

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu fenomena yang menonjol dalam beberapa tahun terakhir adalah maraknya penggunaan media sosial sebagai platform utama dalam mempromosikan dan menjual produk, khususnya melalui fitur live streaming. *Live streaming* adalah media yang dapat merekam dan menyiarkan suara maupun gambar secara real time, dimana transmisinya menggunakan satu atau lebih teknologi komunikasi sehingga memungkinkan penonton dapat merasakan mereka hadir secara langsung (Chen & Lin, 2018). Media sosial yang marak digunakan untuk menjual produk melalui live streaming yaitu TikTok. TikTok merupakan salah satu media sosial berbasis video pendek yang sangat populer di Indonesia, sehingga sekarang menjadi media yang strategis bagi para pelaku usaha, mulai dari UMKM hingga brand besar untuk menjangkau konsumen melalui siaran langsung (*Live*).

Menurut GoodStats (2024), Indonesia menjadi negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia per Juli 2024, dengan mencapai 157,6 juta pengguna. Angka ini melampaui Amerika Serikat dengan total 120,5 juta pengguna TikTok. Menurut We Are Social dan Hootsuite (2023), TikTok memiliki lebih dari 109 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia. Sebanyak 70% pengguna aktif mengakses fitur *live streaming* minimal sekali seminggu, dan lebih dari 40% pernah membeli produk melalui *live streaming*. Fenomena ini menunjukkan bahwa live TikTok menjadi media penjualan yang sangat berpotensi, apalagi dikombinasikan dengan strategi komunikasi yang unik dan menghibur. Hal ini membuktikan bahwa ada peluang besar bagi para pelaku usaha untuk menggunakan komunikasi non-konvensional untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan ekosistem media baru yang mengubah cara individu berinteraksi dan bertransaksi. Media sosial, khususnya platform yang mengedepankan visual dan interaksi cepat seperti TikTok, kini menjadi salah satu kanal utama dalam strategi komunikasi

pemasaran modern. Fenomena *Social Commerce* yaitu perdagangan elektronik dengan media sosial menempatkan fitur *live streaming* sebagai kunci meningkatkan *sales conversion* dan membangun hubungan *real time* dengan para konsumen (Gummerus J, Liljander V, 2017).

Keunggulan *live streaming* TikTok terletak pada kemampuan menciptakan koneksi personal dan interaktif. Dengan kehadiran *live streaming* yang memudahkan orang untuk melakukan teknik pemasaran, memunculkan berbagai akun yang kemudian menjadi penjual dalam akun media sosial. Namun, tingginya persaingan menuntut para *streamer* untuk terus mencari inovasi baru dalam menarik dan mempertahankan *viewer retention* (retensi penonton) audiens. Inovasi inilah yang sering kali mendorong para streamer untuk mengeksplor konten yang berani, bahkan dianggap kontroversial atau menyimpang dari standar profesionalisme komunikasi penjualan konvensional.

Dalam upaya meningkatkan engagement dan visibilitas, munculah praktik komunikasi yang dikenal sebagai *Performative conflict*. Istilah ini merujuk pada tindakan yang mempertunjukkan konflik, drama, atau pertengkaran personal di ruang *live streaming* publik, yang ditampilkan secara sengaja. Konten seperti ini memiliki *shock value* yang tinggi, yang dengan mudah dapat meningkatkan jumlah penonton dan interaksi dapat melalui komentar dan share. Salah satu akun yang menggunakan *performative conflict* secara konsisten yaitu akun TikTok @HiMichelle, yang terkenal dengan gaya *live streaming*-nya yang unik dan kontroversial, yaitu menjual produk sambil menampilkan drama pertengkaran antara dua orang di dalam siaran tersebut.



Gambar 1. 1 Tampilan Live Streaming @HiMichelle

Sumber: Screenshot Live streaming TikTok
@HiMichelle

Seperti yang dapat dilihat di gambar 1.1, menampilkan *screenshot* akun TikTok @HiMichelle saat sedang melakukan siaran langsung. Akun TikTok @HiMichelle menjadi sorotan karena bisa menggabungkan pemasaran dan hiburan. Dalam *live streaming*nya, menampilkan dua orang yaitu para *host* yang melakukan adegan bertengkar sambil tetap menawarkan produk, membuat suasana dramatis yang menggugah rasa penasaran penonton dan mendorong interaksi. Dramatisasi ini memicu perhatian, baik berupa dukungan maupun kritikan dari *audiens*. Beberapa *audiens* bisa menganggap konflik tersebut sebagai hiburan atau gimmick, sementara yang lain bisa merasa terganggu dan melihat tindakan tersebut terlalu berlebihan.

Live streaming TikTok tidak hanya digunakan untuk melakukan transaksi jual beli secara *real-time*, melainkan juga telah menjelma menjadi ruang pertunjukan dengan unsur hiburan dan dramatisasi yang saat ini dianggap unik. Penggunaan teknik naratif seperti sindiran, candaan, hingga pertengkaran palsu (*scripted conflict*) menjadi ciri khas yang dapat menarik perhatian penonton *live streaming*

tersebut. Namun, teknik ini juga memunculkan kontroversi, terutama terkait batasan dramatik dan manipulasi, serta bagaimana *audiens* menafsirkan konflik tersebut.

Akun TikTok @HiMichelle memiliki caranya sendiri dengan gaya berjualan yang unik berbeda dari kebanyakan *live streaming* TikTok lainnya. Selama ini, akun lain biasanya melakukan penjualan dengan cara yang biasa yaitu menampilkan proses jual beli secara informatif dengan menjelaskan produk yang dijual, keunggulan, harga, dan berinteraksi langsung dengan penonton secara santai, dengan tujuan membangun kepercayaan dan mendorong penonton untuk melakukan pembelian. Berjualan menggunakan *live streaming* pada akun lain umumnya justru berbicara dengan gaya yang halus, bahkan ada yang menggunakan kostum untuk menghibur para penonton. Sebaliknya berbeda dengan @HiMichelle yang justru menggabungkan unsur drama dan pertengkaran buatan dalam setiap sesi *live*-nya. Akun @HiMichelle berfokus pada penciptaan emosi dan hiburan, di mana penonton bisa tertarik bukan hanya karena produk yang dijual, tetapi juga karena interaksi yang dramatis antar *host*.

