

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Penelitian ini berfokus pada Analisis Resepsi Presentasi Diri yang ditampilkan pada konten Tiktok @rezagladys. Reza Gladys Prettyyani Sari atau dikenal sebagai Reza Gladys adalah seorang Dokter Umum yang memiliki usaha bisnis klinik kecantikan dan sudah memiliki suami yang bernama Attaubah Mufid yang saat ini menjabat sebagai komisaris di PT Glafidsya RMA Group bersama sang istri, keduanya dikaruniai tiga anak perempuan. Dokter Reza Gladys seringkali membagikan video ataupun konten-konten yang menunjukkan koleksi-koleksi *fashion* mewah melalui akun Tiktok pribadinya yang bernama @rezagladys (Garjito, 2020).

- Dokter Reza Gladys memiliki pengikut sebanyak 1,9 juta dan 35,1 juta yang menyukai akun Tiktok Dokter Reza Gladys (Pertanggal 14 Maret 2021). Sosok dokter Reza Gladys menjadi perbincangan di kalangan netizen karena mengagumi Dokter Reza Gladys yang memiliki wajah cantik, tidak hanya wajahnya menjadi sorotan, namun kehidupan atau aktivitas sehari-hari serta gaya berpakaian dari Dokter Reza Gladys pun juga menarik perhatian netizen. Dalam konten Tiktok tersebut memamerkan kehidupan mewah, *fashion branded*, dan konten kedekatan bersama keluarga.



Gambar 1.1 Foto Dokter Reza Pamer Barang Mewah  
Sumber : Akun TikTok @rezagladys

Pada konten video TikTok @rezagladys memiliki jumlah unggahan video sebanyak 247 (pertanggal 2 April 2021), salah satu video yang memiliki jumlah *viewers* terbesar adalah video yang memiliki *caption* “dadadidawwww” diunggah pada tanggal 10 November 2020 yaitu sebanyak 20,5juta *viewers* (pertanggal 1 April 2021). Pada video tersebut Dokter Reza berada di dalam mobil mewah berwarna putih dengan menggunakan *fashion brand* ternama dan mahal serta didampingi oleh supir pribadi Dokter Reza, tidak hanya itu pada video tersebut juga menampilkan bahwa Dokter Reza mengganti *fashion* yang berbeda-beda sebanyak 4 kali, dan memamerkan mobil mewah berwarna hitam yang dimilikinya diakhir video. Pada video tersebut menggambarkan bahwa Dokter Reza melakukan pamer terhadap barang-barang yang dimilikinya melalui konten video TikTok yang berdurasi 30 detik.

Akan tetapi hal tersebut menuai pro dan kontra netizen terhadap Dokter Reza Gladys dalam konten Tiktok-nya. Terdapat beberapa netizen yang berkomentar mendukung dan ingin memiliki gaya hidup mewah seperti Dokter Reza, sebaliknya terdapat netizen yang berkomentar negatif terhadap konten-konten Tiktok yang dibuat oleh Dr Reza Gladys.



Gambar 1.2 Komentar Netizen Terhadap Konten Tiktok @rezagladys  
 Sumber : Akun Tiktok @rezagladys

Sosok Dokter Reza Gladys sudah cukup dikenal publik melalui unggahan mewahnya di media sosial TikTok, ia dikenal sebagai Dokter yang sering kali memamerkan kekayaan dalam video-video konten TikTok @rezagladys. Hal tersebut membuat popularitas Dokter Reza Gladys meningkat dan menjadi viral

dalam media sosial TikTok, ia pun diundang dalam beberapa acara televisi, salah satunya pada acara “Nih Kita Kepo” episode 22 November 2020. Dokter Reza menceritakan hal seputar kehidupannya dan alasan Dokter Reza Gladys memiliki hobi memamerkan kemewahan dalam media sosial TikTok. Aksi pamer kekayaan dilakukan oleh Dokter Reza Gladys untuk mengisi waktu luang di tengah pandemi. Tak disangka keputusan itu membuatnya viral dan akhirnya dikenal oleh publik. "Itu kenapa sih, Dok, suka memperlihatkan barang-barang mewah?" tanya Nikita dalam video tayangan ulang "Nih Kita Kepo" di YouTube. "Sengaja sebenarnya, nggak ada kerjaan. Waktu pas pandemi. Sebenarnya kayak gitu," jawab Dokter Reza Gladys. "Oh gitu, jadi dari iseng-iseng ternyata jadi viral sampai sekarang. Jadi disengajain aja gitu," timpal Nikita (Khotimah, 2020).

