

**DRAMATURGI DALAM IDENTITAS
ADIKAH SOEKARMAN PADA AKUN
MEDIA SOSIAL @KADIKASOEKRMN**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi Sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh

TRI ARUM NAVISSA

07031182025004

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**DRAMATURGI DALAM IDENTITAS ADIKAH SOEKARMAN
PADA AKUN MEDIA SOSIAL @KADIKASOEKARMN**

SKRIPSI



Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh :

TRI ARUM NAVISSA

07031182025004

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si</u> NIP. 199208222018031001	 -----	09 September 2024 -----
Pembimbing II		
2. <u>Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom</u> NIP. 198709072022031003	 -----	13 September 2024 -----



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF
DRAMATURGI DALAM IDENTITAS ADIKAH SOEKARMAN
PADA AKUN MEDIA SOSIAL @KADIKASOEKARMN

SKRIPSI
Oleh :

TRI ARUM NAVISSA
07031182025004

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 01 Oktober 2024
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat


KOMISI PENGUJI

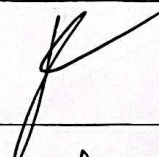
Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
Ketua Penguji


Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom
Sekretaris Penguji


Dr. Retna Mahriani, M.Si
Penguji

Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
Penguji









Mengetahui,
Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990032004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Arum Navissa
NIM : 07031182025004
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 06 April 2002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Dramaturgi Dalam Identitas Adikah
Soekarman Pada Akun Media Sosial
@Kadikasoekarmn

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang telah ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya,
Yang membuat pernyataan,



Tri Arum Navissa
NIM. 07031182025004

MOTTO

"Kesuksesan bukanlah hasil dari keajaiban, tetapi dari kerja keras dan keyakinan bahwa setiap langkah, sekecil apa pun, membawa kita lebih dekat kepada tujuan. Dalam setiap rintangan, ada pelajaran berharga yang membentuk kekuatan kita untuk menghadapi tantangan yang lebih besar."

ABSTRAK

Kadika Soekarmn ialah konten kreator asal kota Palembang yang memanfaatkan teknologi dan media sosial dengan tingkat popularitas yang tinggi, kadika berfokus pada konten video yang menghibur dan sangat humor, memiliki konsep yang berbeda atau bisa disebut *out of the box* serta mampu memikat perhatian pengikutnya. Kesuksesan @Kadikasoekarmn dalam menarik perhatian audiens dan membentuk citra humor yang konsisten, namun tetap menghadirkan variasi dalam identitas yang ditampilkan di balik layar. @kadikasoekarmn, sebagai konten kreator yang memiliki identitas sendiri oleh peran yang KS bawakan yaitu sang aktor mengandalkan ciri khas dari sifatnya yang judes dan humor serta penampilannya yang menarik menggunakan mini *dress*, *heels* tinggi serta rambut pendek, namun pada saat di belakang layar @kadikasoekarmn memiliki karakter yang berbeda. ia selayaknya pria pada umumnya yang memilih berpakaian lelaki dan bergaya sederhana ketika sendirian. Oleh karena itu Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konten kreator @Kadikasoekarmn mengelola kesan diri melalui media sosial Instagram dan TikTok dengan pendekatan teori dramaturgi untuk menganalisis fenomena ini adalah teori dramaturgi yang dipopulerkan oleh Erving Goffman dan juga Model komunikasi Shannon dan Weaver. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu dengan observasi, yang sangat penting untuk menentukan perancangan konsep penelitian.

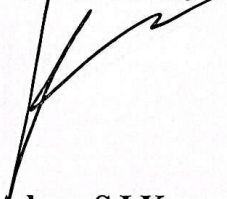
Kata Kunci: Dramaturgi, Identitas Diri, Media Sosial

Pembimbing I



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001

Pembimbing II



Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198709072022031003



ABSTRACT

Kadika Soekarmn is a content creator from the city of Palembang who utilize technology and social media with a high level of popularity, Kadika focuses on entertaining and very humorous video content, has a different concept or can be called out of the box and is able to attract the attention of his followers. The success of @Kadikasoekarmn in attracting the attention of the audience and forming a consistent humorous image, but still presents variations in the identity displayed behind the scenes. @kadikasoekarmn, as a content creator who has his own identity by the role that KS plays, namely the actor relies on the characteristics of his grumpy and humorous nature and his attractive appearance using a mini dress, high heels and short hair, but when behind the scenes @kadikasoekarmn has a different character. he is like a man in general who chooses to dress in men's clothes and style simply when alone. Therefore, this study aims to understand how content creator @Kadikasoekarmn manages self-impression through social media Instagram and TikTok with a dramaturgical theory approach to analyze this phenomenon is the dramaturgical theory popularized by Erving Goffman and also the Shannon and Weaver communication model. This study uses a qualitative research method, namely by observation, which is very important to determine the design of the research concept.

