

## KONSTRUKSI KOMUNIKASI DIRI DAN IDENTITAS DIGITAL REMAJA DI TIKTOK: PENDEKATAN FENOMENOLOGIS DALAM BUDAYA PARTISIPATIF

Nisaul Mutmainnah Abdullah<sup>1</sup>, Alem Febri Sonni<sup>2</sup>, Muh. Akbar<sup>3</sup>

[abdullahnm24e@student.unhas.ac.id](mailto:abdullahnm24e@student.unhas.ac.id)<sup>1</sup>, [alemfebris@unhas.ac.id](mailto:alemfebris@unhas.ac.id)<sup>2</sup>, [muh.akbar@unhas.ac.id](mailto:muh.akbar@unhas.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Hasanuddin

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara remaja berkomunikasi dan menegosiasikan identitas diri di ruang publik digital. TikTok, sebagai platform video pendek, menyediakan ruang interaktif bagi remaja untuk mengekspresikan diri, membangun jejaring sosial, dan membentuk identitas digital melalui praktik budaya partisipatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana remaja mengonstruksi komunikasi diri, membangun identitas digital, dan merasakan makna subjektif saat menampilkan diri di TikTok. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif interpretatif dengan fokus fenomenologi, memungkinkan pendalaman pengalaman subjektif informan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan remaja berusia 15–22 tahun serta observasi digital konten TikTok mereka, termasuk tren, challenge, dan interaksi sosial. Analisis tematik mengaitkan praktik komunikasi diri dengan teori Goffman tentang dramaturgi sosial, Mead tentang interaksionisme simbolik, dan Jenkins tentang budaya partisipatif, menyoroti dimensi reflektif dan afektif identitas digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi diri di TikTok bersifat reflektif dan performatif, menyesuaikan diri dengan ekspektasi audiens dan algoritma platform. Identitas digital terbentuk melalui partisipasi aktif dalam budaya kolektif, seperti mengikuti tren, membuat konten kreatif, dan merespons interaksi sosial. Makna subjektif yang dirasakan remaja mencakup keinginan untuk dilihat, diakui, dan dipahami, serta penggunaan platform sebagai ruang ekspresi emosional dan reflektif. Temuan ini memperluas teori self-presentation, menunjukkan negosiasi antara keaslian diri dan tekanan sosial-algoritmik. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis, memperkaya literatur komunikasi digital remaja, serta mendukung pengembangan literasi digital yang mendukung ekspresi diri kreatif, inklusif, dan reflektif.

**Kata Kunci:** Identitas Digital, Komunikasi Diri, Tiktok, Budaya Partisipatif, Fenomenologi, Remaja.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara mendasar cara manusia berkomunikasi, membangun relasi, dan menegosiasikan identitas diri. Internet, media sosial, dan budaya partisipatif telah menciptakan ekosistem komunikasi baru yang bersifat terbuka, interaktif, dan visual (Fauzan et al., 2025; Kurniawati et al., 2024). Di era ini komunikasi tidak lagi berlangsung hanya melalui percakapan interpersonal, tetapi juga melalui representasi simbolik dan performatif yang ditampilkan di ruang digital. Setiap individu kini memiliki ruang untuk berbicara, mengekspresikan diri, sekaligus membangun citra dirinya di hadapan publik global (Suryati et al., 2025). Selain itu kemunculan platform berbasis video pendek seperti TikTok menghadirkan bentuk komunikasi yang bersifat multimodal, di mana visual, audio, teks, dan interaksi sosial berpadu untuk menciptakan narasi diri yang kompleks (Agustina, 2019; N. N. Putri et al., 2025). Transformasi ini menuntut individu untuk lebih reflektif dalam menampilkan diri karena setiap interaksi digital dapat meninggalkan jejak permanen dan memengaruhi persepsi public (Sri Mega Hayatunpus, 2025).

Fenomena ini tampak paling kuat di kalangan remaja, generasi yang tumbuh dan

berkembang di tengah arus digitalisasi yang masif. Remaja tidak hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi juga kreator dan distributor makna di ruang daring (Wibowo & Ayuningtyas, 2025). Platform seperti TikTok menjadi wadah utama bagi mereka untuk menyalurkan ekspresi, membangun jejaring sosial, dan menunjukkan eksistensi diri. Dengan format video pendek dan algoritma yang adaptif, TikTok memungkinkan pengguna memperoleh perhatian publik secara cepat dan luas, menjadikannya arena baru bagi praktik komunikasi diri yang dinamis (Nurfaiza, 2025; Visioner Jurnal et al., 2025). Penggunaan TikTok oleh remaja tidak sekadar mengikuti tren, tetapi juga memunculkan fenomena pembelajaran sosial informal, di mana pengguna belajar menafsirkan simbol, memahami interaksi sosial digital, dan menyesuaikan ekspresi diri agar diterima oleh komunitas daring (Fitrianti et al., 2025). Dalam konteks ini platform berfungsi sebagai ruang eksperimen identitas yang memberi remaja kesempatan untuk mengeksplorasi diri, belajar refleksi sosial, dan mengembangkan kemampuan kreatif.

Komunikasi diri tidak lagi bersifat privat seperti dalam konsepsi klasiknya, melainkan tampil dalam bentuk publik dan performative (Sri Mega Hayatunlupus, 2025). Remaja menggunakan fitur TikTok seperti sound trends, caption, filter, dan duet sebagai medium simbolik untuk membangun narasi tentang dirinya. Mereka menampilkan versi terbaik dari dirinya sesuai ekspektasi sosial yang berlaku di komunitas digitalnya. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi diri kini menjadi praktik sosial yang berorientasi pada impresi dan penerimaan publik, bukan semata ekspresi pribadi (Egi Regita et al., 2024). Selain itu pengelolaan konten digital juga menuntut perencanaan strategis, di mana pemilihan musik, efek visual, hingga timing unggahan dapat memengaruhi jangkauan dan respons audiens (Siregar & Mesra, 2025). Komunikasi diri menjadi aktivitas yang menggabungkan refleksi personal, kreatifitas, dan adaptasi terhadap norma sosial digital.