Seorang individu yang terlibat dalam pengungkapan diri sebagai kegiatan strategi untuk menyampaikan kesan kepada orang lain yang dianggap penting untuk disampaikan atau diperlihatkan kepada orang lain terkait kehidupan sehari-harinya. Pengungkapan atau Presentasi diri merupakan komponen penting dari sosialitas. Orang ditemukan termotivasi untuk melakukan kesan yang diinginkan melalui berbagai strategi presentasi diri untuk menampilkan diri mereka dengan cara yang menguntungkan. Kecenderungan bagi seseorang yang narsisis untuk menunjukkan rasa mementingkan diri yang berlebihan, ketenaran yang luar biasa, kekuasaan, kemahakuasaan, dan kesuksesan. Individu yang tinggi melakukan presentasi diri memiliki kebutuhan konstan akan perhatian dan kekaguman, dan mereka cenderung membanggakan pencapaian mereka dan menunjukkan sikap yang relatif arogan mengenai kemampuan mereka (Stefanone, 2013).

Presentasi diri adalah tindakan membuat diri dikenal oleh orang lain, dan dapat berfungsi untuk memperkuat citra yang dibentuk oleh seorang individu. Presentasi diri melalui media sosial ini pada umumnya dilakukan dalam bentuk status, foto/video, chatting, komentar, dan lain-lain terkait kejadian yang dialami dan perasaan yang sedang dirasakan agar diketahui oleh sesama pengguna akun media sosial terkait. Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh tim peneliti dari Universitas Wisconsin, Amerika Serikat, yang melibatkan 300 mahasiswa, didapati bahwa sebanyak 70% responden membagikan perasaannya lewat media sosial, SMS, dan telepon (Arifiani, 2014).

Media sosial pada satu sisi berfungsi sebagai revitalisasi hubungan sosial diantara sesama pengguna, disisi lain dapat menjadi medium presentasi diri melalui berbagai macam platform media sosial yang menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu dan ruang yang dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Media sosial menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural.

Pada saat yang sama ruang kultural tersebut memberikan kemudahan akses terhadap segala jenis informasi yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengguna media sosial. Media sosial pada dasarnya dapat memberikan kesempatan bagi individu untuk saling berinteraksi sebagai sebuah upaya aktualisasi diri. Beragam praktek dapat dilakukan oleh individu, namun media sosial dalam diangkap “rumah” atau diri sendiri dalam dunia maya. Artinya bahwa setiap individu yang menjadi pengguna media sosial dapat mengekspresikan kemampuan yang dimilikinya.

Di era komunikasi saat ini blog, wikipedia, dan jejaring sosial adalah bentuk media sosial yang paling umum dan sering digunakan oleh manusia di dunia ini dan jejaring sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial contoh media sosial diantaranya adalah Facebook, Twitter, WhatsApp, Skype, Instagram, Path, TikTok dan lain-lain, namun pada penelitian ini peneliti akan fokus pada satu media sosial yaitu aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok atau yang lebih dikenal dengan Douyin, secara harfiah berasal dari Cina, dan diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming.

Aplikasi TikTok adalah platform video pendek yang dibuat dengan durasi 15 detik yang berbasis sosial dan didukung musik. Aplikasi TikTok digunakan untuk merekam, mengedit dan mengunggah ke beberapa media sosial sehingga dapat dilihat oleh teman-teman baik sesama pengguna aplikasi TikTok maupun yang bukan pengguna aplikasi TikTok, yang membedakannya dengan media sosial lain adalah aplikasi TikTok memiliki berbagai macam fitur yang bisa dinikmati penggunaannya seperti adanya fitur spesial effects yang terdiri dari effects shaking dan shivering yang berfungsi untuk menciptakan sebuah video yang menarik, selain itu dilengkapi dengan fitur music background dari berbagai artis terkenal dari berbagai penjuru dunia, dan fitur wajah yang penggunaannya

dapat membuat video dengan berbagai rupa tampilan wajah unik mulai dari wajah lucu, seram, sedih, marah dan lain-lain (Fauziah, 2019).

