

Dramaturgi dalam Identitas dan Citra Influencer Musdalifah Basri pada Akun TikTok @musdalifahbasrii

Dramaturgy in the Identity and Image of Influencer Musdalifah Basri on the TikTok Account @musdalifahbasrii

Amelia Putri Az Zahra¹⁾, Nur Maghfirah Aesthetika²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: fira.estetika@umsida.ac.id

Abstract. Social media has become the primary platform for identity building in the digital age, with TikTok as a significant platform shaping trends through creative video content. This study aims to analyze the application of the front stage and back stage concepts in the identity formation of Musdalifah Basri and analyze how her self-image shapes her interactions with her followers on TikTok. Using a descriptive qualitative method, data was collected through non-participatory observation of the @musdalifahbasrii and @emde.team accounts, documentation, and literature review. To analyze the object, not all videos were sampled, but were specifically selected based on three main criteria. The results of the study show that Musdalifah strategically uses her main account as a front stage to present a consistent comedic persona through her appearance, style, and hyperbolic background. Uniquely, the backstage is deliberately exposed through her team's account (@emde.team) to show a simple and collaborative work process, in order to build an authentic image and closeness with the audience. This dual strategy has proven successful in creating very high audience interaction, although it tends to be one-way.

Keywords - identity; dramaturgy; influencer; self-image; TikTok

Abstrak. Media sosial telah menjadi platform utama untuk membangun identitas di era digital, dengan TikTok sebagai platform yang signifikan membentuk tren melalui konten video kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan konsep front stage dan back stage dalam pembentukan identitas Musdalifah Basri dan menganalisis bagaimana citra dirinya membentuk interaksi dengan pengikutnya di TikTok. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif pada akun @musdalifahbasrii dan @emde.team, dokumentasi, serta studi pustaka. Untuk menganalisis objek tersebut, tidak semua video dijadikan sampel, melainkan dipilih secara spesifik berdasarkan tiga kriteria utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Musdalifah secara strategis menggunakan akun utamanya sebagai front stage untuk menampilkan persona komedi yang konsisten melalui penampilan, gaya, dan latar yang hiperbolis. Uniknya, back stage sengaja diekspos melalui akun timnya (@emde.team) untuk menunjukkan proses kerja yang sederhana dan kolaboratif, guna membangun citra otentik dan kedekatan dengan audiens. Strategi ganda ini terbukti berhasil menciptakan interaksi audiens yang sangat tinggi, meskipun cenderung bersifat satu arah.

Kata Kunci – identitas; dramaturgi; influencer; citra diri; TikTok

I. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi platform utama bagi setiap orang untuk membangun identitas dan citra diri di era digital. Di antara berbagai platform, TikTok kini memegang peranan signifikan dalam membentuk tren sosial dan identitas penggunanya melalui konten video pendek yang kreatif [1]. Popularitasnya di Indonesia menurut laporan berjudul “Countries with the largest TikTok audience as of July 2024”, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, mencapai 157,6 juta pengguna [2].

Dengan menggunakan aplikasi TikTok, para pengguna dapat meningkatkan kreativitas mereka dengan memproduksi video yang menggabungkan berbagai aspek yang beragam dan menarik [3]. Media sosial memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengekspresikan diri dan menciptakan identitas digital mereka di samping memberikan hiburan. Istilah content creator atau influencer merujuk pada individu yang menghasilkan konten dan memiliki banyak pengikut di media sosial. Mereka berinteraksi serta membangun hubungan dengan audiensnya melalui konten yang bersifat inspiratif, menghibur, dan informatif [4].

Citra diri merupakan cara seseorang membentuk dan menampilkan dirinya agar dipersepsikan oleh orang lain baik melalui komunikasi verbal maupun nonverbal, dan juga dalam interaksi dengan lingkungan sosial seperti teman,

keluarga, dan orang-orang di sekitarnya [5]. Citra diri tidak hanya dipengaruhi oleh bagaimana seseorang ingin dilihat, tetapi juga oleh ekspektasi sosial dan norma yang berlaku di lingkungannya. Platform seperti TikTok memungkinkan individu untuk menciptakan citra tertentu yang dapat berbeda dari mereka di kehidupan nyata. Dengan demikian, citra diri di media sosial menjadi hasil dari kombinasi antara ekspresi pribadi dan respon dari lingkungan digital yang dinamis.