Keywords: Dramaturgy, Personal Identity, Social Media

Advisor I



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001

Advisor II



Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198709072022031003



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul ”Dramaturgi Dalam Identitas Adikah Soekarman Pada Akun Media Sosial @Kadikasoekrmn”. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulisdengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si, selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
5. Bapak Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
6. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan proposal skripsi

8. Kepada seluruh teman-teman dan kerabat yang memberikan dukungan dalam proses pembuatan skripsi.
9. Kedua orang tua ku tercinta serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memotivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan juga dukungan finansial yang tidak henti-hentinya diberikan semangat agar saya dapat menyelesaikan pendidikan dan kuat menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi setiap Langkah saya.
10. M. Ilham Akbar, yang senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti, memberi dukungan, motivasi, pengingat dan menemani peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Kepada seluruh teman-teman baik penulis, baik dari lingkungan perkuliahan maupun luar perkuliahan yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam pengerjaan skripsi.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan nya dari Allah SWT. Dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Indralaya, September 2024

Tri Arum Navissa

NIM. 07031182025004

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Dramaturgi	9
2.1.2 Identitas Diri.....	17
2.1.3 Konten	19
2.1.4 Media Baru (<i>New Media</i>).....	20
2.1.5 Media Sosial.....	22
2.2 Kerangka Pemikiran	24
2.3 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Definisi Konsep.....	33
3.3 Fokus Penelitian	33
3.4 Unit Penelitian.....	35
3.5 Informan Penelitian	36
3.6 Sumber Data.....	37
3.6.1 Data Primer	37
3.6.2 Data Sekunder	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7.1 Wawancara Mendalam.....	39
3.7.2 Observasi.....	40
3.7.3 Studi Dokumentasi	40
3.8 Teknik Keabsahan Data	40
3.9 Teknik Analisis Data	42
BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	44
4.1 Sejarah Aplikasi Instagram	44
4.2 Logo dan Tampilan Aplikasi Instagram	44
4.3 Sejarah Aplikasi TikTok.....	48
4.4 Logo dan Tampilan Aplikasi TikTok	49
4.5 Profil Informan.....	52