Penetrasi pengguna media sosial pun terus meningkat yang kini 59 persen dari 272,1 juta total penduduknya adalah pengguna media sosial. Angka ini meningkat lebih dari 8,1 persen atau setara dengan lebih dari 12 juta pengguna dari April 2019. Sementara Indonesia disebut punya 160 juta pengguna aktif media sosial yang 99 persen penggunanya mengakses media sosial melalui ponsel. Saat ini TikTok menjadi aplikasi media sosial dengan pertumbuhan pesat baik berdasarkan unduhan di Google Play Store maupun AppStore. Berdasarkan riset Sensor Tower kuartal kedua 2020, TikTok telah diunduh lebih dari 300 juta pengguna pada kuartal pertama dan kedua tahun 2020 (Ikhsan, 2020).

TikTok mempopulerkan video pendek dan mengembangkan algoritma rekomendasi yang menjadikannya salah satu pesaing terkuat dalam kompetisi aplikasi video di dunia. Pada akhir 2020, TikTok adalah aplikasi yang paling banyak diunduh tahun ini. TikTok mengubah jauh lebih banyak daripada sekadar cara seseorang mengonsumsi media online. Aplikasi yang terasa dekat dengan generasi Z yaitu, mengikuti setiap unggahan content creator, bicara lewat DM dan terus memberikan dukungan dan komentar adalah budaya yang dilakukan oleh Zoomer (Gen-z) (Galer, 2020).

Salah satu Influencer yang menjadi perhatian peneliti adalah Dokter Reza Gladys sosok dokter sekaligus selebgram yang jadi bahan perbincangan publik belakangan ini. Penyebabnya adalah gaya hidup yang mewah kekayaan yang kerap dipamerkan Dokter Reza Gladys di media sosial menjadi magnet tersendiri untuk para warganet yang penasaran. Bahkan wardrobe tempat menyimpan tas dan sepatu saja menggunakan password sidik jari (Pangesti, 2020).

Tidak hanya sebagai seorang Influencer Dokter Reza Gladys merupakan seorang dokter umum yang juga dikenal sebagai pengusaha yang menggeluti bisnis klinik kecantikan yaitu Klinik Glafidsya Medika dan ia dikenal sebagai dokter muda yang sukses. Saat ini, Klinik Glafidsya Medika telah berkembang dan memiliki beberapa cabang di kota Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Kuningan. Karena kesuksesannya itu, ia pun mendapatkan penghargaan Best Business Woman di Indonesia pada tahun 2019. Dokter Reza pun mengatakan alasan ia

membuka usaha klinik kecantikan yaitu "Saya senang membuat orang menjadi cantik dan percaya diri. Ada rasa bangga tersendiri ketika pasien saya menunjukkan kebanggaan terhadap wajahnya di media sosial," ujar Dokter Reza. Bagi Dokter Reza memberi perawatan kecantikan kepada orang lain merupakan passion yang membuatnya merasa bahagia (liputan6.com, 2020).

Dari penjelasan tersebut maka Dokter Reza Gladys telah melakukan Presentasi Diri dalam media sosial TikTok, karena Presentasi Diri adalah strategi untuk menyampaikan kesan kepada orang lain yang dianggap penting untuk disampaikan atau diperlihatkan kepada orang lain terkait kehidupan sehari-harinya (Stefanone, 2013).

Untuk mendalami fenomena ini peneliti menggunakan metode analisis resepsi yaitu pendekatan untuk mempelajari tentang khalayak, bagaimana memaknai pesan yang diterima dari sebuah media (Fajariko, 2017). Pada penelitian ini peneliti akan melibatkan pengikut akun media sosial TikTok @rezagladys untuk memaknai isi pesan dari konten yaitu presentasi diri yang dilakukan oleh akun TikTok @rezagladys yang melakukan pameran dengan memperlihatkan gaya hidup mewah, fashion mewah, dan fasilitas rumah mewah yang dimilikinya.