Terdapat berbagai macam strategi pemasaran yang sebetulnya digunakan para penjual saat ini di *live streaming* TikTok yang positif dan menghibur, tetapi akun @HiMichelle yang menunjukkan hal negatif seperti pertengkaran yang bisa membuat orang terbawa emosi, tidak nyaman, justru dianggap unik dan berbeda dari yang lain. Jika dibandingkan dengan akun lainnya, mereka berjualan sambil menghibur dan menarik perhatian penonton dengan menggunakan kostum lucu, menghibur saat sedang berinteraksi, dan menggunakan *background* lucu saat *live streaming*, seperti yang digunakan oleh akun penjualan TikTok @azarinecosmetic, @herboristnaturalcare, dan @tokomamagigiofficial.



Gambar 1. 2 Tampilan *Live streaming*
@HiMichelle

Sumber: Screenshot *Live streaming* TikTok
@HiMichelle

Menggunakan drama pertengkar dan konflik buatan antara *host* sebagai daya tarik utama, akun @HiMichelle memiliki konsep *live streaming* yang paling berbeda dibandingkan akun lainnya. Metode ini dirancang untuk meningkatkan *engagement* dan viralitas dengan tujuan memberikan hiburan dan memancing emosi penonton. Komunikasinya berbasis emosi dan dramatis karena konflik antar *host* dan risiko dianggap tidak profesional oleh beberapa audiens, tidak banyak interaksi langsung dengan penonton.



Gambar 1. 3 Tampilan Live streaming
@azarinecosmetic

Sumber: Screenshot Live streaming
TikTok @azarinecosmetic

Berbeda dengan itu, @azarinecosmetic mengusung gagasan *live streaming* yang mendidik dan informatif. Dalam peran mereka sebagai pendidik, tuan rumah bertindak sebagai guru yang secara profesional dan logis menjelaskan keunggulan produk. Tujuan utamanya adalah menumbuhkan kepercayaan pelanggan melalui penjelasan yang objektif dan kredibilitas merek. *Host* aktif menjawab pertanyaan, meningkatkan interaksi dengan penonton.



Gambar 1. 4 Tampilan Live streaming
@herboristnaturalcare

Sumber: Screenshot Live streaming TikTok
@HiMichelle

Seperti yang dapat dilihat di gambar 1.3, saat ini, @herboristnaturalcare mempromosikan perspektif yang menenangkan dan alami. *Live streaming* berfokus pada edukasi tentang produk yang terbuat dari bahan alami dengan cara yang ramah dan santai. Penekanan pada nilai perawatan diri dan keindahan alam memperkuat persuasi. Selain itu, ada banyak interaksi dengan penonton, namun mereka yang mencari hiburan cepat, mungkin tidak tertarik dengan cara yang tenang seperti ini.



Gambar 1. 5 Tampilan Live streaming @tokomamagigiofficial

Sumber: Screenshot Live streaming TikTok @tokomamagigiofficial

Gambar di atas menunjukkan screenshot *live streaming* @tokomamagigiofficial. *Live streaming* dari @tokomamagigiofficial merupakan akun yang interaktif, dinamis, dan menghibur. Dengan tekanan pada urgensi pembelian, diskon dan penawaran menarik adalah fokus utamanya, dan karena *host* selalu menyapa dan bercanda, interaksi dengan penonton sangat tinggi. Hal ini menciptakan suasana belanja yang ramai dan spontan. Meskipun menarik perhatian, gaya ini berisiko mengaburkan kualitas produk karena dominasi promosi dan kecepatan bicara pembawa acara.

Penjelasan di atas menunjukkan perbandingan cara mempromosikan produk pada akun TikTok @HiMichelle dengan @azarinecosmetic, @herboristnaturalcare, dan @tokomamagigiofficial, mulai dari konsep, tujuan, gaya komunikasi, bentuk persuasi, cara interaksi dengan penonton, citra yang dibangun, efek terhadap *engagement*, dan risiko komunikasi. Perbedaan paling mencolok antara akun @HiMichelle dan tiga akun lainnya terletak pada pendekatan komunikasi pemasaran dan bentuk persuasi. Akun @azarinecosmetic, @herboristnaturalcare, dan @tokomamagigiofficial menggunakan strategi

penjualan yang bersifat informatif dan konvensional, dengan menunjukkan keunggulan produk, interaksi langsung, dan citra profesional yang dapat membangun kepercayaan konsumen.

Sementara itu, @HiMichelle menggunakan strategi yang lebih emosional, dengan menggabungkan unsur konflik, drama, dan hiburan dalam proses penjualan. Strategi ini efektif dalam menciptakan viralitas, tapi dapat menghadirkan tantangan kedepannya dalam menjaga reputasi dan penerimaan *audiens*.

Menurut perspektif *Public Relations*, konten yang menimbulkan konflik dan kontroversi adalah sesuatu yang memiliki manfaat sekaligus bahaya atau risiko. Tujuan utama PR adalah membangun dan memelihara reputasi yang baik dan positif (*brand reputation*). Cara komunikasi penjualan yang ideal harus mencerminkan profesionalisme dan kredibilitas. Ketika *streamer* memilih untuk menggunakan *performative conflict* sebagai daya tarik, risiko yang muncul adalah erosi kredibilitas komunikator dan kerusakan citra merek. Dalam konteks komunikasi, fenomena ini menarik karena berkaitan dengan persepsi audiens, yaitu bagaimana audiens memaknai, menilai, dan merespon *performative conflict*. Persepsi ini akan mempengaruhi keterlibatan, kepercayaan, hingga keputusan untuk tetap menonton atau melakukan pembelian.