Perspektif dramaturgi Erving Goffman relevan digunakan untuk memahami fenomena ini (Nurfaizi et al., 2023). Dalam pandangan Goffman, kehidupan sosial ibarat pertunjukan di mana individu memainkan peran di hadapan audiens. Konsep front stage dan back stage menjelaskan bagaimana seseorang mengatur citra dirinya di ruang publik sekaligus menyembunyikan bagian tertentu di ruang privat (Mokos, 2025). Namun, di platform seperti TikTok, batas antara kedua panggung ini menjadi kabur. Setiap tindakan dapat terekam, dibagikan, dan diinterpretasikan oleh publik, menjadikan proses pengelolaan kesan (*impression management*) jauh lebih kompleks dan cair. Proses ini menekankan bahwa remaja harus menyeimbangkan antara autentisitas diri dan citra yang diinginkan, sehingga konsep dramaturgi Goffman diperluas ke konteks digital di mana audiens bukan hanya manusia, tetapi juga algoritma yang memengaruhi eksposur konten (Azharu et al., 2025; Bilqis et al., 2024).

Teori interaksionisme simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead memberi kerangka penting untuk melihat bagaimana identitas digital terbentuk melalui interaksi sosial (Rahayu & Widiensyah, 2025). Diri tidak muncul secara tunggal atau otonom, melainkan lahir dari proses pertukaran simbol dan makna yang terus-menerus dengan orang lain. Dalam konteks TikTok, interaksi terjadi melalui komentar, likes, shares, dan partisipasi dalam tren yang sedang berlangsung (W. N. Putri et al., 2024). Identitas digital remaja terbentuk melalui cermin sosial digital bagaimana mereka dilihat, direspons, dan diterima oleh komunitas daring (Jeany Riska Anjellina, Mohammad Nasyirudin, Novita Setyoningrum, 2025). Proses ini juga menunjukkan pentingnya *feedback loop* sosial, di mana persepsi audiens dan pengalaman subjektif pengguna saling memengaruhi, membentuk narasi identitas yang berlapis dan dinamis.

Dinamika ini tidak dapat dilepaskan dari konsep budaya partisipatif (*participatory culture*) sebagaimana dikemukakan oleh Henry Jenkins. Budaya partisipatif menggambarkan kondisi di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga produsen aktif yang turut menciptakan, memodifikasi, dan menyebarkan makna (Wijanarka, 2025). TikTok adalah wujud konkret dari budaya ini setiap pengguna dapat mengambil bagian dalam tren, membuat remix dari video orang lain, atau menciptakan challenge baru yang mengundang partisipasi massal (Aqilla Lajnah Panayitsa & Panji Al Falah, 2024). Praktik-praktik ini menjadikan identitas digital bukan sesuatu yang statis, melainkan hasil negosiasi berkelanjutan antara diri dan komunitas. Selain itu, fenomena ini membuka ruang untuk pembelajaran kolaboratif, di mana remaja mempelajari norma sosial, estetika visual, dan strategi komunikasi yang efektif melalui partisipasi aktif dalam ekosistem digital (N. N. Putri et al., 2025).

Popularitas dan kemudahan akses tersebut terdapat persoalan yang menarik untuk dikaji secara akademik: bagaimana remaja sebenarnya memaknai proses komunikasi diri yang mereka lakukan di TikTok? Apakah identitas yang mereka tampilkan merupakan cerminan diri yang autentik, atau justru konstruksi sosial yang dibentuk untuk memenuhi ekspektasi audiens digital? Pertanyaan ini penting karena ruang digital tidak hanya menyediakan kebebasan berekspresi, tetapi juga menciptakan tekanan sosial baru yang memengaruhi cara individu menampilkan dirinya. Tekanan ini muncul dari algoritma, norma komunitas, serta mekanisme likes dan komentar yang memberi sinyal penerimaan atau penolakan sosial, sehingga remaja harus secara terus-menerus menegosiasikan identitasnya dalam ruang publik digital.

Sejumlah penelitian terdahulu memang telah mengkaji perilaku remaja di media sosial, seperti hubungan antara penggunaan TikTok dengan kesehatan mental, ketergantungan digital, dan pembentukan citra tubuh (Sari & Abidin, 2019). Sebagian besar studi tersebut masih berfokus pada aspek psikologis atau dampak sosial, bukan pada pengalaman subjektif dan makna yang dibangun individu dalam proses komunikasi dirinya (Alamsyah et al., 2025; Masduki et al., 2025). Masih jarang penelitian yang menggabungkan perspektif komunikasi diri, identitas digital, dan budaya partisipatif secara utuh dalam kerangka fenomenologis (Lestari et al., 2024). Dengan demikian terdapat gap penelitian yang penting untuk diisi, yaitu pemahaman mendalam mengenai pengalaman remaja sebagai produser sekaligus konsumen makna di platform digital.