Peneliti tertarik dengan konten Musdalifah Basri di TikTok karena konten ini berisi parodi tentang sesuatu yang viral dan unik, tetapi disampaikan dengan membuat ekspresi wajah yang berlebihan, riasan wajah yang mencolok, menggunakan lipstik merah merona tetapi pakaiannya menyesuaikan konten yang ditiru, membuat videonya mudah diingat dan sangat menghibur. Cara penyampaiannya yang ekspresif dan apa adanya menciptakan daya tarik serta hubungan emosional, seolah mengajak penonton tertawa bersama.



Gambar1. Akun TikTok @musdalifahbasrii

Sejak akun TikTok @musdalifahbasrii dibuat, Musdalifah Basri telah mempunyai 3,1 juta pengikut dan 132,9 juta total likes, dan berhasil membangun identitas dan citra yang kuat sebagai seorang komedian melalui pendekatan humor, parodi, dan konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.



Gambar 2. Konten Musdalifah dengan judul hiburan setelah buka

Penelitian ini mengambil video dengan judul "Hiburan Setelah Buka" yang diunggah pada 12 Maret 2025. Video ini sangat populer dengan 648,8 ribu like dan 14 juta kali ditonton. Dalam video tersebut, Musdalifah memparodikan konten Atun dari Probolinggo yang cukup dikenal. Konten aslinya bercerita tentang beberapa wanita yang berjejer, dan salah satunya adalah pacar dari seorang pria yang matanya ditutup. Pria itu harus menebak pacarnya dengan cara meraba tangan wanita-wanita tersebut. Sayangnya, si pria salah memilih. Akibatnya, dia didorong bersama wanita yang salah oleh pacar aslinya. Akhirnya, pacar aslinya itu pergi dengan perasaan kesal.

Untuk memahami bagaimana proses pembentukan citra ini terjadi, penelitian ini menggunakan kerangka teori Dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman. Teori ini memandang interaksi sosial layaknya sebuah pertunjukan teater, di mana individu berperan sebagai aktor. Goffman membaginya menjadi dua panggung utama: panggung depan (front stage), tempat individu menampilkan versi diri yang ideal dan sesuai ekspektasi audiens [6].

Front Stage terdiri dari dua komponen utama, yaitu: Setting, latar belakang fisik, seperti tempat, dekorasi, atau atribut lain yang mendukung peran. Front Personal, yang terbagi menjadi dua bagian. Pertama, Penampilan, merujuk pada segala atribut fisik yang dikenakan atau dibawa oleh individu saat tampil di depan orang lain. Seperti pakaian, aksesoris, seragam, atau barang-barang lain. Kedua, Gaya, yang berfungsi untuk memperkenalkan peran yang akan dimainkan oleh individu tersebut di panggung depan. Seperti cara berbicara, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah. Kedua elemen ini berperan sebagai alat untuk memperkuat peran yang sedang dijalani [7].

Berbeda dari panggung depan yang bisa dilihat penonton, panggung belakang (back stage) adalah area pribadi yang tersembunyi. Di sinilah para aktor bisa menjadikan diri mereka sendiri dan melepas peran panggungnya. Semua

persiapan untuk pertunjukan, mulai dari latihan, diskusi, hingga bersantai, dilakukan di tempat ini. Intinya, panggung belakang adalah "dapur" tempat semua penampilan untuk panggung depan dirancang dan disiapkan secara rahasia [8].

Dalam studi yang dilakukan oleh Retasari Dewi dan Preciosa Alnashava Janitra [9] berjudul "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account di Instagram sebagai Alter Ego", penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan fitur multiple account di instagram sebagai bentuk pengelolaan dan representasi identitas diri di media sosial. Penelitian ini Mengadopsi metode penelitian kualitatif melalui pendekatan cyber ethnography serta teori dramaturgi, temuan studi ini mengungkapkan bahwa mahasiswa menciptakan akun kedua (second account) untuk berbagai maksud, seperti menjadi diary pribadi, wadah untuk berkomentar negatif terhadap selebriti, menampilkan sisi lain diri mereka, dan untuk tujuan bisnis. Penelitian ini menjelaskan bahwa akun kedua atau ketiga sering kali berfungsi sebagai "back stage", dimana identitas yang ditampilkan tidak selalu mencerminkan realitas mereka didunia nyata.