Pada penelitian ini, peneliti memanfaatkan beberapa penelitian terdahulu sebagai data pendukung. Peneliti menemukan beberapa referensi dari jurnal dan digunakan untuk mencari komponen baru yang mungkin menjadi subjek penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu yang pertama dari (Qolbidiasih et al., 2025) berjudul "Analisis Resepsi *Audiens* Terhadap *Live streaming* TikTok Produk Glad2Glow", untuk menyelidiki bagaimana *audiens* memaknai pesan promosi dalam *live streaming* TikTok, penelitian ini menggunakan teori resepsi dan pendekatan kualitatif. Fokus utama penelitian adalah interpretasi *audiens* terhadap konten yang disampaikan; ini mirip dengan kajian persepsi dalam konteks konsumsi pesan digital. Relevansi dengan penelitian ini, meskipun penelitian ini tidak membahas konflik performatif, penelitian ini mengkaji cara audiens melihat

dan memahami konten *live streaming*, yang sejalan dengan cara *audiens* melihatnya.

Penelitian kedua berjudul "Humor Dalam Komunikasi Persuasif Mas-Mas *Host Live streaming* Di Tiktok Batiksanarakarta" dari (Laiela et al., n.d.2025). Fokus penelitian ini adalah bagaimana humor digunakan oleh *host* dalam *live streaming* dan bagaimana hal itu meningkatkan interaksi dan keterlibatan *audiens*. Dinamika komunikasi dua arah secara real-time dapat dipahami melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Terlepas dari topiknya humor, penelitian ini mempelajari komunikasi persuasif dan tanggapan *audiens*. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk melihat *performative conflict* sebagai bagian dari strategi komunikasi *host*.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah disampaikan di atas peneliti tertarik untuk melihat lebih lanjut bagaimana persepsi audiens terhadap *performative conflict*. Persepsi audiens menjadi penentu utama apakah drama tersebut diterima sebagai gimmick hiburan atau sebagai bentuk komunikasi yang tidak etis dan dapat merusak kredibilitas. Penelitian perlu mengurai bagaimana audiens sebagai penerima pesan menginterpretasikan drama pertengkaran tersebut, merespons secara afektif dan perilaku, dan bagaimana interpretasi ini berimplikasi pada persepsi mereka terhadap kredibilitas akun penjualan @HiMichelle.

1.2 Perumusan Masalah

Fenomena live streaming di *platform* TikTok telah bergeser dari sekadar media interaksi langsung menjadi panggung pertunjukan yang sangat dimodifikasi. Untuk mempertahankan atensi penonton dan algoritma tinggi, para pembuat konten menggunakan berbagai strategi, salah satunya adalah *performative conflict*. *Performative conflict* dalam live streaming memicu respon audiens yang terpecah. Di satu sisi, strategi ini dibuat untuk meningkatkan *engagement*. Namun di sisi lain, komersialisasi yang dibungkus konflik ini dapat menimbulkan kebingungan etis dan skeptisisme audiens dalam membedakan realitas dan rekayasa. Dari hal tersebut pertanyaan yang menjadi fokus rumusan masalah yaitu: Bagaimana persepsi audiens dalam melihat *performative conflict* pada *live streaming* TikTok @HiMichelle?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam hal ini, ada tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui bagaimana persepsi *audiens* terhadap *performative conflict* dalam *live streaming* TikTok pada akun @HiMichelle?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi digital, komunikasi pemasaran, dan studi *audiens*. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai persepsi *audiens* terhadap konten digital yang mengandung unsur konflik, serta memberikan pemahaman baru tentang bagaimana *performative conflict* dipahami dalam konteks *live streaming*. Secara metodologis, penelitian ini juga menunjukkan penerapan pendekatan kualitatif dalam menganalisis makna dan pengalaman audiens, sehingga dapat menjadi referensi bagi studi serupa di masa mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini membantu kreator konten, pelaku industri live commerce, merek, dan pengelola media sosial untuk memahami bagaimana *audiens* merespons penggunaan konflik performatif dalam konten penjualan. Hasil penelitian dapat digunakan untuk memikirkan cara yang lebih baik untuk berkomunikasi dengan audiens. Hasil penelitian ini akan membantu praktisi menentukan apakah *performative conflict* memberikan dampak positif atau negatif terhadap reputasi, keterlibatan, dan kenyamanan penonton dalam jangka panjang.

1.4.3 Manfaat Sosial

Secara sosial, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi pemahaman masyarakat tentang dinamika konten digital, terutama terkait cara mengelola persepsi terhadap drama atau konflik yang muncul di media sosial. Penelitian ini dapat meningkatkan literasi media masyarakat agar lebih kritis menafsirkan konten yang bersifat dramatik dan tidak langsung menerima konflik

performatif sebagai sesuatu yang nyata. Selain itu, penelitian ini dapat mendorong terciptanya budaya konsumsi konten yang lebih etis, dan sadar terhadap dampak emosional dari konten yang ditampilkan.

1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual

1.5.1 Teori Dramaturgi

Teori dramaturgi dikemukakan oleh Erving Goffman yang melihat interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan, atau pertunjukan, di mana orang berperan sebagai aktor dan menampilkan diri mereka di depan *audiens*. Dalam perspektif ini, kehidupan sosial mirip dengan panggung teater, dengan *front stage* dan *back stage*. *Front stage* adalah tempat aktor menampilkan peran mereka untuk umum, sedangkan *back stage* adalah tempat mereka mempersiapkan diri dan melepaskan peran mereka. Goffman menekankan bahwa aktor mengelola kesan (*impression management*) secara sadar melalui ekspresi verbal, gesture, kostum, dan pengaturan situasi untuk membuat penonton memiliki persepsi tertentu terhadap dirinya.