Penelitian ini hadir untuk menggali pengalaman subjektif remaja dalam mengonstruksi komunikasi diri dan identitas digital melalui partisipasi di TikTok. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, penelitian ini bertujuan memahami bagaimana remaja menampilkan dirinya, bagaimana identitas digital mereka terbentuk, serta apa makna yang mereka rasakan dalam praktik komunikasi di ruang digital yang interaktif. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian komunikasi digital, tetapi juga memperkaya pemahaman mengenai pembentukan diri generasi muda dalam lanskap budaya partisipatif yang terus berkembang, sekaligus menjadi referensi bagi literasi digital, pendidikan, dan praktik sosial yang relevan dengan pengalaman remaja di era media sosial.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan metode fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif remaja dalam mengonstruksi komunikasi diri dan identitas digital di TikTok. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pemahaman makna dan kesadaran pengalaman

individu dalam konteks budaya partisipatif (Sugiyono, 2019). Menurut Moustakas (1994) dan van Manen (1990), fenomenologi berupaya menyingkap esensi dari suatu fenomena berdasarkan pengalaman langsung partisipan, sehingga mampu mengungkap makna terdalam dari praktik komunikasi yang dialami remaja di ruang digital.

Subjek penelitian ini adalah remaja pengguna aktif TikTok berusia 15–22 tahun, yang secara konsisten membuat dan membagikan konten di platform tersebut. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling, berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman yang relevan dan mampu merefleksikan praktik komunikasinya secara mendalam (Kakiy, 2025). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi digital, dengan memperhatikan aktivitas komunikasi, gaya penyajian diri, serta interaksi simbolik yang muncul dalam konten TikTok.

Analisis data dilakukan mengikuti langkah-langkah fenomenologi Moustakas, yaitu bracketing, horizontalization, pengelompokan tema, dan deskripsi esensi pengalaman (Rijali, 2019). Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menerapkan triangulasi metode dan member checking guna memastikan interpretasi sesuai dengan makna yang dimaksud informan. Seluruh proses penelitian dilakukan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian sosial, termasuk persetujuan sadar dan kerahasiaan identitas partisipan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Konstruksi Komunikasi Diri Remaja di Platform TikTok**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja mengonstruksi komunikasi diri di TikTok melalui proses self-presentation yang bersifat reflektif dan performatif. TikTok menjadi ruang aman bagi mereka untuk mengekspresikan sisi diri yang tidak selalu bisa ditampilkan di dunia nyata. Sebagian informan menegaskan bahwa platform ini memberi kebebasan untuk bereksperimen dengan identitas visual dan emosional, sekaligus memungkinkan validasi sosial melalui interaksi digital. Seorang informan, R (17 tahun), menuturkan:

“Kalau di dunia nyata aku agak pendiam, tapi di TikTok aku bisa lebih ekspresif. Kadang cuma lewat video lucu, tapi orang jadi tahu aku suka ngelawak. Kadang aku bikin video drama atau monolog lucu, biar orang bisa lihat sisi lainku.”

Ungkapan ini menunjukkan bahwa remaja menampilkan versi diri yang lebih bebas dan terkurasi. Mereka memilih potongan kehidupan seperti hobi, gaya berpakaian, ekspresi emosi, atau aktivitas keseharian untuk membangun citra diri yang diinginkan. Konten yang diunggah sering kali berupa video lipsync, transisi outfit, daily vlog, atau POV (Point of View), yang menekankan narasi pengalaman personal dan membentuk identitas performatif di ruang digital. Misalnya, beberapa video menampilkan “Before-After Makeover” atau Dance Challenge yang sedang viral, di mana pengguna mengekspresikan kreativitas sekaligus menegaskan gaya pribadi.

Tindakan ini mencerminkan intersubjektivitas digital, di mana makna diri dibangun melalui relasi simbolik antara pembuat konten dan audiens. Proses ini selaras dengan teori Mead (1934) tentang self as social process, yang menekankan bahwa kesadaran diri muncul melalui interaksi sosial yang memberi makna pada tindakan seseorang. Di TikTok, interaksi tersebut dimediasi oleh algoritma, di mana “like”, “view”, komentar, dan share berfungsi sebagai umpan balik yang membentuk citra diri digital. Seorang informan lain, M (16 tahun), mengungkapkan:

“Aku kadang lihat berapa orang like atau komen, terus kalau responnya bagus, aku merasa videoku diterima. Kalau sedikit yang nonton, aku mikir ulang gaya dan kontennya.”

Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi diri di TikTok tidak sekadar spontan,

tetapi strategis dan adaptif mengikuti norma sosial, tren visual, dan mekanisme algoritma. Hal ini memperluas konsep front stage dan back stage Goffman (1959). Di dunia nyata, panggung depan adalah interaksi tatap muka; di TikTok, panggung depan menjadi ruang digital yang dikurasi algoritma, di mana eksposur konten memengaruhi persepsi sosial tentang diri.

Penelitian ini sejalan dengan Sri Mega Hayatunpus (2025) yang menemukan generasi Z menggunakan media sosial untuk membangun citra diri melalui performa visual. Namun, penelitian ini menambahkan dimensi baru: algoritma TikTok bukan hanya menampilkan konten, tetapi juga “mengajarkan” pengguna tentang norma estetika dan ekspektasi publik. Banyak informan meniru gaya editing, filter, pose, atau musik viral agar tetap relevan di FYP (For You Page). Fenomena ini menunjukkan adanya komunikasi diri yang terarah algoritma, yang belum banyak dibahas dalam literatur sebelumnya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Rarame (2025), yang menyatakan TikTok merupakan ruang ekspresi autentik tanpa tekanan sosial. Di sini, ditemukan ambivalensi: sebagian informan merasa perlu menyesuaikan diri dengan tren agar tetap terlihat. Informan L (19 tahun) menyatakan:

“Kalau videoku nggak ikut tren, biasanya sepi banget. Kadang aku bikin konten bukan karena mau, tapi biar tetap muncul di FYP.”