4.5.1 Konten Kreator @Kadikasoekarmn.....	52
4.5.2 Audiens dan Followers Instagram dan TikTok @kadikasoekarmn	55
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	56
5.1 Identitas Diri Adikah Soekarman	56
5.2 Kadika Soekarman sebagai Pengirim / <i>Sender</i>	58
5.3 <i>Offstage</i> @kadikasoekarmn di media sosial	58
5.4 <i>BackStage</i> @kadikasoekarmn di Instagram dan TikTok	60
5.4.1 Peranan @kadikasoekarmn Terhadap Lingkungan Sekitar.....	61
5.4.2 Tampilan Sehari-hari @kadikasoekarmn.....	63
5.5 <i>Frontstage</i> @kadikasoekarmn di Instagram dan TikTok	64
5.5.1 Persiapan Panggung @Kadikasoekarmn Untuk konten feed Instagram dan TikTok soft selling serta konten review	65
5.5.2 Penampilan Menarik dari Seorang @Kadikasoekarmn di Layar.....	67
5.6 <i>Encoder</i> @kadikasoekarmn	69
5.6.1 Pengelolaan Konten Pada akun Media Sosial @kadikasoekarmn	69
5.7 Instagram dan TikTok Sebagai Channel @Kadikasoekarmn.....	70
5.7.1 Penyampaian Pesan dari @Kadikasoekarmn	71
5.8 <i>Receiver</i> @Kadikasoekarmn	73
5.8.1 Interaksi Kepada Followers @Kadikasoekarmn sebagai influencer.....	74
5.9 <i>Destination</i> @kadikasoekarmn	75
5.10 <i>Noise</i> atau Gangguan @kadikasoekarmn.....	77
5.11 Pembahasan Dramaturgi dalam Identitas Adikah Soekarman pada Akun Media Sosial @Kadikasoekarmn.....	78
KESIMPULAN DAN SARAN	88
6.1 Kesimpulan	88
6.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Akun Media Sosial Instagram Konten Feminin	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian	34
Tabel 3. 2 Penentuan Informan	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram @Kadikasoekarmn	3
Gambar 1. 2 Profil TikTok @Kadikasoekarmn	4
Gambar 4. 1 Logo Instagram	44
Gambar 4. 2 Fitur Aplikasi Instagram	46
Gambar 4. 3 Logo Aplikasi TikTok	49
Gambar 4. 4 Fitur Aplikasi TikTok	50
Gambar 4. 5 Akun Instagram dan TikTok @kadikasoekarmn.....	53
Gambar 4. 6 Insight TikTok akun @kadikasoekarmn	54
Gambar 4. 7 Insight Intagram akun @kadikasoekarmn	54
Gambar 5. 1 Tampilan Sehari-hari @kadikasoekarmn.....	63
Gambar 5. 2 Persiapan @ kadikasoekarmn memulai konten.....	66
Gambar 5. 3 Penampilan @kadikasoekarmn di Instagram dan TikTok	67
Gambar 5. 4 Akun Instagram dan TikTok @Kadikasoekarmn	70
Gambar 5. 5 cover video @Kadikasoekarmn	71
Gambar 5. 6 Pemilihan Lokasi Konten @kadikasoekarmn.....	72
Gambar 5. 7 Punchline dan Komentar Audiens.....	73
Gambar 5. 8 Interaksi @kadikasoekarmn dengan audiens nya	74
Gambar 5. 9 Komentar pada akun media sosial @kadikasoekarmn	75
Gambar 5. 10 Feedback DM Followers @kadikasoekarmn	76
Gambar 5. 11 Komentar Haters mengenai Adikah Soekrmn pada akun instagram @kadikasoekarmn	77

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Alur Pemikiran.....	26
---------------------------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah menjadi *platform* komunikasi utama dalam era digital. Instagram dan TikTok adalah dua *platform* yang sangat populer di mana individu dan konten kreator berbagi konten mereka. *Platform* ini menawarkan berbagai cara untuk berinteraksi dan membangun identitas *online*. Di media sosial (Alyusi, 2016), individu sering merasa perlu untuk mengelola kesan diri mereka secara cermat. Mereka ingin mempresentasikan diri mereka dengan cara tertentu, mempengaruhi persepsi orang lain, dan membangun citra yang sesuai dengan tujuan mereka. Konten kreator di *platform* seperti Instagram dan TikTok memiliki pengikut yang besar dan berpengaruh. Mereka memiliki kemampuan untuk memengaruhi *trend* dan mendefinisikan identitas mereka sendiri. Oleh karena itu, memahami bagaimana mereka memanfaatkan dramaturgi dalam presentasi diri mereka dapat memberikan wawasan yang berharga (Aulia, 2023).

Bagi generasi muda atau milenial, media sosial bisa digunakan sebagai *platform* untuk membentuk citra diri, menyatakan perasaan, dan memberikan kritik. Semua aktivitas yang mereka lakukan diharapkan dapat dibagikan melalui berbagai *platform* media sosial, sehingga para pengikut mereka dapat mengetahui apa yang tengah mereka lakukan. media sosial dapat dijadikan sebagai alat komunikasi yang efektif, terutama dalam proses pembentukan citra diri, dengan cara mengunggah foto atau video, dan berkomunikasi berdasarkan interpretasi orang-orang terhadap konten yang mereka bagikan di media sosial.