Ketika seseorang memainkan suatu peran, secara tidak langsung ia meminta pengamat untuk menganggap serius dan memberi perhatian pada kesan yang ditampilkan. Pengamat diminta untuk percaya bahwa karakter yang diperankan benar-benar memiliki atribut yang tampak, bahwa tindakan yang dilakukan akan menghasilkan konsekuensi sesuai dengan klaim implikasi, dan bahwa keadaan dalam peran tersebut adalah seperti yang terlibat. Kita menemukan bahwa penampilan dapat sepenuhnya tertipu oleh tindakannya sendiri, dia bisa denganulus yakin bahwa kesan realitas yang ditampilkan adalah realitas yang sesungguhnya ketika penampil dan penonton sama-sama percaya pada realitas yang ditampilkan dalam penampilan, situasi ini dianggap umum. Pada saat itu, hanya sosiolog atau individu yang tidak puas secara sosial yang mungkin meragukan keaslian dari apa yang dipresentasikan. Di sisi lain, penampil mungkin sama sekali tidak terpengaruh oleh rutinitas sendiri. Dalam hal ini, ia hanya mengarahkan keyakinan penonton sebagai sarana untuk mencapai tujuan lain, tanpa

memperdulikan bagaimana penonton sebagai sarana untuk mencapai tujuan lain, tanpa memperdulikan bagaimana penonton memandangnya atau situasi yang ditampilkan.

Istilah penampilan merujuk pada semua aktivitas seseorang saat berada di hadapan sekelompok pengamat dan mempengaruhi mereka. Sementara itu, istilah panggung depan mengacu pada bagian tertentu dari penampilan individu yang berfungsi untuk mendefinisikan situasi bagi pengamat. Panggung depan mencakup alat ekspresif standar yang digunakan individu untuk menyajikan diri selama penampilan. Penting untuk mengidentifikasi dan memberi label pada bagian-bagian standar dari panggung depan agar pemahaman dan analisis lebih lanjut menjadi lebih mudah.

Pertama, ada setting yang mencakup furniture, dekorasi, tata letak fisik, dan item latar belakang lainnya yang menyediakan pemandangan serta properti panggung untuk rentetan tindakan manusia yang terjadi di sekitarnya. Setting dalam penampilan sosial biasanya bersifat tetap dan tidak bergerak yang berarti individu harus berada di lokasi tertentu untuk menggunakannya. Penampilan tidak dapat dimulai atau diakhiri tanpa berada di tempat yang tepat. Meskipun dalam kebanyakan kasus *setting* tetap di tempatnya, ada pengecualian di mana *setting* mengikuti para penampil.

Kita sering kali menggunakan lebih dari sekadar kata-kata untuk menyampaikan pesan. Gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan simbol-simbol lainnya berperan penting dalam memperjelas maksud kita serta meyakinkan orang lain. Contohnya, seorang wasit *baseball* tidak hanya perlu membuat keputusan yang benar, tetapi juga harus menunjukkan keyakinan pada keputusannya melalui bahasa tubuh yang tegas. Ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal dapat memperkuat pesan yang ingin kita sampaikan dan bahkan mempengaruhi persepsi orang lain terhadap kita Goffman (2025).

Teori dramaturgi dapat memberi kita informasi tentang bagaimana konflik ditampilkan dalam partisipasi publik. Goffman memperkenalkan gagasan

dramaturgi dalam sosiologi, setelah itu konsep-konsep yang terkait dengan teater masuk ke dalam ilmu sosial yang lebih luas untuk menggambarkan, menganalisis, dan menjelaskan realitas sosial (Ercan, Selen A. Hendriks, 2022). Dramaturgi Goffman membantu untuk memahami bagaimana aktor yang berbeda terikat oleh peran mereka dalam situasi dan konteks tertentu, harapan dari peran tersebut, dan reaksi balasan yang muncul dari permainan peran ini.

Analisis dramaturgi juga memungkinkan untuk mempelajari bagaimana tindakan performatif ini mempengaruhi emosi mana yang diperbolehkan dan siapa yang dapat mengekspresikannya. Beberapa elemen performatif dapat digunakan untuk mendukung (ekspresi) emosi tertentu sambil mencoba meminimalkan emosi lainnya.

Pendekatan dramaturgi ini sudah digunakan dalam berbagai disiplin ilmu sosial mengenai konflik. Analisis dramaturgi, misalnya, telah digunakan untuk mempelajari konflik dalam proses transformasi, menunjukkan, antara lain, "... perspektif material tentang bagaimana kekuasaan berperan dalam konflik dalam konteks transisi." (Yuana et al., 2020). (Hendrik, 2016) menggunakan analisis dramaturgi untuk mempelajari kontroversi lingkungan di media sosial. Mereka menunjukkan bahwa pertunjukan di Facebook menyisakan ruang terbatas atau toleransi untuk narasi tandingan dan dengan demikian tidak berfungsi sebagai jembatan bagi sudut pandang yang berlawanan pada isu-isu yang memecah belah.

a. Front Stage

Menurut Goffman *front stage* atau panggung depan merupakan situasi ketika individu menampilkan dirinya di hadapan audiens (Goffman, 1959). Pada kondisi ini, individu menyadari bahwa dirinya sedang diamati sehingga berusaha mengelola perilaku, ucapan, ekspresi, dan tindakan yang ditampilkan agar sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Melalui panggung depan, individu melakukan berbagai bentuk pengelolaan kesan (*impression management*) untuk memperoleh penilaian positif dari orang lain.