Temuan ini menunjukkan komunikasi diri di TikTok tidak sepenuhnya otonom. Di sinilah terjadi dialektika antara “diri yang autentik” dan “diri yang diidealkan”. Reaksi audiens dan algoritma membentuk feedback loop yang memengaruhi konten selanjutnya, menciptakan pola self-regulation dan self-surveillance digital. Analisis konten TikTok menunjukkan pola konsistensi gaya visual. Misalnya, unggahan dengan tema “Get Ready With Me” menampilkan rutinitas harian disertai musik dan efek visual tertentu yang menjadi ciri khas akun pengguna. Video lain menampilkan transition editing, efek teks, atau voice-over narration yang konsisten dengan citra diri yang ingin ditonjolkan. Pola ini menunjukkan bahwa komunikasi diri tidak hanya dilakukan lewat tindakan verbal, tetapi juga melalui desain visual, narasi, dan estetika media sebuah ekspresi diri multimodal.

Terdapat dinamika reflektif remaja menyadari bahwa performa mereka di TikTok memengaruhi persepsi diri dan penerimaan sosial. Proses ini sesuai dengan pendekatan fenomenologi Moustakas (1994), yang menekankan self-reflective consciousness kesadaran subjektif tentang pengalaman diri yang muncul melalui interaksi dengan dunia sosial. Dengan kata lain, TikTok menjadi “cermin digital” di mana remaja mengamati, menilai, dan menegosiasikan identitas mereka sendiri.

Konstruksi komunikasi diri di TikTok merupakan perpaduan antara kesadaran personal, interaksi sosial, performa visual, dan adaptasi algoritmik. Penelitian ini memperluas teori Goffman tentang self-presentation, dengan menambahkan dimensi digital di mana panggung depan bukan hanya ruang sosial, tetapi juga ruang data yang dikurasi algoritma. Hasil ini menunjukkan bahwa identitas digital remaja bersifat dinamis, performatif, dan terus dinegosiasikan, menandai cara baru generasi muda berkomunikasi dan memahami diri di era budaya partisipatif.

## **2. Pembentukan Identitas Digital Remaja Melalui Budaya Partisipatif**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan identitas digital remaja di TikTok terjadi melalui keterlibatan aktif dalam budaya partisipatif, yang mencakup praktik berbagi, meniru, dan menciptakan ulang konten. Sebagian besar informan menyatakan bahwa ikut tren dan challenge bukan sekadar hiburan, tetapi strategi untuk terlihat eksis di komunitas daring. Seorang informan, A (18 tahun), menuturkan:

“Kalau ikut tren yang lagi viral, rasanya kayak nggak ketinggalan. Banyak juga teman

yang jadi tahu akun aku dari challenge itu.”

Fenomena remaja aktif di TikTok menegaskan gagasan Jenkins (2006) tentang *participatory culture*, di mana individu tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif konten, tetapi juga sebagai produsen aktif makna yang sering disebut sebagai *prosumer*. Dalam konteks TikTok, setiap remaja yang membuat, mengunggah, atau memodifikasi video berpartisipasi dalam jaringan sosial digital yang sangat luas, di mana konten mereka dapat dilihat, dikomentari, di-like, atau dibagikan oleh ribuan hingga jutaan pengguna lain. Aktivitas ini bukan sekadar hiburan atau interaksi sederhana, melainkan proses pembelajaran sosial yang kompleks, di mana remaja belajar mengekspresikan diri, menafsirkan norma sosial digital, dan menyesuaikan diri dengan ekspektasi komunitas online.

Individu memperoleh pengalaman belajar melalui keterlibatan langsung dalam komunitas, baik secara kreatif maupun sosial. Di TikTok, remaja belajar tentang narasi visual, ritme konten viral, teknik editing, pemilihan musik, hingga penggunaan hashtag yang relevan. Misalnya, seorang remaja yang mengikuti *dance challenge* tidak hanya meniru gerakan orang lain, tetapi juga menambahkan elemen personal seperti ekspresi wajah, kostum, atau gaya unik yang merepresentasikan identitasnya. Dengan cara ini, mereka tidak hanya menjadi konsumen konten yang menonton video viral, tetapi juga produsen konten yang memberi makna baru pada tren tersebut. Proses ini memperlihatkan dinamika *co-creation*, di mana makna budaya terbentuk melalui kolaborasi antara berbagai pengguna sekaligus algoritma platform.

Dari observasi dan wawancara ditemukan bahwa remaja menyesuaikan konten mereka dengan “bahasa visual TikTok”, seperti musik viral, hashtag challenge, format video *before-after*, filter populer, hingga *transition editing*. Informan N (20 tahun) mengatakan:

“Aku nggak jago nari, tapi kalau ikut tren itu views-nya banyak. Jadi lama-lama aku kayak punya gaya khas sendiri, orang jadi tahu itu aku.”

Analisis ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam budaya digital memberi peluang bagi individu untuk mengembangkan identitas unik, meskipun awalnya mengikuti pola atau tren yang seragam. TikTok menyediakan format konten dan gaya visual yang relatif seragam misalnya *dance challenge*, *transition video*, atau *lip-sync* namun dalam batas-batas itu, setiap remaja memiliki ruang untuk mengekspresikan ciri khasnya sendiri. Misalnya, penggunaan musik tertentu, gestur tubuh, pemilihan filter, atau elemen humor personal dapat menjadi tanda identitas yang membedakan satu individu dengan yang lain. Hal ini memperlihatkan bagaimana budaya partisipatif tidak hanya menekankan peniruan, tetapi juga mendorong kreativitas diferensiatif, di mana individu menegosiasikan identitas mereka melalui modifikasi, improvisasi, dan personalisasi konten. Fenomena ini sejalan dengan konsep *becoming* van Manen (1990), yang menekankan bahwa identitas adalah proses yang terus berkembang melalui pengalaman dan refleksi, bukan entitas statis yang diberikan oleh norma sosial atau tren.