Pesan-pesan yang disampaikan melalui media merupakan gabungan dari berbagai tanda yang kompleks, dimana sebuah *Preferred Reading* telah ditentukan, akan tetapi masih memiliki potensi diterima dengan cara yang berbeda dengan bagaimana pesan itu dikirimkan. Pada sebuah studi resepsi, *Preferred Reading* dimaknai sebagai makna yang secara dominan ditawarkan dalam teks (Putri, 2017). *Preferred Reading* yang terdapat pada penelitian ini yaitu pesan yang ingin disampaikan oleh akun media sosial TikTok @rezagladys mengenai presentasi diri yang dilakukan oleh Dokter Reza Gladys dalam akun TikTok @rezagladys yakni melakukan pameran dengan unggahan video tentang keluarga, liburan ke berbagai tempat, gaya hidup yang mewah, hingga fashion mewah yang dimilikinya, hal tersebut menjadi hal yang wajar dilakukan oleh Dokter Reza Gladys dalam akun media sosial TikTok.

Untuk mendukung penelitian ini maka terdapat peneliti terdahulu yang telah mengungkapkan bahwa individu lebih tinggi dalam kualitas narsistik akan

cenderung terlibat dalam konten atau perilaku promosi diri di Facebook dan untuk menampilkan diri mereka lebih baik ke dalam basis jaringan sosial skala besar dari pada hubungan skala rendah (Stefanone, 2013). Penelitian lainnya dilakukan oleh Meidiana Catur Astiani, pada tahun 2017 informan lebih merasa nyaman menampilkan diri mereka di media sosial karena mereka lebih dihargai setiap kali mengunggah sesuatu dalam media sosial, hal itulah yang membuat mereka terusan mengunggah sesuatu di akun sosial media mereka.

Dari kedua penelitian terdahulu yang memiliki hasil bahwasannya seorang individu yang melakukan promosi diri atau mempresentasikan diri dalam media sosial mempunyai tujuan untuk mendapatkan perhatian dari orang lain yang melihat akun media sosial miliknya. Hubungan kedua peneliti tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai Presentasi Diri yang dilakukan individu melalui media sosial, akan tetapi penelitian ini akan membahas mengenai persepsi khalayak terhadap Presentasi Diri yang dilakukan oleh akun TikTok @rezagladys.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena saat ini fenomena mengenai konten pamer harta kekayaan dan gaya hidup mewah yang dimiliki oleh seorang individu melalui media sosial pribadi miliknya, menjadi hal yang lumrah untuk dilakukan. Sehingga dapat memunculkan pro dan kontra terhadap masyarakat yang melihat konten tersebut. Maka dengan dilakukan penelitian ini ingin mengetahui bagaimana resepsi khalayak terhadap konten-konten yang menampilkan harta kekayaan dan gaya hidup mewah yang dimiliki melalui media sosial, terutama pada pengikut akun TikTok @rezagladys.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk mengangkat Analisis Resepsi dalam konten TikTok Dokter Reza Gladys yang menampilkan konten video pamer kehidupan mewah serta memperlihatkan barang-barang mewah yang dimilikinya. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian yang membahas mengenai pengungkapan diri atau presentasi diri dalam media sosial TikTok yang dilakukan oleh Dokter Reza Gladys. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Resepsi Presentasi Diri Konten Tiktok @Rezagladys Oleh Pengikut Akun”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana resepsi pengikut akun TikTok @rezagladys terhadap Presentasi Diri yang ditampilkan pada konten Tiktok @rezagladys ?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan resepsi pengikut akun TikTok @rezagladys terhadap Presentasi Diri yang ditampilkan pada konten Tiktok @rezagladys.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

1. Bagi program studi ilmu komunikasi membantu dalam memberikan kontribusi kepada ilmu pengetahuan terutama pada ranah komunikasi media baru, serta membantu untuk memperkaya penelitian yang menggunakan metode analisis resepsi yang diterapkan pada media baru.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dan juga dapat dijadikan acuan dalam penelitian sejenis atau lanjutan.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana tentang analisis resepsi terkait dengan Presentasi Diri dalam media sosial, kemudian menjadi penambah wawasan bagi yang memiliki minat pada materi serupa. Selain itu manfaat lain dari penelitian ini adalah sebagai tambahan pengetahuan masyarakat tentang analisis resepsi.