Dalam situasi *front stage*, seseorang cenderung menyesuaikan perilakunya dengan norma dan harapan yang berlaku di lingkungan sosialnya. Individu dapat menggunakan bahasa tertentu, menunjukkan ekspresi tertentu, atau bahkan menyembunyikan pendapat yang dianggap tidak sesuai dengan ekspektasi audiens. Tujuannya adalah untuk mempertahankan penampilan yang konsisten dan meyakinkan di hadapan publik (David & Holding, 2020).

Karakteristik:

- Konflik ditampilkan secara publik
- Adanya peran yang dimainkan host
- Pertunjukan ditujukan kepada audiens

b. Back Stage

Menurut Goffman (1959), *back stage* atau panggung belakang merupakan ruang privat yang tidak berada dalam pengawasan audiens. Pada ruang ini, individu memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik tanpa harus mempertahankan citra tertentu seperti yang dilakukan di panggung depan.

Konsep *backstage* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara identitas yang ditampilkan di hadapan audiens dan identitas yang muncul dalam kehidupan pribadi. Perbedaan tersebut merupakan bagian dari proses pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan individu untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan sosial. Dalam konteks media digital, *backstage* dapat berupa aktivitas di balik layar yang tidak terlihat oleh audiens, seperti persiapan konten, penyusunan strategi komunikasi, maupun diskusi internal sebelum suatu pertunjukan ditampilkan kepada publik.

Dalam penelitian ini, backstage dipahami sebagai kondisi di balik tayangan live streaming yang tidak dapat disaksikan secara langsung oleh penonton. Ruang ini memungkinkan adanya perencanaan, strategi, maupun realitas yang berbeda dari apa yang ditampilkan pada saat siaran berlangsung (Rosita Sari, 2025).

Karakteristik (Rosita Sari, 2025)

- Ekspresi emosional
- Nada bicara tinggi
- Bahasa tubuh dramatis
- Interaksi verbal yang intens

c. Impression Management

Menurut Goffman, *impression management* merupakan upaya individu untuk membentuk kesan tertentu di hadapan orang lain melalui pengelolaan perilaku, penampilan, dan cara berkomunikasi. Dalam perspektif dramaturgi, individu berperan sebagai aktor yang berusaha menampilkan citra sesuai dengan identitas yang ingin ditunjukkan kepada audiens.

Pada media sosial, pengelolaan kesan dilakukan melalui berbagai cara, seperti pemilihan konten, penggunaan bahasa, penampilan, maupun interaksi dengan audiens. Tujuannya adalah untuk membangun persepsi tertentu dan memperoleh respons yang diharapkan. Oleh karena itu, citra yang ditampilkan di media sosial tidak selalu mencerminkan kondisi individu yang sebenarnya, melainkan dapat menjadi bagian dari strategi presentasi diri dalam ruang publik (Krisnawati, 2020).

Karakteristik Impression Management

- Membentuk citra tertentu
- Mengelola perilaku dan komunikasi
- Menarik perhatian audiens

- Membangun persepsi publik

d. Audience Interpretation

Interpretasi audiens merupakan proses ketika penonton memberikan makna terhadap suatu pertunjukan berdasarkan pengalaman, persepsi, dan pemahaman mereka masing-masing. Dalam perspektif dramaturgi, makna tidak hanya berasal dari apa yang ditampilkan oleh aktor, tetapi juga terbentuk melalui interaksi antara pertunjukan dan audiens yang menyaksikannya.

Audiens tidak berperan sebagai penerima pesan yang pasif, melainkan secara aktif menafsirkan berbagai tindakan, simbol, dan ekspresi yang ditampilkan dalam sebuah pertunjukan. Oleh karena itu, setiap individu dapat memiliki pemaknaan yang berbeda terhadap pertunjukan yang sama. Pengalaman, emosi, serta keterlibatan audiens selama menyaksikan suatu peristiwa menjadi faktor penting dalam membentuk interpretasi tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, interpretasi audiens merujuk pada bagaimana penonton memaknai performative conflict yang ditampilkan dalam live streaming TikTok, termasuk penilaian mengenai keaslian konflik, nilai hiburan yang ditampilkan, serta tujuan yang dianggap melatarbelakangi konflik tersebut (Boenisch, 2014)

Karakteristik Audience Interpretation

- Menafsirkan makna konflik
- Menilai keaslian konflik
- Memberikan penilaian positif atau negatif
- Merasakan dampak emosional dari pertunjukan

Interaksi sosial dalam sebuah lembaga atau kelompok dapat diibaratkan sebagai sebuah pertunjukan. Setiap lembaga memiliki panggung depan dan panggung belakang. Di panggung depan,

anggota kelompok menampilkan citra tertentu kepada orang luar-penonton. Mereka bekerja sama untuk menjaga citra agar tetap konsisten dan menghindari segala sesuatu yang dapat merusak pertunjukan. Untuk menjaga pertunjukan ini, terdapat kesepakatan tak tertulis antara performer dan penonton.

Dalam konteks live streaming TikTok, konflik yang ditampilkan oleh dua *host* akun @HiMichelle dapat dipahami sebagai *performative conflict*, yakni konflik yang dilakukan dengan sengaja sebagai bagian dari pertunjukan. Konflik tersebut disusun menyerupai adegan drama dengan peran, alur, dan emosi. Jika dikaitkan dengan teori dramaturgi, konflik ini terjadi di *front stage*, di mana para *host* memainkan peran konflik di hadapan *audiens*. Unsur-unsur seperti nada suara tinggi, beradu argumen, ekspresi emosional, merupakan bagian dari *performance* yang dirancang untuk menarik perhatian *audiens* dan membangun *engagement*.

Dalam penelitian ini, persepsi *audiens* terhadap konflik performatif dapat dianalisis sebagai hasil dari keberhasilan atau kegagalan *impression management* tersebut. *Audiens* dapat mempersepsikan konflik sebagai hiburan yang menarik, tetapi juga dapat menilainya sebagai konflik yang dibuat-buat atau tidak profesional, tergantung pada bagaimana pertunjukan tersebut diterima.