Penelitian yang berjudul "Dua Wajah Selebgram: Analisis Dramaturgi Goffman dalam Pengelolaan Akun Instagram" [10], Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan konsep panggung depan, panggung tengah, dan panggung belakang dalam penggunaan akun kedua oleh selebgram di Instagram. Dengan menerapkan metode kualitatif dan pendekatan teori Dramaturgi Goffman, data diperoleh melalui dokumentasi, wawancara, studi literatur, serta observasi. Temuan penelitian mengungkap bahwa panggung depan mengacu pada akun utama yang bersifat terbuka untuk publik, di mana selebgram berinteraksi dengan pengikutnya dan membangun citra profesional. Sementara itu, panggung tengah merupakan akun privat yang lebih mencerminkan sisi asli dari selebgram tersebut. Adapun panggung belakang menjadi ruang tertutup yang tidak dapat diakses oleh khalayak luas.

Penelitian terdahulu yang berjudul "Fenomena Dramaturgi dan Konstruksi Citra Diri Pengguna Second Account Instagram pada Kalangan Mahasiswa Fkip Untirta" [11]. Studi ini berfokus pada analisis mengenai cara mahasiswa membentuk citra diri mereka melalui akun utama dan akun kedua di Instagram. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara terhadap enam mahasiswa dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan umumnya membangun citra diri mereka di kedua akun dengan mempertimbangkan batasan-batasan yang sesuai dengan peran yang mereka jalankan.

Penelitian terdahulu dengan judul "Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram sebagai Self Disclosure" [12]. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis akun kedua sebagai panggung belakang di mana individu dapat membentuk peran dan mempresentasikan diri tanpa batasan seperti yang ada pada akun utama. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, studi ini mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara dengan mahasiswa. Temuan penelitian menunjukkan bahwa second account berfungsi sebagai bagian dari dramaturgi digital, memungkinkan pengguna untuk menjaga privasi, mengekspresikan kreativitas, serta memperkuat identitas daring melalui pengungkapan diri.

Penelitian terdahulu yang berjudul "Dramaturgi dalam Identitas dan Citra Influencer Kadeer Bachdim pada Akun Instagram D_Kadoor" [13]. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji identitas serta proses pembentukan citra Kadeer Bachdim melalui akun Instagram pribadinya, D_Kadoor. Studi ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, menggunakan metode focus group discussion (FGD), analisis dokumentasi, studi literatur, serta observasi. Hasil penelitian menunjukkan identitas dan citra yang dibangun Kadeer Bachdim pada instagramnya yang menggambarkan dirinya sebagai seorang ibu-ibu yang cerewet, berbeda dengan kehidupan nyatanya dimana Kadeer Bachdim adalah pria tulen dan seseorang yang pandai mengaji.

Penelitian terdahulu mengenai dramaturgi di media sosial telah banyak dilakukan. Sejumlah studi cenderung berfokus pada platform Instagram, khususnya menganalisis fenomena akun kedua (second account) sebagai representasi back stage. Studi lain juga mengkaji pembentukan citra influencer di Instagram yang menampilkan persona berbeda dari kehidupan nyata. Namun, riset yang spesifik menerapkan analisis dramaturgi pada dinamika konten di TikTok masih terbatas. Terlebih, belum ada penelitian yang secara mendalam mengkaji bagaimana seorang influencer komedi seperti Musdalifah Basri mengelola front stage (konten TikTok-nya) dan back stage (proses kreatif atau kehidupan di baliknya) untuk membangun identitas dan interaksi dengan audiensnya di platform tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk mengisi celah tersebut. Dengan memahami bagaimana Musdalifah Basri membangun citranya, kita dapat memperoleh wawasan mendalam tentang strategi konstruksi identitas di era dominasi TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan konsep front stage dan back stage dalam pembentukan identitas Musdalifah Basri dan menganalisis bagaimana citra dirinya membentuk interaksi dengan pengikutnya di TikTok. Secara spesifik, penelitian ini akan menjawab dua pertanyaan berikut:

1. Bagaimana Musdalifah Basri menerapkan konsep front stage dan back stage dalam membangun identitas dirinya secara daring?
2. Bagaimana citra yang dibangun oleh Musdalifah Basri membentuk interaksi dengan para pengikutnya di TikTok?

II. METODE

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena merupakan strategi penelitian yang bersifat menyeluruh untuk memahami dan menjelaskan suatu peristiwa dalam konteksnya yang alamiah [14]. Dalam pendekatan ini, peneliti berupaya memperoleh pemahaman yang mendalam terkait fenomena pembentukan citra diri dengan memperhatikan situasi dan permasalahan yang sulit diukur secara kuantitatif.