Perspektif fenomenologi menekankan bahwa pengalaman subjektif menjadi inti dari pembentukan identitas digital. Setiap tindakan remaja mulai dari memilih tren, mengedit video, hingga memutuskan kapan dan bagaimana mengunggah konten merupakan proses reflektif yang memengaruhi cara mereka memahami diri sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh komunitas digital. Proses ini menunjukkan adanya kesadaran kritis terhadap diri sendiri, di mana remaja mempertimbangkan ekspektasi sosial, algoritma platform, dan aspirasi pribadi secara bersamaan. Dalam konteks ini, TikTok bukan hanya ruang hiburan atau komunikasi, tetapi juga arena eksperimen identitas, di mana individu belajar menyeimbangkan tekanan untuk mengikuti tren dengan keinginan untuk

mengekspresikan diri secara unik. Budaya partisipatif mendukung pembentukan identitas yang bersifat dinamis, adaptif, dan personal mengubah pengalaman digital menjadi medium reflektif untuk diferensiasi diri.

Penelitian ini sejalan dengan (Mahmudah et al., 2023) yang menekankan bahwa budaya partisipatif di TikTok memperkuat rasa kebersamaan (*sense of belonging*) dan identitas sosial generasi muda. Namun penelitian ini menambahkan temuan baru: adanya paradoks di mana partisipasi tinggi dapat menimbulkan konformitas estetis. Informan S (17 tahun) mengungkapkan:

“Kalau gaya videonya beda banget dari yang lain, kadang malah dikatain ‘cringe’. Jadi ya, aku tetap ikut gaya tren biar aman.”

Fenomena ini tidak sejalan dengan (Sinaulan, 2025), yang menilai TikTok sebagai ruang bebas bagi kreativitas tanpa tekanan sosial. Dalam konteks Jenkins, kondisi ini termasuk *negotiated participation*, di mana pengguna aktif namun tetap menyesuaikan diri dengan batasan budaya dan algoritma platform.

wawancara dengan F (18 tahun) menunjukkan dimensi afektif dan emosional:

“Kadang aku bikin video bukan karena trending, tapi biar teman-teman bisa relate sama apa yang aku rasain. Rasanya senang kalau mereka ngerti.”

Pernyataan ini menegaskan bahwa identitas digital remaja di TikTok tidak hanya terbatas pada aspek visual atau performatif, seperti pilihan gaya, kostum, musik, atau format video, tetapi juga mencakup dimensi emosional dan reflektif yang mendalam. Setiap konten yang diunggah bukan sekadar menunjukkan citra diri kepada audiens, tetapi juga menjadi medium bagi remaja untuk mengekspresikan perasaan, aspirasi, dan pengalaman pribadi mereka. Dalam perspektif fenomenologi Moustakas (1994), pengalaman subjektif seperti ini sangat penting, karena kesadaran diri muncul melalui refleksi terhadap pengalaman hidup dan interaksi dengan lingkungan sosial. Di TikTok, remaja secara sadar mengelola bagaimana mereka ingin dipersepsikan, menilai reaksi audiens melalui like, komentar, atau share, serta memutuskan kapan dan bagaimana mengekspresikan diri mereka, yang menunjukkan proses refleksi berlapis antara identitas internal dan ekspektasi eksternal.

Observasi konten TikTok dan hasil wawancara menunjukkan bahwa simbol-simbol identitas kelompok seperti penggunaan slang, *gesture* khas, pilihan pakaian, dan gaya humor generasi Z sering muncul dalam video yang dibuat remaja. Misalnya, video POV tentang situasi sekolah, interaksi pertemanan, atau pengalaman sehari-hari menampilkan cara remaja mengekspresikan diri sekaligus menegosiasikan posisi sosial mereka dalam komunitas digital. Perspektif Mead (1934) menekankan bahwa identitas terbentuk melalui proses refleksi dalam “cermin sosial” komunitas, di mana individu memandang dirinya melalui interaksi dengan orang lain. TikTok memperluas konsep ini ke ranah virtual yang dinamis, memungkinkan remaja tidak hanya berefleksi melalui tatap muka, tetapi juga melalui interaksi digital, respons audiens, dan mekanisme algoritmik, sehingga identitas urban remaja terus dibentuk, dinegosiasikan, dan direfleksikan secara real-time dalam ekosistem sosial media yang partisipatif.

Hal ini memperlihatkan adanya kesadaran ganda: remaja menilai diri sendiri berdasarkan penerimaan sosial dan ekspektasi algoritmik. Identitas digital terbentuk melalui negosiasi berlapis antara diri subjektif, komunitas, dan teknologi. Identitas digital remaja di TikTok adalah hasil proses multidimensional: kombinasi keinginan berekspresi, kebutuhan diterima, tekanan sosial, algoritma platform, dan refleksi subjektif. Budaya partisipatif memfasilitasi ekspresi diri, diferensiasi identitas, dan pemahaman eksistensi di dunia digital. TikTok menjadi arena performatif, reflektif, dan kolaboratif di mana remaja terus menegosiasikan siapa diri mereka, memperluas teori Jenkins tentang *participatory culture*

ke ranah komunikasi digital yang kompleks.

### **3. Makna Subjektif Remaja dalam Menampilkan Diri di TikTok**

Makna subjektif yang dialami remaja ketika menampilkan diri di TikTok tidak dapat dipisahkan dari perasaan eksistensial untuk “dilihat, diakui, dan dipahami.” Aktivitas membuat dan membagikan video bagi sebagian besar informan bukan sekadar hiburan, tetapi juga merupakan proses pencarian jati diri dan pengelolaan pengalaman emosional. Sebagai contoh, informan D (18 tahun) menyatakan:

“Kalau bikin konten yang sesuai suasana hati, kayaknya plong aja. Kadang orang komentar ‘aku juga ngerasain hal itu’, rasanya kayak nggak sendiri.”

