

## Manajemen identitas kreator konten @binaprestasiswa (mbah guru matematika) melalui media sosial tiktok

Syafani Puspa<sup>1\*</sup>, Sidiq Setyawan<sup>2</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta,  
Indonesia

\*Email Korespondensi: syafanimaulana08@gmail.com

Diterima: 3 Februari 2026; Direvisi: 24 April 2026; Terbit: 30 April 2026

### *Abstract*

*This study is motivated by the widespread use of TikTok as a platform for impression management by content creators, including those in the field of education. One figure who has drawn attention is Mbah Melan (@binaprestasiswa), known as Mbah Guru Matematika, who presents a simple and authentic image amid the dominance of luxurious content styles. The research problem focuses on how Mbah Melan's impression management strategies are constructed on TikTok and how they align with his real-life persona. The purpose of this study is to analyze Mbah Melan's impression management strategies using Erving Goffman's dramaturgical theory, particularly by comparing self-presentation on the front stage (TikTok social media) and the back stage (everyday life). This study employs a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques include in-depth interviews and observations of Mbah Melan's TikTok content, as well as observations of his daily activities and interactions. The results indicate a strong consistency between Mbah Melan's front stage and back stage. The image presented on TikTok—friendly, humble, and simple—is aligned with his real-life personality. This consistency demonstrates that authentic and modest impression management strategies are effective in building audience trust and engagement. The study concludes that authenticity and simplicity are important strengths in developing effective self-presentation on digital platforms such as TikTok.*

**Keywords:** *Impression management; erving goffman; content creation; social media online persona.*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan TikTok sebagai media pembentukan citra diri (impression management) oleh content creator, termasuk di bidang edukasi. Salah satu figur yang menarik perhatian adalah Mbah Melan (@binaprestasiswa), yang dikenal sebagai Mbah Guru Matematika, dengan citra sederhana dan autentik di tengah dominasi konten bergaya mewah. Permasalahan penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi impression management Mbah Melan dibangun di TikTok serta kesesuaiannya dengan kehidupan nyata. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi impression management Mbah Melan dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman, khususnya dalam membandingkan representasi diri pada front stage (media sosial TikTok) dan back stage (kehidupan sehari-hari). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dan observasi terhadap konten TikTok Mbah Melan, serta pengamatan terhadap aktivitas dan interaksi dalam kehidupan sehari-harinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat konsistensi yang kuat antara front stage dan back stage Mbah Melan. Citra yang ditampilkan di TikTok ramah, rendah hati, dan sederhana selaras dengan kepribadiannya di dunia nyata. Konsistensi ini membuktikan bahwa strategi impression management yang autentik dan sederhana mampu membangun kepercayaan serta keterlibatan audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keaslian dan kesederhanaan merupakan kekuatan penting dalam membangun citra diri yang efektif di platform digital seperti TikTok.

**Kata-kata Kunci:** Teori dramaturgi; identitas kreator konten; media sosial; autentisitas.

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan terhadap perilaku individu dalam kehidupan sosial maupun dunia kerja. Di era industri berbasis pengetahuan, individu dituntut memiliki kemampuan mengelola informasi secara efektif sebagai bagian dari daya saing personal dan organisasi. Sistem informasi tidak lagi sekadar alat pendukung, melainkan telah menjadi elemen strategis dalam berbagai sektor kehidupan. Percepatan arus globalisasi yang ditopang oleh kemajuan teknologi komunikasi turut mengubah pola interaksi, belajar, serta pembentukan identitas sosial masyarakat. Keberhasilan individu dan organisasi di masa depan sangat ditentukan oleh kemampuan beradaptasi dan belajar secara cepat terhadap perubahan teknologi (Maharani 2023)

Dalam konteks globalisasi digital tersebut, media sosial hadir sebagai ruang baru bagi individu untuk membangun dan menampilkan identitas diri. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai medium representasi diri melalui produksi dan distribusi konten secara terbuka. Fenomena ini dapat dipahami melalui teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman dalam karya monumentalnya *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959). Goffman berasumsi bahwa kehidupan sosial dianalogikan seperti pertunjukan teater, di mana individu bertindak sebagai aktor yang menampilkan peran tertentu di hadapan audiens. Dalam perspektif ini, identitas bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan dibangun melalui interaksi sosial dan pengelolaan kesan (*impression management*) (Moudy dan Winduwati 2023).