Objek dalam penelitian ini adalah konten-konten yang berkaitan dengan pembentukan citra diri yang dilakukan oleh influencer Musdalifah Basri. Untuk menganalisis objek tersebut, tidak semua video dijadikan sampel, melainkan dipilih secara spesifik berdasarkan tiga kriteria utama: video harus telah ditonton lebih dari 10 juta kali, memiliki konten back stage yang relevan dari akun TikTok @emde.team untuk memahami proses produksi, serta secara jelas merepresentasikan konsep front stage melalui elemen latar, penampilan, dan gaya. Dengan syarat diatas, peneliti memilih video yang berjudul “Hiburan setelah buka” yang telah tonton 13,8 juta kali, diunggah pada 12 Maret 2025.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kombinasi tiga teknik yang saling melengkapi. Proses utamanya adalah observasi non-partisipatif, di mana peneliti secara sistematis mengamati konten di akun TikTok @musdalifahbasrii dan @emde.team. Untuk mengidentifikasi penerapan konsep front stage dan back stage. Selama proses observasi ini, teknik dokumentasi diterapkan secara bersamaan untuk mengumpulkan dan mengarsipkan bukti-bukti, seperti tangkapan layar (screenshot). Seluruh data lapangan yang terkumpul kemudian diperkuat oleh studi pustaka yaitu proses mengumpulkan dan menganalisis teori serta konsep dari berbagai literatur yang relevan untuk membangun kerangka analisis penelitian yang kokoh [15].

Proses analisis data dalam penelitian ini mengadopsi model interaktif dari Miles dan Huberman yang berlangsung secara sistematis. Tahapan pertama adalah reduksi data, di mana semua data mentah yang terkumpul dari observasi dan dokumentasi disaring secara cermat. Dalam proses ini, data yang tidak relevan dikesampingkan, sementara data yang relevan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu elemen-elemen yang merepresentasikan front stage, konten yang menunjukkan sisi back stage. Setelah data tereduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data, di mana data yang telah terorganisir disajikan dalam bentuk teks naratif yang terstruktur. Tujuannya adalah untuk menggambarkan secara deskriptif bagaimana Musdalifah Basri membangun citra dirinya melalui konsep dramaturgi. Sebagai tahap akhir dari analisis, dilakukan penarikan kesimpulan, yang dirumuskan berdasarkan temuan dari data yang telah disajikan untuk menjawab secara mendalam rumusan masalah penelitian.

Untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas temuan, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data melalui beragam sumber untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Triangulasi diartikan juga sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu, triangulasi tidak hanya meningkatkan validitas tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti [16].

Dengan demikian, penggunaan triangulasi data diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas dan keandalan temuan penelitian ini. Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan menggabungkan data dari tiga sumber: (1) konten front stage di akun @musdalifahbasrii, (2) konten back stage di akun @emde.team, dan (3) teori dramaturgi dari studi literatur. Dengan demikian, interpretasi terhadap suatu fenomena tidak hanya berasal dari satu sudut pandang, melainkan diverifikasi dari berbagai sumber untuk meningkatkan keandalannya.

Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi yang membandingkan “front stage” dan “back stage”. Menurut pendekatan dramaturgi Goffman, manusia berusaha menciptakan peran-peran yang mereka harapkan akan muncul dalam diri seseorang ketika mereka berinteraksi. Manusia merupakan seorang aktor yang sedang memainkan sebuah peran. Adegan dalam drama dilihat sebagai sebuah pertunjukan, sebuah cerita yang disampaikan melalui simbol-simbol [17].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis konten video dari akun TikTok @musdalifahbasrii yang memparodikan konten milik Atun, seorang kreator dari Probolinggo. Dalam video aslinya, Atun berdiri berjajar dengan tiga wanita lain. Pacarnya harus menebak mana Atun hanya dengan meraba tangan mereka. Namun, si pacar salah menebak. Akibatnya, Atun mendorong pria itu dan pergi dengan wajah kesal. Video Musdalifah Basri ini menirukan kejadian tersebut.