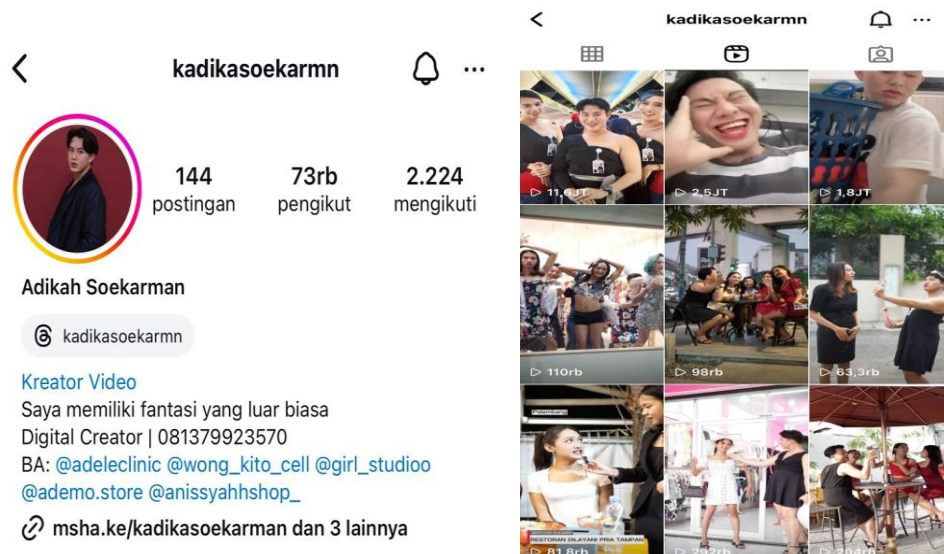
Sebagai contoh, terdapat beberapa konten kreator yang ada di kota Palembang dengan konsep kontennya feminin. Berikut beberapa akun konten kreator tersebut.

Tabel 1. 1 Akun Media Sosial Instagram Konten Feminin

No.	Nama Akun	Jumlah Followers	Tahun Bergabung
1.	@kadikasoekarmn	73 rb	2014
2.	@dekti_septi	25,9 rb	2016
3	@bobbysyaputra	24,3 rb	2014
4.	@cek_bari_raisa_plg	51,6 rb	2017
5.	@raveliobahri	75, 8 rb	2017
6.	@andemb0	32 rb	2015
7.	@zoelbilly	5028	2014

Sumber: Profile Instagram konten creator, 2024

Dari beberapa konten kreator asal kota Palembang yang memanfaatkan teknologi dan media sosial dengan tingkat popularitas yang tinggi, memilih Kadika Soekarmn sebagai narasumber karena berfokus pada konten video yang menghibur dan sangat humor, memiliki konsep yang berbeda atau bisa disebut *out of the box* serta mampu memikat perhatian pengikutnya. Saat ini, akun tersebut telah berhasil mengumpulkan 73 ribu pengikut di Instagram serta 126,3 ribu di TikTok dan mampu menjadi *Brand Ambassador* beberapa toko atau produk. Konten yang ditampilkan di *Reels* Instagram pun mencapai 11,8 juta penonton dan mengundang banyak komentar dari netizen di setiap postingannya. Memilih @kadikasoekarmn sebagai subjek penelitian memberikan kesempatan untuk mendalami cara seorang konten kreator mengelola kesan diri mereka di dua *platform* media sosial yang berbeda. Studi kasus ini memungkinkan penelitian untuk memberikan wawasan yang konkret dan kontekstual tentang penggunaan dramaturgi dalam praktik sehari-hari konten kreator.



