo, A. (2022). Studi dramaturgi pengelolaan kesan melalui Twitter sebagai sarana eksistensi diri mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and Communication*, 49–65.
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books, 1959.
- Handy, M., & Wijaya, M. (2020). *Fenomena TikTok dan Pengaruhnya terhadap Gaya Komunikasi Generasi Muda*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(2), 89–100.
- Islam, M. (2018). *Eksistensi Diri di Era Media Sosial*. *Jurnal Psikologi Sosial*, 7(2), 113–120.
- Nurofik, M., Fatkhurrohman, F., & Widiyanto, A. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Remaja*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 145–156.
- Pebrianti, R. (2021). *Perilaku Eksistensi Remaja di Media Sosial*. *Jurnal Sosial Humaniora*, 14(1), 55–63.
- Rahmana, P. N., Amalia, D., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 401–410.
- Ratri, N. H. (2018). *Penggunaan Media Sosial dan Dinamika Interaksi Remaja*. *Jurnal Komunikasi Remaja*, 6(2), 101–112.
- Sawitri, D. (2023). *Karakteristik Generasi Z dan Kecenderungan Perilaku Digital*. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 36(1), 44–57.
- Sinambela, B. K. (2023). Pengaruh fitur Instagram Stories terhadap eksistensi diri remaja (Survei pada remaja di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara Tangerang). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 8–18.



Surokim, A., & Handaka, E. (2016). *Dramaturgi Erving Goffman dalam Komunikasi Antarpribadi*. Jurnal Komunikasi, 10(1), 22–35.