Untuk memahami bagaimana influencer Musdalifah Basri membangun citra dirinya sebagai seorang komedian melalui kerangka teori dramaturgi Erving Goffman. Analisis difokuskan pada elemen-elemen front stage yang terdiri dari setting (latar), dan personal front (penampilan dan gaya) dan back stage yang meliputi persiapan aktor dibalik layar pertunjukan.

- A. Front stage (panggung depan) adalah arena di mana seorang aktor menampilkan pertunjukannya kepada audiens. Dalam konteks ini, seluruh konten video yang diunggah di akun TikTok @musdalifahbasrii

merupakan front stage yang dirancang secara cermat untuk membentuk citra dan persona tertentu. Video yang dianalisis secara spesifik menunjukkan bagaimana Musdalifah memanfaatkan panggung ini untuk menampilkan parodi dari sebuah tren yang sering ditemukan di media sosial.

1. Setting



Gambar 3. Setting tempat pada konten Musdalifah

Latar tempat diatas diambil di sebuah area terbuka berumput di kompleks perumahan, disesuaikan agar sesuai dengan setting pada video asli yang cuplikannya terlihat di pojok kiri atas. Tindakan meniru latar ini krusial karena berfungsi sebagai fondasi panggung yang langsung dikenali oleh audiens. Sehingga mereka dapat dengan cepat memahami konteks parodi yang sedang ditampilkan. Pada video diatas terlihat seorang pria yang ditutup matanya sedang memegang tangan seseorang yang memparodikan sebagai wanita yang dibuat sesuai dengan video yang ditiru.

2. Front Personal

Front Personal adalah elemen kunci dalam dramaturgi Goffman yang mencakup semua aspek yang melekat pada diri seorang aktor saat tampil, yang terdiri dari penampilan dan gaya.

a. Penampilan



Gambar 4. Menampilkan visualisasi pada kontennya

Karakter ini secara keseluruhan merupakan sebuah konstruksi komedi yang sengaja dirancang berlebihan untuk panggung depan (front stage). Hal ini dicapai melalui perpaduan riasan wajah yang berlebihan, terlihat dari bedak putih tebal, alis hitam lurus, dan lipstik merah yang tidak rapi. Pakaian disesuaikan sesuai dengan video yang diparodikan yakni, berupa kaos putih bergambar motor dengan tulisan "JAKARTA Tempo Doeoe". Tampilan ini kemudian disempurnakan dengan aksesoris mencolok seperti wig hitam, anting bulat emas yang besar, dan kalung, di mana semua elemen ini bekerja sama untuk menciptakan sebuah parodi yang sesuai, lucu, khas, dan mudah diingat oleh audiens.

b. Gaya



Gambar 5. Musdalifah dengan ekspresi wajahnya

Musdalifah Basri menampilkan ekspresi wajah yang berlebihan untuk menyesuaikan dengan karakter yang diparodikan. Pada video asli, ekspresi kesal yang ditampilkan Atun cenderung biasa saja. Namun, Musdalifah Basri saat memparodikannya menampilkan ekspresi kesal yang berlebihan, dengan mata melotot dan bibir yang manyun. Ekspresi wajah yang sengaja dibuat berlebihan ini menunjukkan unsur komedi dan hiperbola, yang memang menjadi ciri khas gaya komunikasi Musdalifah Basri di TikTok. Ini membuat parodinya semakin lucu dan menarik perhatian.

- B. Back stage meliputi persiapan aktor dibalik layar pertunjukkan. Dibawah ini adalah bukti screenshot yang menggambarkan kegiatan dibalik layar dari konten di akun @Musdalifahbasrii.