Gambar 1. 1 Profil Instagram @Kadikasoekarmn

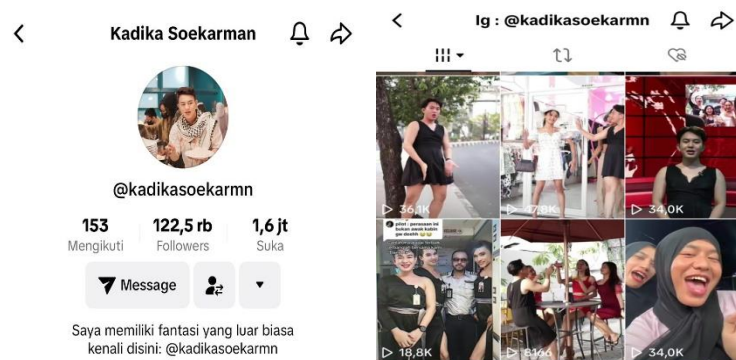
Sumber: Akun Instagram @Kadikasoekarmn

Konten kreator humor seperti @kadikasoekarmn berperan sebagai komedian di depan publik Instagram. Mereka memainkan peran yang khas untuk menciptakan efek humor. Peran ini dapat melibatkan karakter tertentu, kepribadian yang berbeda, atau penampilan unik. Dramaturgi melibatkan pemilihan kostum dan penampilan yang mendukung karakter atau peran yang dimainkan. Kostum unik atau kostum yang konyol sering digunakan untuk menambahkan elemen humor. Konten kreator humor merancang konten mereka dengan cara yang menciptakan situasi kocak, lelucon kata, sketsa komedi, parodi, atau situasi lucu. Mereka menggunakan dialog, tingkah laku, dan aksi yang dirancang untuk membuat audiens tertawa. Sebagian besar konten humor memiliki "punchline" yang menjadi puncak humor dalam video. Sebelum mengunggah konten, konten kreator merencanakan skenario, ide, dan materi yang akan mereka gunakan. Banyak konten kreator humor berkolaborasi dengan teman atau rekan kreator untuk menciptakan situasi lucu. Kolaborasi ini merupakan bagian dari persiapan di balik layar. Pemilihan lokasi dan properti juga

merupakan bagian dari dramaturgi. Lokasi dan properti harus sesuai dengan konten dan menciptakan latar yang mendukung humor. Setelah pengambilan gambar, pengeditan video adalah tahap penting dalam dramaturgi. Konten kreator dapat mengedit video untuk memastikan *punchline* dan situasi kocak muncul dengan sempurna.

Konten kreator humor dalam akun TikTok @kadikasoekarmn merencanakan konsep atau ide yang lucu, konyol, atau menghibur untuk video mereka. Mereka memainkan peran atau karakter yang mendukung konsep video. Dramaturgi mencakup cara mereka mengadopsi peran ini dengan cara yang menciptakan efek humor, seperti lelucon fisik, ekspresi wajah konyol, atau tingkah laku lucu (Priyadi, 2018).

TikTok dikenal dengan video pendeknya, jadi dramaturgi juga melibatkan cara konten kreator menyusun materi lucu dalam waktu yang singkat, memaksimalkan efek humor dalam durasi terbatas. Musik atau suara latar dapat menambahkan elemen humor dalam video TikTok. Konten kreator mungkin memilih lagu atau efek suara yang cocok dengan konten mereka.



Gambar 1. 2 Profil TikTok @Kadikasoekarmn
Sumber: Akun TikTok @Kadikasoekarmn

Berdasarkan wawancara pra- riset dapat disimpulkan saat konten kreator @kadikasoeakarmn sedang berada di *offstage* wilayah luar *frontstage* maupun *backstage*, kreator menjadi dirinya sendiri seperti rutinitas pagi, interaksi keluarga dan teman-teman dan aktifitas harian lainnya, mungkin tidak selalu diungkapkan dalam kontennya, hobi dan aktifitas yang dinikmati di luar media sosial bisa menjadi bagian penting dari kehidupannya dan mempengaruhi ide-ide konten yang dia ciptakan. Kondisi emosional *creator* seperti perasaan bahagia, stress, atau motivasi, mungkin berperan dalam pembuatan konten.

Meskipun dianggap sebagai pembuat konten humor, hasil kerja kerasnya dalam membuat video bersama teman-temannya telah menghasilkan kesuksesan yang signifikan. Mereka telah mendapatkan pendapatan yang cukup besar, bahkan hingga mencapai jutaan rupiah melalui video *endorse* dan permintaan untuk mengisi berbagai acara. Etika seseorang menggunakan media sosial, biasanya mereka berusaha menciptakan kesan yang dapat diterima secara positif oleh banyak orang, yang dikenal sebagai pengelolaan kesan. Di balik usaha ini, terdapat perencanaan dan penyusunan agenda yang dirancang untuk mencapai hasil yang optimal. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menggunakan elemen dramatisasi atau unsur teater dalam konten yang dibagikan, sehingga kontennya menjadi lebih menarik dan menarik perhatian.