Menegaskan bahwa menampilkan diri di TikTok menjadi semacam pengalaman terapeutik, di mana remaja menemukan ruang untuk mengekspresikan perasaan, memvalidasi pengalaman pribadi, dan membangun rasa keterhubungan sosial. Dalam kerangka fenomenologi Moustakas (1994), pengalaman tersebut merupakan bentuk self-awareness atau kesadaran diri yang muncul ketika individu menghayati dirinya sebagai bagian dari dunia sosial. Bagi remaja, makna menampilkan diri tidak hanya terletak pada respons yang diterima dari audiens, tetapi juga pada proses internal menyadari keberadaan diri dalam relasi digital yang saling memantulkan makna.

Dari observasi konten dan wawancara terlihat bahwa banyak remaja menggunakan narasi personal dan simbol visual untuk mengekspresikan kondisi batin. Misalnya, teks “healing journey”, filter redup, musik melankolis, atau format video yang menekankan suasana hati tertentu. Informan G (19 tahun) menambahkan:

“Aku sering bikin video pas lagi sedih atau capek, tapi nggak posting langsung. Kadang baru aku unggah kalau ngerasa teman-teman bakal ngerti. Rasanya kayak cerita sama orang yang paham.”

Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi di TikTok tidak sekadar bersifat representatif atau sekadar menampilkan citra visual diri, melainkan juga memiliki dimensi afektif dan reflektif yang kompleks, di mana remaja membentuk identitas digitalnya melalui pengalaman subjektif yang penuh makna. Dalam konteks ini, setiap konten yang dibuat mulai dari video harian, lipsync, dance challenge, hingga narasi personal merupakan medium untuk mengekspresikan emosi, aspirasi, dan refleksi diri, sekaligus menjadi sarana bagi remaja untuk mengeksplorasi “siapa diri mereka” dalam interaksi sosial digital. Perspektif fenomenologi van Manen (1990) menekankan bahwa identitas tidaklah statis, melainkan proses becoming, di mana pengalaman, refleksi, dan interaksi membentuk pemahaman diri secara terus-menerus.

Interaksi dengan audiens melalui komentar, like, dan share memberikan validasi emosional yang signifikan; respons tersebut tidak hanya memperkuat rasa percaya diri, tetapi juga dapat menantang persepsi diri ketika ekspektasi tidak terpenuhi, sehingga TikTok berfungsi sebagai cermin sosial digital arena di mana remaja dapat melihat pantulan identitas mereka, menilai relevansi dan penerimaan sosial, serta menyesuaikan cara menampilkan diri. Dalam proses ini, pengalaman subjektif, tekanan sosial, dan algoritma platform saling berinteraksi, menciptakan dinamika yang membentuk identitas digital remaja secara multifaset: di satu sisi memberikan ruang untuk ekspresi autentik, di sisi lain memunculkan kesadaran akan batasan sosial dan estetika yang harus dinegosiasikan. Akhirnya, komunikasi di TikTok menjadi praktik reflektif yang menegaskan bahwa identitas digital adalah hasil interaksi berlapis antara diri, komunitas, dan teknologi, sebuah proses pembelajaran sosial dan emosional yang unik di era budaya partisipatif digital.

Menariknya sebagian remaja menunjukkan ambivalensi emosional terhadap pengalaman tampil di TikTok. Kepuasan yang muncul dari apresiasi audiens seringkali



berbanding lurus dengan kecemasan atau rasa tidak aman ketika respons rendah atau mendapat komentar negatif. Informan F (20 tahun) menyebut:

“Kadang pas videonya nggak rame, aku jadi ngerasa kayak ada yang salah sama aku. Padahal cuma video.”

Pernyataan ini mengilustrasikan paradoks komunikasi digital: di satu sisi memberi ruang untuk aktualisasi diri, di sisi lain menumbuhkan ketergantungan pada validasi eksternal. Dalam konteks ini, algoritma TikTok tidak hanya berperan sebagai pengatur visibilitas, tetapi juga sebagai cermin emosional yang memengaruhi persepsi diri, ekspektasi, dan keputusan kreatif pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian Najah et al (2021), yang menemukan bahwa TikTok berperan sebagai ruang pembentukan makna emosional bagi remaja, di mana berbagi cerita pribadi dapat memperkuat rasa eksistensi digital dan kebersamaan emosional. Kemudian juga sejalan dengan temuan dari studi Motif Penggunaan Media Sosial TikTok Bagi Remaja Febrina et al (2023), penelitian ini menunjukkan bahwa remaja menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengekspresikan eksistensi diri dan kreativitas. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang di mana remaja mengembangkan identitas digital mereka dan membangun makna emosional melalui konten yang dibuat, dibagikan, dan direspons oleh komunitas daring

Penelitian ini menambahkan dimensi kesadaran reflektif remaja tidak sekadar mencari perhatian, tetapi juga menyadari proses memaknai diri melalui konten yang mereka buat. Temuan penelitian ini tidak sepenuhnya sejalan dengan studi sebelumnya yang menyoroti kecenderungan narsistik pada pengguna TikTok. Najah, Putra, & Aiyuda (2021) menemukan bahwa intensitas penggunaan TikTok berhubungan secara signifikan positif dengan kecenderungan narsistik pada mahasiswa di Pekanbaru. Selain itu, Yoniar et al (2024) menunjukkan adanya hubungan positif antara konsep diri, konformitas teman sebaya, dan perilaku narsistik di kalangan remaja pengguna TikTok. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian saat ini, yang menunjukkan bahwa sebagian besar remaja memanfaatkan TikTok sebagai ruang self-healing dan komunikasi empatik, bukan semata-mata untuk eksposur diri atau perilaku narsistik.