Gambar 6. Proses backstage pada konten Musdalifah Basri

Pada gambar pertama Musdalifah merias wajahnya sendiri, kemudian menggunakan wig dan riasan wajah yang putih, menggunakan lipstik merah, dan alis hitam lurus. Kemudian gambar kedua terlihat salah satu tim laki-laki yang berperan sebagai teman perempuan didalam adegan sedang di bantu untuk merapikan wignya. Selanjutnya gambar ketiga memperlihatkan tim dari Musdalifah merekam konten menggunakan satu handphone. Gambar keempat menampilkan interaksi Musdalifah bersama timnya yang berjumlah 5 orang. Penelitian ini mengungkap bahwa Musdalifah Basri secara jelas membedakan antara front stage dan back stage dalam pembuatan kontennya. Konten front stage diunggah melalui akun TikTok @musdalifahbasrii, sementara proses di balik layar dibagikan melalui akun @emde.team. Kesuksesan sebuah konten mereka terletak pada etos kerja yang mandiri, sederhana, dan kolaboratif. Kemandirian ini terbukti saat seorang aktor merias wajahnya sendiri untuk mendalami karakter parodinya, menunjukkan efisiensi dan kepemilikan peran yang kuat. Kesederhanaan menjadi pilar produksi mereka, di mana proses rekaman yang terlihat profesional ternyata hanya mengandalkan perangkat sehari-hari seperti kamera handphone. Hal ini membuktikan bahwa kreativitas lebih utama dari peralatan canggih. Semangat kolaborasi yang hangat terpancar dari momen para anggota tim yang saling membantu memakai properti seperti wig dan tertawa lepas bersama di lokasi syuting. Pada intinya, pendekatan produksi yang "apa adanya" ini justru menjadi kekuatan mereka. Menghasilkan konten yang terasa otentik, menghibur, dan membangun koneksi yang erat dengan para penontonnya.



Gambar 7. Interaksi penonton pada kolom komentar

Kolom komentar pada unggahan Musdalifah Basri menunjukkan tingginya tingkat interaksi di antara para pengikutnya. Dua dari banyaknya komentar yang ada, menarik perhatian karena jumlah like-nya yang tinggi. Komentar pertama berbunyi, "mana persis lagi, ekspresi atun banget dah" dan disukai oleh 69,1 ribu pengikut. Komentar kedua, "sih Atun udah gemoy ya" bahkan mendapatkan 26,8 ribu like. Dan yang terakhir "bajunya kobisaa samaa" dengan 14,6 ribu like. Para pengikutnya sering memberikan komentar apresiatif dan mengekspresikan keterlibatan emosional terhadap konten yang ia buat. Namun, interaksi ini cenderung bersifat satu arah dan lebih banyak terjadi antar pengikut itu sendiri, karena tidak ada balasan atau umpan balik dari Musdalifah Basri dalam kolom komentar tersebut. Meskipun demikian, tingginya volume respons ini tetap menjadi cerminan kuat atas antusiasme dan ketertarikan audiens terhadap setiap unggahannya.

Hasil analisis menunjukkan adanya pemisahan yang jelas antara panggung depan (front stage) yang ditampilkan di akun utama @musdalifahbasrii dan panggung belakang (back stage) yang diungkap melalui akun timnya, @emde.team. Pembahasan ini akan menginterpretasikan temuan tersebut untuk menjawab dua pertanyaan penelitian: bagaimana konsep dramaturgi diterapkan dan bagaimana citra yang terbangun membentuk interaksi dengan audiens.

Dalam menganalisis citra Musdalifah Basri sebagai seorang influencer TikTok, teori dramaturgi Erving Goffman menjadi sangat relevan. Goffman memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan teater, di mana individu menampilkan diri mereka di panggung depan dan mempersiapkan diri di panggung belakang [18]. Musdalifah Basri, sebagai seorang influencer, secara aktif mengelola "kesan" yang ingin ia sampaikan kepada pengikutnya melalui pemilihan konten, gaya berpakaian, dan cara berinteraksi.

Panggung Depan (Front Stage) yang ditampilkan Musdalifah adalah setiap elemen, mulai dari setting yang meniru video asli, penampilan (rias wajah medok, wig, dan kostum), hingga gaya (ekspresi wajah hiperbola) karena setiap ekspresi yang digunakan dalam komunikasi memiliki tujuan untuk menyampaikan makna tertentu [19]. Bagian dari personal front yang sengaja dirancang untuk menciptakan persona yang konsisten dan mudah dikenali. Temuan ini sejalan dengan teori Goffman, di mana aktor menggunakan berbagai atribut untuk memperkuat peran yang sedang dimainkan. Dalam kasus Musdalifah, perannya adalah seorang parodis. Dengan secara konsisten menampilkan persona ini, ia berhasil membangun citra yang kuat dan melekat di benak audiens.

Panggung Belakang (Back Stage), yang secara unik diungkap melalui akun @emde.team, menunjukkan sebuah konsep teori Goffman. Menurut Goffman [20], back stage adalah ruang privat tersembunyi. Namun, penelitian ini menemukan bahwa Musdalifah dan timnya justru secara sengaja menjadikan panggung belakang sebagai bagian dari pertunjukan. Pengungkapan proses produksi yang sederhana (menggunakan kamera handphone), mandiri (aktor merias diri), dan kolaboratif (saling bantu antar tim) bukanlah sebuah kebetulan. Ini adalah strategi untuk membangun narasi kedua: narasi tentang kualitas. Dengan menunjukkan back stage mereka yang apa adanya, mereka mengundang audiens untuk melihat sisi lain di balik layar, sehingga menciptakan ikatan yang lebih dalam dan rasa percaya.