Dramaturgi dikembangkan oleh Erving Goffman mengenai teori dramaturgi dalam bidang sosiologi melibatkan analisis terhadap interaksi sosial dalam konteks kehidupan sosial. Dalam proses interaksi sosial, konsep tentang identitas individu terbentuk melalui interaksi dengan orang lain dalam situasi-situasi sosial tertentu. Pendekatan dramaturgi membagi dunia sosial menjadi dua bagian, yaitu panggung

depan (*frontstage*) dan panggung belakang (*backstage*) serta *offstage* Interaksi sosial terutama terjadi di panggung depan.

Dalam penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif mengenai teori Dramaturgi dalam presentasi diri *Content Creator* @bangijal_tv di Instagram menunjukkan bahwa teori ini membagi dunia sosial menjadi dua panggung, yaitu *frontstage* dan *backstage*, yang relevan dalam kasus ini. Informan lebih suka diidentifikasi sebagai *Content Creator* di *frontstage*, namun juga memiliki minat dalam komedi. Karena itu, video-video yang dibuatnya sering mengadopsi gaya komedi. Selain itu, ada perbedaan dalam penampilan informan antara *frontstage* dan *backstage* yang merupakan hal yang biasa. Di depan publik, ia ingin terlihat menawan dan rapi, terutama di media sosial, tetapi di belakang layar, ia lebih nyaman tampil dengan pakaian seadanya atau bahkan menggunakan kostum unik yang ia sewa (Mahardika & Farida, 2019).

Dari latar belakang penelitian ini akan membahas bagaimana proses dramaturgi dalam identitas Adikah Soekarman yang ditampilkan pada akun media sosial @kadikasoeakarmn, dengan melihat ketiga panggung yaitu panggung depan dan panggung belakang. Sehingga memberikan gambaran pengolahan kesan yang menggambarkan diri dari konten kreator. Objek pada penelitian ini adalah konten kreator Kadika Soekarman dalam Instagram dan TikTok @kadikasoeakarmn. Alasan peneliti memilih @kadikasoeakarmn karena Akun ini memiliki jumlah pengikut yang bertambah secara signifikan dan telah mencapai kesuksesan dalam membangun identitas digitalnya, sehingga dapat memberikan wawasan yang berharga tentang strategi yang digunakan oleh konten kreator yang sukses.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

Bagaimana proses dramaturgi dalam identitas Adikah Soekarman yang ditampilkan pada akun media sosial @kadikasoekarmn?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk Mengetahui Bagaimana proses dramaturgi dalam identitas Adikah Soekarman yang ditampilkan pada akun media sosial @kadikasoekarmn?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dilakukan mengenai “Dramaturgi dalam identitas Adikah Soekarman yang ditampilkan pada akun media sosial @kadikasoekarmn” antara lain sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, mengenai pengembangan strategi pemasaran, peningkatan interaksi dengan *audiens*, pengolahan citra dan reputasi, pengembangan konten yang lebih menarik, memahami *trend* dan dinamika dalam presentasi diri di media sosial dan pemanfaatan dramaturgi dalam mengelola kesan di media sosial.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi positif terhadap kajian ilmu komunikasi terutama mengenai kajian dramaturgi yang dilakukan *influencer* dalam lingkup komunikasi massa di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agianto, R., Setiawati, A., Firmansyah, R., (2020). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP GAYA HIDUP DAN ETIKA REMAJA* (Vol. 7, Issue 2).
- Alyusi, S. D. (2016). *Media sosial : interaksi, identitas dan modal sosial: Vol. xvi* (2nd ed.). Kencana.
- Ariyani Iskandar, F., & Irawati, I. (2023). Penelitian Etnografi Virtual dalam Mengkaji Fenomena Masyarakat Informasi di Media Sosial: Tinjauan Literatur Sistematis. *ANUVA*, 7(4), 679–696.
- Aulia, H. (2023). *Presentasi Diri @Rianfahardhi Sebagai Presiden Gen Z di Media Sosial Tik Tok*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Azizah, F. N. (2023). Representasi Diri “Generasi Z” Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kelas 4a2 Mata Kuliah Metode Penelitian Kualitatif). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Dan Politik (KONASPOL)*, 1, 129. <https://doi.org/10.32897/konaspol.2023.1.0.2364>
- Cintiawati, N., & Naimah, T. 2015. Identitas Diri pada Remaja dari Keluarga Berbeda Agama (Studi Fenomenologi pada Remaja dari Keluarga dengan Latar Belakang Agama yang Berbeda). *Sainteks*, 12 (2).
- Daulay, S. A., & Wandini, R. R. (2023). Kesulitan Belajar Operasi Hitung Pembagian Pada Siswa Kelas IV MIS Hidayatussalam. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31904-31908.
- Defleur, M. L. (2014). *Theories of mass communication* (xiv).
- Devito, J. A. (2014). *The interpersonal communication* (15th ed.). Pearson education limited.
- Dahmiri, & Indrawijaya, S. (2017). *PENGANTAR BISNIS PENULIS* (1st ed.). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universita Jambi.