1.5.2 Performative Conflict

Performative conflict dijelaskan sebagai konflik yang dipentaskan untuk mendapatkan liputan, dukungan, atau platform, yaitu konflik yang sengaja dibuat agar dapat menarik perhatian media, publik, atau kelompok. Dalam kajian partisipasi di ruang digital dan fisik, konflik yang muncul sering memiliki dimensi performatif yaitu konflik yang terjadi dan respons secara publik sebagai bentuk partisipasi dan tontonan, sehingga konflik itu memiliki fungsi meliputi produksi

partisipasi penonton, pembentukan komunitas, dan penciptaan momentum diskusi di ranah live streaming. *Performative conflict* ini dapat disengaja dimanfaatkan oleh host untuk meningkatkan engagement. (Naomi, 2018)

a. Konflik Sebagai Pertunjukan

Konflik ditampilkan sebagai bagian dari performa yang sengaja dipublikasikan kepada audiens.

Karakteristik:

- Konflik disetting
- Konflik direkayasa
- Konflik menjadi tontonan

b. Konflik Sebagai Strategi Menarik Perhatian

Konflik digunakan untuk menciptakan rasa penasaran dan mempertahankan perhatian audiens selama live streaming berlangsung.

Karakteristik:

- Menarik viewer
- Meningkatkan engagement
- Memancing komentar
- Menambah jumlah penonton

c. Konflik Sebagai Hiburan

Konflik dipahami sebagai bentuk hiburan yang memberikan kesenangan bagi audiens.

Karakteristik:

- Lucu
- Seru
- Menghibur
- Menimbulkan rasa penasaran

d. Konflik Sebagai Gangguan

Konflik dapat dipersepsikan secara negatif oleh audiens karena dianggap berlebihan atau tidak etis.

Karakteristik:

- Menimbulkan rasa risih
- Tidak nyaman
- Dianggap berlebihan
- Mengurangi kredibilitas

Performative conflict didefinisikan sebagai konflik atau drama yang sengaja ditampilkan di depan *audiens* sebagai bagian dari sebuah pertunjukan komunikasi. Dalam konteks platform digital, konflik seperti ini berfungsi sebagai pemicu *engagement* karena menimbulkan emosi, respon, dan partisipasi. Penelitian kontemporer menggambarkan “*performing conflict*” sebagai praktik dramaturgis yang melibatkan *staging*, *scenography*, dan *scripting* konflik sehingga mempengaruhi siapa yang didengar dan bagaimana reaksi publik terbentuk.

Konsep *Performative conflict* merujuk pada konflik yang terjadi tidak hanya secara material, tetapi juga dikonstruksi melalui praktik performatif seperti komunikasi, simbol, dan representasi. Menurut (Sorensen Lone, 2019) konflik sebagai *performative struggles*, di mana aktor menampilkan konflik untuk menantang dan membentuk kekuasaan. Graan menunjukkan bahwa komunikasi publik bersifat performatif karena dapat menciptakan realitas konflik baru. Dengan demikian, konflik bukan sekadar fenomena objektif, melainkan hasil praktik diskursif dan simbolik yang memiliki dampak nyata dalam struktur sosial dan politik.

Menurut Jeffrey S. Juris, *performative conflict* dapat dipahami sebagai tindakan konflik yang bersifat simbolik dan komunikatif (Juris, 2005). Dalam penelitiannya mengenai aksi demonstrasi Black Bloc, ia menyebut bahwa kekerasan performatif digunakan untuk menciptakan pesan sosial dan identitas politik tertentu.

Adapun bentuk-bentuk dari performative conflict, yaitu:

- a. Konflik Gender contoh: Penolakan terhadap identitas LGBT, Perdebatan mengenai maskulinitas dan feminitas, Konflik atas norma berpakaian atau ekspresi tubuh.

Dalam perspektif Butler, konflik terjadi karena norma gender dominan merasa terancam oleh performa identitas alternatif

- b. Konflik Politik

Contoh: nasionalisme, kedekatan dengan rakyat, religiusitas

Konflik terjadi ketika kelompok lain menilai performa tersebut tidak autentik atau manipulatif

- c. Konflik Media Sosial

Contoh: perang opini, *cancel culture*, *virtue signaling*, konflik identitas digital

Media sosial memperkuat performative conflict karena identitas dipertontonkan

Dalam media digital kontemporer, konflik performatif tidak lagi dipandang sebagai sekadar drama biasa, melainkan strategi komunikasi yang terstruktur. Karakteristik utamanya meliputi:

- a. Berorientasi pada penonton (*Audience-Centric*) konflik membutuhkan keberadaan audiens sebagai saksi dan hakim. Tanpa adanya penonton yang berkomentar, memberikan likes, atau membagikan ulang konten tersebut, *performative conflict* akan kehilangan fungsi
- b. Bagian dari *Attention Economy* (ekonomi perhatian) di platform seperti Instagram live atau TikTok, *engagement rate* adalah segalanya. Algoritma platform dirancang untuk mendorong konten yang memicu emosi dan konflik adalah emosi yang paling efektif untuk menahan perhatian audiens

- c. Komodifikasi dan Dramaturgi Digital (*false presentation*) pelaku konflik secara sadar membagikan kehidupan mereka menjadi panggung belakang (*backstage*) yang banyak kompromi, dan panggung depan (*front stage*) yang penuh drama. Konflik dikomodifikasi menjadi seperti barangan dagangan lewat penataan narasi, ekspresi wajah dramatis, hingga penggunaan musik latar

1.5.3 Persepsi Audiens

Persepsi dapat diartikan sebagai pandangan terhadap suatu objek yang dipahami. Persepsi dijelaskan sebagai bagian penting dalam komunikasi, karena manusia membangun makna dari pesan melalui proses penafsiran dan pengalamannya. Persepsi juga merupakan penilaian yang terbentuk dari pengalaman individu, yang seringkali berbeda antara satu orang dengan orang yang lain. Persepsi merupakan kesan yang diperoleh melalui panca indera, kemudian dianalisis, diinterpretasi, dan kemudian dievaluasi, sehingga dapat memperoleh makna. Persepsi didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir penginderaan, yang kemudian dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari sekeliling kita, termasuk sadar akan diri sendiri. Adapun persepsi menurut (Juris, 2005). Persepsi merupakan pengalaman dari seseorang yang berkaitan dengan peristiwa, objek, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan memahami pesan.