Influencer tidak hanya menciptakan konten untuk konsumsi pasif, tetapi juga membangun komunitas melalui komunikasi dua arah yang melibatkan pengikut dalam proses kreatif dan interaksi sosial [21]. Para penonton tidak hanya mengomentari video, tetapi juga berinteraksi satu sama lain, menciptakan sebuah ruang untuk berbagi apresiasi dan tawa. Mereka berinteraksi dengan persona Musdalifah yang ditampilkan di panggung depan.

Fakta bahwa Musdalifah jarang membahas komentar secara langsung justru dapat memperkuat panggung dramatisnya. Dengan tidak terlibat dalam percakapan, ia menjaga batas antara sang "aktor" dan "penonton", membiarkan pesona karakternya berbicara sepenuhnya. Tingginya komentar, meskipun tanpa balasan, menjadi bukti keberhasilan pertunjukan tersebut. Ini mengindikasikan bahwa audiens menerima dan menikmati peran yang ia mainkan, dan interaksi di antara mereka menjadi bagian dari pengalaman menonton konten Musdalifah.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa Musdalifah Basri memanfaatkan panggung dramaturgi. Ia menggunakan front stage untuk menyajikan pertunjukan komedi yang menghibur dan back stage yang "terbuka" untuk membangun citra otentik dan relatable. Kombinasi inilah yang pada akhirnya tidak hanya membangun citra diri yang kuat, tetapi juga membentuk sebuah model interaksi audiens yang sangat loyal, meskipun bersifat satu arah.

VII. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa influencer TikTok Musdalifah Basri menggunakan teori dramaturgi untuk membangun citra komedinya melalui pengelolaan dua panggung. Di front stage (akun @musdalifahbasri), ia menampilkan persona parodi yang konsisten melalui konstruksi penampilan, gaya, dan setting yang hiperbolis. Uniknya, back stage (akun @emde.team) tidak disembunyikan, melainkan sengaja diekspos untuk menunjukkan proses kerja tim yang sederhana dan kolaboratif untuk membangun kedekatan dengan penonton. Pengungkapan proses produksi yang sederhana (menggunakan kamera handphone), mandiri (aktor merias diri), dan kolaboratif (saling bantu antar tim). Kombinasi kedua panggung ini terbukti berhasil menciptakan interaksi yang tinggi, meskipun bersifat satu arah. Pada intinya, keberhasilan Musdalifah terletak pada kemampuannya mengadaptasi teori Goffman di era digital, menyajikan pertunjukan yang menghibur di depan, sambil membangun kepercayaan melalui panggung belakang yang dikelola secara transparan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua serta kakak ternyata atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang tiada henti. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Nur Aini Shofiya Asy'ari serta Ibu Ainur Rochmaniah yang telah meluangkan waktu, memberikan kritik, serta saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini..

Terima kasih khusus juga untuk kedua sahabat penulis, Ningsih dan Leak, yang selalu memberi semangat dan meneman perjalanan ini. Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