- Ferinia, R. (2020). *Komunikasi Bisnis*. yayasan kita menulis.
- Fitri, A. (2015). Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014. *Jurnal Interaksi*, 4(1), 101–108.
- Gainau, M. B. (2016). *Pengantar Metode Penelitian*. PT Kanisius.
- 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*, 1(1), 58–73. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.2>
- Griffin, E. (2003). *A First look at communication theory* (3rd ed.). McGraw-Hill Companies.
- Harianto, S., & Khuzaimah. (2023). Instagram Sebagai Media Berdramaturgi Dalam Membentuk Self-Image Virtual (Studi Pada Remaja Pengguna Instagram Di Kecamatan Sedan). *E-Journal Jurnal Pendidikan Sosiologi Undiksha Jurusan Sejarah, Sosiologi Dan Perpustakaan*, 5(2), 139–146.
- Indrananto, C. (2017). Dramaturgi dalam Komunikasi Politik Walikota Solo Joko Widodo. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v1i2.7817>
- Kennedy, H. (2018). Beyond anonymity, or future directions for internet identity research. *New Media and Society*, 8(6), 859–876. <https://doi.org/10.1177/1461444806069641>
- Kholis, A. (2020). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (1st ed.). Economic & Business Publishing.
- Mahardika, R. D., & Farida, F. (2019). Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(1), 101. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.774>
- Marta, R. F., Miletresia, & Fernandes, M. (2022). Reflections of Today's Teens Behavior: From Impressions on Social Media to Cognitive Dissonance. *Salus Cultura: Jurnal Pembangunan Manusia Dan Kebudayaan*, 2(1), 81–91.

<https://doi.org/10.55480/saluscultura.v2i1.49>

- Murrell, A. J., Jamie, K., & Penfold-Mounce, R. (2023). 'It was the easiest way to kind of announce it': exploring death announcements on social media through a dramaturgical lens. *Mortality*, 28(3), 411–428. <https://doi.org/10.1080/13576275.2021.1946496>
- Pamungkas, R. A., & Adnan, M. (2023). Citra Politik Kandidat Walikota Semarang dalam Instagram: Analisis Dramaturgi pada Pilwakot Semarang 2020. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(2), 77–86. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i2.2899>
- Priyadi, C. (2018). Analisis Dramaturgi Penampilan Anies Baswedan Dalam Kampanye Pilgub 2017. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 339–348.
- Purba, B., & Banjarnahor, A. R. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. yayasan kita menulis.
- R. C. Bogdan & S. K. Biklen. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Baco, Inc, 1982.
- R. Setiawan. "Dramaturgi Content Creator dalam Presentasi Diri di Instagram". *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, vol. 7, no. 2, 2019.
- Ramdhanu, C. A., Sunarya, Y., & Nurhudaya. 2019. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Identitas Diri. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3 (01), 7-17.
- Rakhmat, J. (2016). *Psikologi komunikasi* (24th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Rusdianah, M., & Witarti, D. iswardani. (2021). Pengelolaan Kesan Penyiar Radio: Studi Dramaturgi Erving Goffman Pada Indra "the Rain" Penyiar Program Malam-Malam I-Radio 89.6 Fm Jakarta. *Pantarei*, 5(2).
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., Gigih Permana, B., Kabupaten, P. B., Serdang, D., & Utara, S. (2024).

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal on Education*, 06(02).

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (xiv).
Alfabeta.

W.S. Littlejohn & A. K. Foss. *Encyclopedia of Communication Theory*. California:
SAGE Publication, Inc, 2009.