Persepsi audiens berarti bagaimana audiens tersebut menangkap pesan dari proses komunikasi yang disampaikan di media. Proses ini berbeda-beda tergantung pada pengalaman, latar belakang, maupun harapan masing-masing audiens. Persepsi audiens tidak terbentuk secara langsung, melainkan hasil dari strategi komunikasi yang dijalankan secara konsisten (Burhanudin & Aristhya, 2025). Jurnal komunikasi ini menjelaskan bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan aktif menafsirkan pesan melalui proses encoding dan decoding sehingga memiliki makna pesan yang berbeda pada tiap audiens.

Persepsi merupakan kesan yang diperoleh individu melalui panca indera kemudian dianalisis, diinterpretasi, dan kemudian dievaluasi, sehingga

memperoleh makna. (Bimo Walgito, 2024), persepsi merupakan indikator-indikator sebagai berikut:

- a. **Penyerapan terhadap rangsang** atau objek dari luar individu. Rangsangan atau objek diserap dan diterima oleh panca indera sendiri maupun bersama-sama. Hasil penyerapan tersebut akan memberikan tanggapan, gambaran, atau kesan ke dalam otak. Pada tahap ini, audiens dari akun TikTok @HiMichelle menerima stimulus dari konten yang ditayangkan melalui visual (ekspresi wajah, warna, ilustrasi, kreator, properti, adegan berkelahi yang khas), audio (intonasi suara, musik latar). Dalam penelitian ini, penyerapan rangsang bisa dilihat dari bagaimana perhatian audiens tertarik untuk menonton live streaming tersebut hingga selesai atau ditonton ulang.
- b. **Pengertian atau pemahaman terhadap objek.** Setelah terjadi gambaran-gambaran di dalam otak, kemudian gambaran tersebut diorganisir, digolongkan, dan diinterpretasikan sehingga terbentuknya pengertian dan pemahaman terhadap suatu objek. Dalam tahap ini, audiens mulai menerima informasi dan memberi makna berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang.
- c. **Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek.** Setelah terbentuknya pemahaman atau pengertian, selanjutnya terbentuk penilaian dari individu. Individu membandingkan pemahaman dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian tiap individu berbeda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual. Pada tahap ini, audiens menunjukkan pendapat mereka tentang konten.
Norma pribadi, nilai sosial, dan pengalaman sebelumnya mempengaruhi penilaian. Komentar positif atau negatif dan tingkat keterlibatan (*engagement*) menunjukkan persepsi audiens terhadap konten di @HiMichelle.

Adapun proses terjadinya persepsi dapat diukur dari beberapa tahapan menurut (Shaleh Abdul, 2021), sebagai berikut:

- a. Proses kealaman, atau proses fisik. Suatu proses penangkapan pada stimulus oleh alat indera manusia

- b. Proses fisiologis. Proses stimulus yang kemudian melanjutkan kerjanya pada otak saraf sensorik ke otak melalui panca indera
- c. Proses psikologis. Proses dimana terjadi pada pusat kesadaran, kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, didengar, dan diraba
- d. Hasil yang diperoleh persepsi yaitu beberapa tanggapan atau perilaku. Proses akhir dalam persepsi sehingga disebut dengan hasil persepsi. Respon sebagai akibat dari terjadinya persepsi yang diterima dari berbagai macam bentuk stimulus yang menghasilkan persepsi.

Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi audiens, sebagai berikut:

- a. Faktor Internal, faktor yang berasal dari diri audiens, seperti:
 - Motivasi
 - Pengalaman
 - Kebutuhan
 - Emosi
 - Minat
 - dan tingkat pengetahuan
- b. Faktor Eksternal, faktor dari luar individu, seperti:
 - Visual dan audio
 - Isi pesan
 - Media yang digunakan
 - Lingkungan sosial
 - Budaya
 - Serta kredibilitas informasi

Persepsi audiens memiliki beberapa karakteristik yang menjelaskan bagaimana audiens memahami dan menafsirkan pesan media:

- a. **Bersifat subjektif:** setiap audiens memiliki penafsiran yang berbeda terhadap pesan yang sama, karena dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, budaya, dan pengetahuan masing-masing audiens. Hal tersebut dijelaskan

dalam penelitian fenomenologi audiens media digital bahwa pengalaman individu mempengaruhi cara audiens merespon perubahan media dari konvensional ke digital (Oktariani Safitri, Yuliati, 2024).