REFERENSI

- [1] S. A. Fitri, S. Azkia, And L. Nursyabani, “Identitas Sosial Influencer Berhijab Di Media Sosial,” Vol. 9, Pp. 211–228, 2024.
- [2] G. Octaviana, “Jumlah Pengguna Tiktok Indonesia Semakin Melejit,” Radio Republik Indonesia.
- [3] T. N. Novitasari And S. P. Setyawati, “Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Mengembangkan Rasa Percaya Diri,” *Pros. Semdikjar* ..., Pp. 314–321, 2023, [Online]. Available: <Https://Proceeding.Unpkediri.Ac.Id/Index.Php/Semdikjar/Article/View/3667%0ahttps://Proceeding.Unpkedi ri.Ac.Id/Index.Php/Semdikjar/Article/Download/3667/2438>
- [4] W. Octavia Isroiisholikhah, “Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital,” *Sibatik J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. Dan Pendidik.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 121–128, 2022, Doi: 10.54443/Sibatik.V2i1.507.
- [5] L. C. Sugiono, “Citra Diri Vapers Perempuan Di Surakarta,” *Epository.Uksw.Edu*, Pp. 7–15, 2022, [Online]. Available: <Https://Repository.Uksw.Edu/Handle/123456789/26868>
- [6] F. A. Girnanfa And A. Susilo, “Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa Di Jakarta,” *J. New Media Commun.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 58–73, 2022, Doi: 10.55985/Jnmc.V1i1.2.
- [7] H. Rodas, “Dramaturgia,” *Dramaturgias*, No. 4, Pp. 109–112, 2017, Doi: 10.26512/Dramaturgias.V0i4.8523.
- [8] B. A. B. Ii, “Bab Ii Tinjauan Pustaka 2.1 Teori Dramaturgi Usm (1),” Pp. 10–21.
- [9] R. Dewi And P. A. Janitra, “Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego,” *J. Ilmu Komun.*, Vol. 8, No. 3, Pp. 340–347, 2018.
- [10] R. C. Putri, Z. F. Nurhadi, And H. Mujianto, “Two Faces Of Celebrities: Analysis Of Goffman’s Dramaturgy,” *Uho Commun. Sci. J. Res. J. Soc. Inf. Sci.*, Vol. 9, No. 1, Pp. 73–90, 2024.
- [11] N. Nurmala And R. Setiawan, “Fenomena Dramaturgi Dan Konstruksi Citra Diri Pengguna Second Account Instagram Pada Kalangan Mahasiswa Fkip Untirta,” *Edu Sociata J. Pendidik. Sosiol.*, Vol. 6, No. 1, Pp. 345–356, 2023, [Online]. Available: <Http://Jurnal.Stkipbima.Ac.Id/Index.Php/Es/Article/View/1336>
- [12] T. D. Bilqis, M. R. Alfiani, F. A. Gayatri, And Cuhandi, “Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure,” *Hum. J. Sosiohumaniora Nusant.*, Vol. 1, No. 2, Pp. 155–164, 2024, Doi: 10.62180/914e5g76.
- [13] U. N. Shabiriani, “Dramaturgi Dalam Identitas Dan Citra Influencer Kadeer Bachdim Pada Akun Instagram D_Kadoor,” *J. Nawala Vis.*, Vol. 3, No. 2, Pp. 81–86, 2021, Doi: 10.35886/Nawalavisual.V3i2.236.

- [14] A. Rachman, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, No. January. 2024.
- [15] A. Rizky Fadilla And P. Ayu Wulandari, “Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan data,” *Mitita J. Penelit.*, Vol. 1, No. No 3, Pp. 34–46, 2023.
- [16] A. A. Mekarisce, “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat,” *J. Ilm. Kesehat. Masy. Media Komun. Komunitas Kesehat. Masy.*, Vol. 12, No. 3, Pp. 145–151, 2020, Doi: 10.52022/Jikm.V12i3.102.
- [17] Sri Suneki & Haryono, “Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial,” Vol. Ii, No. 2, 2012.
- [18] E. Goffman, *The Presentation Of Self In Everyday Life*. Knopf Doubleday Publishing Group, 1959. [Online]. Available: [Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Sdt-Cdkv8pqc](https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Sdt-Cdkv8pqc)
- [19] J. R. Searle, *Studies In The Theory Of Speech Acts.* 1979. [Online]. Available: [Http://Books.Google.Com/Books?hl=En&Lr=&Id=Dhf27-Nv7pkc&Oi=Fnd&Pg=Pr6&Dq=Expression+And+Meaning+Studies+In+The+Theory+Of+Speech+Acts&Ots=Ywgn2w3dyc&Sig=1xq8ejakla3eobqejcxouyzvrk](http://Books.Google.Com/Books?hl=En&Lr=&Id=Dhf27-Nv7pkc&Oi=Fnd&Pg=Pr6&Dq=Expression+And+Meaning+Studies+In+The+Theory+Of+Speech+Acts&Ots=Ywgn2w3dyc&Sig=1xq8ejakla3eobqejcxouyzvrk)
- [20] Farhan Putra Ghaisani And E. Setiawan, “Dramaturgi Tiktokers Lokal Bandung,” *Bandung Conf. Ser. Public Relations*, Vol. 3, No. 1, Pp. 118–124, 2023, Doi: 10.29313/Bcspr.V3i1.5910.
- [21] H. Jenkins, *Convegence Culture*. 1967.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.