Pengalaman ini memperkaya pemahaman tentang komunikasi diri digital dalam perspektif fenomenologi. Aktivitas merekam, menyunting, dan membagikan konten di TikTok menjadi bentuk intentionality of consciousness, di mana kesadaran diarahkan pada dunia digital sebagai arena pembentukan makna. Identitas remaja terbentuk tidak hanya dari apa yang ditampilkan secara visual, tetapi juga dari proses internal reflektif, evaluasi emosional, dan interaksi sosial yang bersifat simultan. TikTok memungkinkan remaja untuk menegosiasikan identitas mereka, mengeksplorasi sisi autentik maupun performatif, serta membangun pemahaman eksistensial tentang diri dalam budaya partisipatif.

Makna subjektif tampil di TikTok bagi remaja bersifat multidimensional: sosial, emosional, dan eksistensial. Platform ini menjadi ruang perjumpaan antara aku yang nyata dan aku yang digital, di mana kedua sisi saling berinteraksi, memengaruhi, dan melahirkan kesadaran baru tentang identitas diri. Makna ini bersifat personal namun juga universal, menandai cara baru generasi muda memahami eksistensi diri, membangun hubungan sosial, dan menavigasi budaya partisipatif dalam era komunikasi digital yang serba terhubung.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengungkap bahwa konstruksi komunikasi diri dan identitas digital remaja di TikTok merupakan proses sosial yang kompleks dan dinamis. Remaja menggunakan TikTok bukan sekadar untuk berbagi konten hiburan, tetapi sebagai sarana

untuk menegosiasikan eksistensi diri di ruang digital. Proses self-presentation yang mereka lakukan bersifat reflektif dan performatif, dipengaruhi oleh kesadaran akan audiens serta mekanisme algoritma yang menentukan visibilitas. Dengan demikian, komunikasi diri di TikTok bukan sekadar ekspresi spontan, tetapi hasil dari interaksi antara kehendak personal, norma sosial, dan struktur teknologi platform.

Pembentukan identitas digital remaja berlangsung melalui budaya partisipatif yang menekankan kolaborasi, imitasi, dan keterlibatan komunitas. TikTok berperan sebagai arena simbolik tempat remaja belajar mengenali dirinya melalui partisipasi dalam tren, challenge, serta interaksi komentar dan dukungan sosial. Budaya ini menciptakan ruang bagi terbentuknya sense of belonging, namun juga menimbulkan tekanan konformitas terhadap standar estetika digital. Proses ini memperlihatkan bahwa identitas digital tidak bersifat tetap, melainkan selalu dinegosiasikan antara keaslian diri dan ekspektasi sosial yang dimediasi algoritma.

Makna subjektif yang dialami remaja dalam menampilkan diri di TikTok menunjukkan dimensi eksistensial dari komunikasi digital. Aktivitas membuat dan membagikan video bukan hanya bentuk pencarian popularitas, tetapi juga upaya menemukan makna dan keseimbangan diri. TikTok menjadi ruang reflektif di mana remaja berlatih memahami perasaan, mengelola citra diri, dan mencari validasi sosial. Namun, proses ini juga membawa ambivalensi antara kebebasan dan tekanan digital. Fenomena ini menegaskan bahwa di era budaya partisipatif, komunikasi digital berfungsi sebagai jembatan antara ekspresi diri dan kesadaran sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. Iaras. (2019). New Media dan Komunikasi Dakwah. [http://repository.uinsa.ac.id/3446/2/Ali%20Nurdin\\_Revolusi%20Dakwah.pdf#page=166](http://repository.uinsa.ac.id/3446/2/Ali%20Nurdin_Revolusi%20Dakwah.pdf#page=166)
- Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., Nugraha, A., & Jannah, M. (2025). Second Instagram accounts: A study of Generation Z's Self-Identity in Medan. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 9(1), 62–77. <https://doi.org/10.22219/satwika.v9i1.38102>
- Aqilla Lajnah Panayitsa, & Panji Al Falah. (2024). Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Kebudayaan Indonesia. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 75–88. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.468>
- Azharu, M., Kelemahan, Bencana, M., Kabupaten, B., & Tengah, S. (2025). SELF-PRESENTING PADA INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF DRAMATURGI DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT. 4, 118–130. <https://pdfs.semanticscholar.org/886e/468f81162cce19c3bae3b4f672601255ea7d.pdf>
- Bilqis, T. D., Alfiani, M. R., Gayatri, F. A., & Cuhandi. (2024). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure. *HUMANUS : Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.62180/914e5g76>
- Egi Regita, Nabilah Luthfiyyah, & Nur Riswandy Marsuki. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja di Indonesia. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(1), 46–52. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.830>
- Fauzan, M., Purwanto, E., Jupri, H. D. N., & Dewi, P. S. (2025). Media sebagai Agen Perubahan Komunitas di Era Teknologi Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 15. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v2i4.4369>
- Febrina, R. I., Iriany, I. S., & Firdaus, F. S. (2023). Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 9(2), 305–322.
- Fitrianti, R., Hanaf, A. A., Sosial, I., & Bangsa, U. B. (2025). Representasi Identitas Remaja Melalui Budaya Tren di Media Sosial identitas , namun masih terbatas yang secara khusus mengkaji hubungan antara budaya tren.
- Jeany Riska Anjellina, Mohammad Nasyirudin, Novita Setyoningrum, N. (2025). Perilaku Ngopi Generasi Z di 37 Kopi Kanigoro Kabupaten Blitar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(3),