Secara konseptual, dramaturgi membagi ruang sosial menjadi dua wilayah utama, yaitu *front stage* dan *back stage*. *Front stage* merujuk pada situasi ketika individu menampilkan diri di hadapan audiens dengan mengatur elemen *appearance* (penampilan), *manner* (gaya bertindak), dan *setting* (latar). Sebaliknya, *back stage* merupakan ruang privat tempat individu mempersiapkan pertunjukan dan menyembunyikan aspek-aspek tertentu yang tidak ingin diperlihatkan kepada publik. Asumsi utama teori ini adalah bahwa individu secara sadar dan strategis mengelola simbol-simbol sosial untuk membentuk definisi situasi tertentu di mata audiens. Dalam konteks media sosial, ruang digital dapat dipahami sebagai perluasan *front stage*, sementara proses produksi konten, kurasi, dan perencanaan strategi personal branding menjadi bagian dari *back stage* yang tidak sepenuhnya terlihat (Riyana dan Muhid 2025).

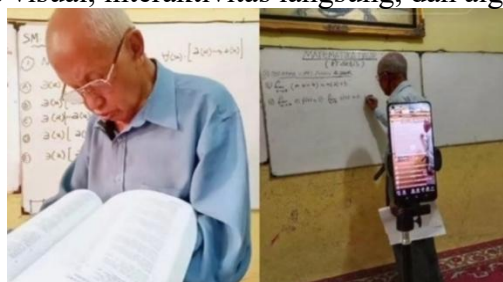
Selain dramaturgi, pembentukan identitas di ruang digital juga dapat dijelaskan melalui perspektif identitas daring yang dikemukakan oleh Sukmana dkk (2023) yang menyatakan bahwa identitas internet terbentuk melalui interaksi antara persepsi diri, respons audiens, dan

konstruksi simbolik yang dimediasi teknologi. Identitas daring bersifat dinamis dan negosiatif, karena terus diproduksi ulang melalui umpan balik sosial seperti komentar, jumlah pengikut, dan interaksi digital lainnya. Dengan demikian, identitas di media sosial merupakan hasil konstruksi sosial yang melibatkan proses reflektif dan partisipatif.

Fenomena tersebut berkaitan erat dengan konsep budaya partisipatori (*participatory culture*) yang dipopulerkan oleh Henry Jenkins. Dalam karyanya *Convergence Culture* (2006), Jenkins menjelaskan bahwa budaya partisipatori ditandai oleh rendahnya hambatan untuk berpartisipasi, dukungan terhadap ekspresi kreatif, kolaborasi informal, serta adanya perasaan keterhubungan sosial antaranggota komunitas. Asumsi dasar konsep ini adalah bahwa individu tidak lagi sekadar menjadi konsumen media, tetapi juga produsen (*prosumers*) yang aktif menciptakan dan menyebarkan konten. Dalam konteks media sosial, budaya partisipatori memungkinkan terbentuknya personal branding, komunitas digital, serta monetisasi konten (Zahra dkk., 2023).

Perkembangan budaya partisipatori melahirkan berbagai figur seperti content creator, influencer, selebgram, dan *Key Opinion Leader* (KOL). Media sosial memberikan peluang bagi individu untuk membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial maupun keuntungan ekonomi. Dalam proses tersebut, manajemen kesan menjadi strategi penting untuk menarik dan mempertahankan audiens. Pergeseran fungsi media sosial dari ruang interaksi sosial menjadi ruang promosi diri menuntut individu memiliki diferensiasi dan konsistensi identitas agar memperoleh legitimasi dan kepercayaan audiens (Liwa dan Mardiana 2025).