- b. **Audiens bersifat aktif:** audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi juga memilih informasi, menafsirkan pesan, memberikan tanggapan, dan menyebarkan ulang informasi. Menurut penelitian tentang audiens sebagai gatekeeper, audiens media sosial aktif dalam menentukan arus informasi digital (Srikandi et al., 2023)
- c. **Dipengaruhi faktor sosial dan budaya:** persepsi audiens dapat dipengaruhi oleh budaya, komunitas, lingkungan sosial, serta kebiasaan penggunaan media. Media sosial membentuk komunitas dan interaksi dalam waktu nyata, yang mempengaruhi keterlibatan dan persepsi audiens, menurut penelitian konvergensi media digital (Harjono et al., 2025)
- d. **Dinamis dan mudah berubah:** persepsi audiens juga dapat berubah-ubah mengikuti trend media, perkembangan teknologi, dan juga perubahan kebutuhan informasi. Pada penelitian migrasi televisi analog ke digital menunjukkan bahwa perubahan teknologi dapat mengubah pola konsumsi media dan persepsi masyarakat terhadap kualitas media
- e. **Dipengaruhi emosi dan visual:** audiens lebih mudah untuk membentuk persepsi konten yang memiliki pesan jelas, menarik secara visual, dan membangun emosional. Penelitian tentang komunikasi visual instagram menemukan ada lima faktor pembentuk persepsi audiens, yaitu konsistensi visual, kejelasan pesan, relevansi konteks, daya tarik emosional, dan diferensiasi konten (Alfin & Putri, 2026)

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretivisme. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna, persepsi, dan pengalaman subjektif *audiens* terhadap

performative conflict dalam *live streaming* TikTok, bukan untuk mengukur atau menguji hubungan antar variabel secara statistik.

Pendekatan interpretivisme relevan karena persepsi *audiens* terhadap konflik performatif bersifat kontekstual, beragam, dan dibentuk oleh latar belakang sosial serta pengalaman media masing-masing individu. Dengan pendekatan ini, peneliti berupaya memahami realitas sosial sebagaimana dimaknai oleh *audiens*, sehingga mampu menangkap kompleksitas makna yang muncul dari interaksi *live streaming* akun @HiMichelle.

1.6.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini tidak berupaya mencari hubungan sebab-akibat, melainkan mendeskripsikan dan memaknai fenomena sosial berupa persepsi *audiens* terhadap *performative conflict* yang ditampilkan dalam *live streaming*.

Tipe deskriptif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggambaran secara rinci bagaimana *audiens* memahami, menilai, dan merespons konflik performatif, termasuk variasi persepsi yang muncul di antara *audiens*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi kualitatif. Metode fenomenologi bertujuan untuk menggali dan memahami pengalaman sadar (*lived experiences*) *audiens* ketika menyaksikan *performative conflict* dalam *live streaming* TikTok @HiMichelle.

Metode ini relevan karena konflik performatif bukan sekadar teks visual, tetapi merupakan pengalaman komunikasi langsung yang melibatkan emosi, interpretasi, dan keterlibatan *audiens* secara real time. Melalui pendekatan fenomenologi, peneliti dapat menggali makna yang muncul dari pengalaman menonton, menafsirkan konflik, serta bagaimana *audiens* memaknai batas antara konflik nyata dan konflik yang dipentaskan.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

a. Wawancara mendalam

Wawancara dilakukan kepada *audiens* yang pernah menonton *live streaming* akun TikTok @HiMichelle dan menyaksikan *performative conflict* secara langsung. Wawancara bersifat terstruktur agar informasi memiliki ruang untuk mengekspresikan pandangan, dan penilaian secara bebas.

b. Observasi non-partisipan

Peneliti melakukan pengamatan terhadap setiap sesi live akun @HiMichelle untuk mengidentifikasi pola konflik, bentuk interaksi, dan respon *audiens* di kolom komentar

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar konten terkait yang relevan dengan penelitian.

Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria informan antara lain:

- a. Pernah menonton *live streaming* akun TikTok @HiMichelle
- b. Menyaksikan konten yang mengandung *performative conflict*,
- c. Mengikuti akun TikTok @HiMichelle
- d. Dari segala usia

1.6.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara mendalam serta hasil observasi *live streaming* TikTok @HiMichelle. Data primer menjadi sumber utama untuk memahami

persepsi *audiens* secara langsung. Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling dengan kriteria informan antara lain:

1. Pernah menonton live streaming akun TikTok @HiMichelle
 2. Menyaksikan konten yang mengandung performative conflict
 3. Mengikuti akun TikTok @HiMichelle
 4. Memiliki latar belakang dan usia yang berbeda
- b. Data Sekunder, yaitu data pendukung yang diperoleh dari literatur ilmiah seperti jurnal, buku, skripsi, serta dokumentasi digital berupa rekaman *live streaming*

1.6.6 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan menggunakan teknik analisis tematik. Tahapan analisis meliputi

- a. Reduksi data, yaitu menyeleksi dan menyederhanakan data mentah hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar fokus pada isu persepsi *audiens* dan *performative conflict*.
- b. Coding data, yaitu mengelompokkan data ke dalam tema-tema seperti pemaknaan konflik, emosi *audiens*, persepsi keaslian konflik, dan dampak konflik terhadap keterlibatan *audiens*.
- c. Penarikan makna dan interpretasi, yaitu memahami data secara mendalam dengan:
 - membuat hal yang tampak jelas menjadi semakin jelas,
 - meragukan makna yang tampak permukaan,
 - serta mengungkap makna yang tersembunyi di balik narasi *audiens*.

Hasil analisis kemudian dikaitkan dengan teori dramaturgi, *performative conflict*, dan konsep persepsi *audiens* untuk memperkuat interpretasi penelitian.

1.6.7 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dinilai berdasarkan kriteria *trustworthiness* dalam paradigma interpretivisme, yang meliputi:

- a. *Credibility* (kredibilitas), dicapai melalui triangulasi teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, dan dokumentasi).
- b. *Transferability* (keteralihan), dengan memberikan deskripsi konteks penelitian secara rinci agar hasil dapat dipahami dan dibandingkan dengan konteks serupa.
- c. *Dependability* (kebergantungan), dengan mendokumentasikan proses penelitian secara sistematis.
- d. *Confirmability* (konfirmasiabilitas), dengan memastikan bahwa temuan penelitian didasarkan pada data, bukan subjektivitas peneliti.

Teknik triangulasi sumber dan teknik digunakan untuk meningkatkan kualitas dan keabsahan data penelitian