- 897–903.
- Kakiay, A. N. (2025). Representasi Diri pada Remaja Pengguna Media Sosial: Kajian Kualitatif Interpretatif. *CARONG: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 93–100. <https://teewanjournal.com/index.php/carong/article/view/1952>
- Kurniawati, A. E., Anna, R., Kencana, L., Solehah, R., & Haedar, A. (2024). Analisis Perkembangan dan Relevansi Teori Komunikasi Digital dalam Era Media Sosial : Suatu Kajian Literatur. 4(3), 124–134.
- Lestari, D., Atsilah, H. H., Hafizd, M., Haqqa, A., Yosmendika, R., Rahmat, R. R., & Korespondensi, P. (2024). Membangun Identitas dan Literasi Digital Melalui TikTok: Pengalaman Perempuan Rentan di Pekanbaru Dalam Era Digital. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(1), 3093–8113.
- Mahmudah, S. M., Rahayu, M., & Prasetyo, K. (2023). Virtual identity in the use of Tiktok for youth in Jakarta, Indonesia. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(2), 209. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v9i2.3916>
- Masduki, D., Anita Septiani Rosana, Ms., Mohamad Pandu Ristiyono, Mik., Pera Irawan, E., Sri Hartati, Mik., Ratih Siti Aminah, C., Bulkis, Ms., Fikri Akbar, Ms. M., Zelfia, M., Media Sucahya, I., Editor, Ms., & Yuliani, W. (2025). *MEDIA SOSIAL DALAM ILMU KOMUNIKASI* (Issue August). [www.lingkaredukasiindonesia.com](http://www.lingkaredukasiindonesia.com)
- Mokos, I. E. (2025). Kontruksi Identitas Diri Remaja Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 638–649. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690>
- Najah, D. H., Putra, A. A., & Aiyuda, N. (2021). Kecenderungan Narsistik dengan Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa. *Psychopolytan : Jurnal Psikologi*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.36341/psi.v5i1.1914>
- Nurfaiza, U. (2025). Perempuan Single Parent pada Era Digitalisasi ; Studi Komunikasi Budaya atas Perubahan Zaman dan Pandangan Masyarakat. *Keraton: Journal of History Education and Culture*, 7(1), 1–8.
- Nurfaizi, K. R., Shovmayanti, N. A., & Kurniawan, D. (2023). Perspektif Dramaturgi Pencitraan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Media Sosial. *Jurnal Komsospol*, 5(1), 9–20. <https://doi.org/10.47637/komsospol.v5i1.1676>
- Putri, N. N., Khoirunnisa, D. A., Ilhamy, D. W., Ikhsan, M., & Purwanto, E. (2025). Pergeseran Budaya: Media Baru sebagai Tiktok dan Aparatus Ideologi. *CONVERSE Journal Communication Science*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.47134/converse.v2i1.4345>
- Putri, W. N., Padang, U. N., & Digital, T. (2024). Komunikasi sebagai proses simbol. 5(4), 204–217.
- Rahayu, Q. M., & Widiensyah, S. (2025). Pergeseran Interaksi Sosial dalam Keluarga di Era Digital pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi. *Maharsi*, 7(1), 39–48. <https://doi.org/10.33503/maharsi.v7i1.1477>
- Rarame, A. O. (2025). REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM MEDIA SOSIAL: ANALISIS KONSTRUKSI GENDER PADA AKUN TIKTOK @FEMINIYOU. 10(1), 61–68.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sari, O. V., & Abidin, S. (2019). Tiktok Dalam Dunia Virtual. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1–9. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/5983>
- Sinaulan, N. L. (2025). Pengalaman Mahasiswa dalam Mengikuti Tren Tiktok: Kajian Tentang Konformitas Sosial (p. 29).
- Siregar, T. A. R. A., & Mesra, R. (2025). Eksplorasi Presentasi Diri Gen Z dalam Platform TikTok : Analisis Self-Identity Theory pada Pengguna TikTok di Siantar Selatan. *Jurnal Masyarakat Digital*, 1(3), 101–111. <https://doi.org/10.64924/xnnd8579>
- Sri Mega Hayatulnupus. (2025). Transformasi Komunikasi Masyarakat Modern Melalui Tiktok: Analisis Partisipatif Generasi Z. *Bashirah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 94–106. <https://doi.org/10.51590/bashirah.v6i1.1060>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan, Kuantitatif kualitatif dan R&d*, edisi 2 (esisi 2).

- Suryati, Selvia Assoburu, & Dewi Sartika. (2025). Self Expression Etika Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Raden Fatah Palembang). *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(3), 11. <https://doi.org/10.47134/converse.v1i3.3632>
- Visioner Jurnal, Kreatif, K., & Sn, M. (2025). Literasi Digital Media Sosial TikTok Anggota Putik Perempuan Indonesia : Tinjauan Sosial dan Psikologis. 12(1).
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2025). Transformasi Komunikasi Digital Menuju Indonesia Berkelanjutan: Tren dan Masa Depan Komunikasi Digital (Issue April). <https://www.researchgate.net/publication/390844839>
- Wijanarka, T. (2025). Peran dan Tantangan Forum Komunikasi (Forkom) Pokdarwis dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Komunitas dan Modal Sosial (Issue May).
- Yoniar, Y. P., Saragih, S., & Rini, A. P. (2024). Mengeksplorasi dinamika konsep diri, konformitas, dan narsisme : Studi psikologi pengguna tiktok. *JIWA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 2(1), 69–80. <https://doi.org/10.30996/jiwa.v2i1.10392>.