Di antara berbagai platform, TikTok menjadi salah satu media sosial dengan pertumbuhan paling signifikan di Indonesia. Berdasarkan laporan We Are Social (2023), Indonesia menempati peringkat kedua dunia dalam jumlah pengguna TikTok. TikTok menyediakan fitur musik, filter, efek visual, serta siaran langsung (*live streaming*) yang memungkinkan interaksi real-time antara kreator dan audiens. Karakteristik ini menjadikan TikTok sebagai ruang yang menarik untuk mengkaji praktik manajemen kesan, karena memadukan performativitas visual, interaktivitas langsung, dan algoritma distribusi konten.



**Gambar 1** Cuplikan konten dari @binaprestasiswa “Mbah guru matematika”

Salah satu kreator edukatif yang menonjol di TikTok adalah Mbah Melan melalui akun @binaprestasiswa, yang dikenal sebagai “Mbah Guru Matematika”. Dengan lebih dari 600 ribu pengikut, ia menyajikan konten pembelajaran matematika dari tingkat sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Keunikan figur ini terletak pada representasi diri yang sederhana, rendah hati, dan berorientasi edukatif, berbeda dari dominasi konten hiburan dan gaya hidup konsumtif di TikTok. Hal ini menjadikan akun tersebut relevan untuk dianalisis melalui perspektif manajemen kesan dan dramaturgi digital.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang cenderung menempatkan manajemen kesan dalam konteks komersialisasi dan personal branding influencer, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) baik secara konseptual maupun empiris. Penelitian yang dilakukan oleh Islam (2022) berjudul “*Manajemen Kesan Influencer Fashion di Instagram dalam Membangun Personal Branding*” memfokuskan pada bagaimana influencer fashion mengonstruksi *front stage* melalui visualisasi gaya hidup, estetika feed, dan endorsement produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan *appearance*, *setting*, dan *manner* dilakukan secara strategis untuk menciptakan citra glamor dan kredibel demi meningkatkan nilai komersial akun. Sementara itu, penelitian Pujangkara (2025) berjudul “*Dramaturgi Digital pada Selebgram: Analisis Front Stage dan Back Stage dalam Konten Promosi*” berfokus pada perbedaan kontras antara kehidupan nyata dan representasi digital selebgram. Temuan penelitian tersebut menegaskan adanya jarak yang cukup tajam antara *front stage* yang ditampilkan secara ideal dan *back stage* yang bersifat lebih privat, sehingga manajemen kesan dipahami sebagai bentuk kurasi realitas untuk kepentingan citra dan pasar.

Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kajian dramaturgi di media sosial masih didominasi oleh figur influencer komersial dengan orientasi promosi dan monetisasi. Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini menawarkan beberapa kebaruan. Pertama, penelitian ini mengkaji manajemen kesan pada content creator edukatif, bukan pada influencer hiburan atau promosi produk, sehingga memperluas objek kajian dramaturgi ke ranah pendidikan digital. Kedua, penelitian ini tidak hanya menggunakan teori dramaturgi dari Erving Goffman sebagai pisau analisis utama, tetapi juga mengintegrasikannya dengan konsep budaya partisipatori dari Henry Jenkins untuk melihat presentasi diri sebagai praktik kolektif yang melibatkan partisipasi, interaksi, dan umpan balik audiens secara aktif. Dengan demikian, manajemen kesan tidak semata dipahami sebagai strategi individual, melainkan sebagai proses negosiasi makna antara kreator dan komunitas digitalnya.

Ketiga, penelitian ini secara spesifik menganalisis dua bentuk performativitas digital, yaitu *live streaming* dan unggahan video, yang memiliki karakter interaksi berbeda. Jika unggahan video memungkinkan kurasi dan pengelolaan *back stage* yang lebih terkontrol, maka *live streaming* menghadirkan situasi yang lebih spontan dan minim rekayasa, sehingga dinamika *front stage* menjadi lebih cair. Analisis terhadap dua format ini belum banyak disentuh secara komprehensif dalam penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan konsep dramaturgi pada media sosial interaktif berbasis real-time, serta kontribusi empiris dalam memperkaya kajian komunikasi digital di ranah content creator edukatif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana Mbah Melan membangun manajemen kesan melalui aktivitas *live* dan unggahan di akun TikTok @binaprestasiswa dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana seorang content creator edukatif membangun manajemen kesan melalui praktik performatif di TikTok, khususnya melalui fitur *live streaming* dan konten video pendek?

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam praktik manajemen kesan yang dilakukan oleh content creator edukatif di media sosial TikTok. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemaknaan, proses, dan pengalaman subjek penelitian dalam membangun citra diri, bukan pada pengukuran kuantitatif (Agustin dkk., 2025). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan realitas empiris yang terjadi di lapangan serta mencocokkannya dengan kerangka teori dramaturgi Erving Goffman.

Penelitian ini menggunakan pendekatan dramaturgi, yang memandang kehidupan sosial sebagai sebuah pertunjukan dengan dua ranah utama, yaitu *front stage* dan *back stage*. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis bagaimana subjek penelitian menampilkan diri di hadapan audiens (*front stage*) serta bagaimana proses persiapan dan kehidupan personal yang berada di balik penampilan tersebut (*back stage*) (Isnaini 2024). Pendekatan ini relevan untuk mengkaji presentasi diri dan manajemen kesan pada pengguna media sosial TikTok.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh pemahaman mengenai pengalaman, pandangan, dan strategi subjek penelitian dalam mengelola kesan

melalui konten dan aktivitas live di TikTok. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas subjek penelitian pada akun TikTok @binaprestasisiswa, termasuk gaya komunikasi, interaksi dengan audiens, serta elemen visual yang ditampilkan selama siaran langsung dan unggahan konten. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa tangkapan layar konten, arsip video, serta catatan lain yang relevan dengan praktik manajemen kesan yang diteliti. Teknik-teknik ini digunakan secara triangulatif untuk meningkatkan validitas data (Sukmana dkk. 2023).

Informan dalam penelitian ini dipilih secara *purposive*, yaitu berdasarkan pertimbangan relevansi dan keterkaitan dengan fokus penelitian (Riyana dan Muhid 2025). Key informan dalam penelitian ini adalah Mbah Melan, yang dikenal sebagai Mbah Guru Matematika, pemilik akun TikTok @binaprestasisiswa. Mbah Melan merupakan content creator edukatif yang secara rutin menyelenggarakan pembelajaran matematika gratis melalui fitur live TikTok dan memiliki lebih dari 600 ribu pengikut. Pemilihan informan ini didasarkan pada konsistensi aktivitas, karakteristik konten edukatif, serta keterlibatan audiens yang tinggi.

**Tabel 1. Informan/Narasumber Penelitian**

Nama>Nama Akun	Status	Peran dalam Penelitian	Keterangan
Mbah Melan / @binaprestasisiswa	Key Informan	Content Creator Edukatif	Menyajikan konten pembelajaran matematika untuk SD hingga perguruan tinggi melalui TikTok. Secara rutin melakukan <i>live streaming</i> dan unggahan video. Memiliki lebih dari 600 ribu pengikut. Dipilih secara <i>purposive</i> karena relevan dengan fokus penelitian dan keterlibatan audiens yang tinggi.

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Maharani 2023). Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif untuk memudahkan pemahaman hubungan antar data. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, yang dilakukan dengan menafsirkan temuan penelitian berdasarkan teori dramaturgi Erving Goffman guna menjawab rumusan masalah penelitian.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Dampak Manajemen Kesan terhadap Pengakuan Sosial

Hasil analisis konten TikTok @binaprestasisiswa menunjukkan bahwa praktik manajemen kesan yang dilakukan oleh Mbah Melan mampu menghasilkan pengakuan sosial yang signifikan dari audiens, baik siswa maupun orang tua yang mendampingi belajar.

Berdasarkan observasi unggahan video dan sesi *live streaming*, identitas Mbah Melan sebagai guru yang kompeten, sabar, dan rendah hati konsisten ditampilkan melalui gaya penyampaian yang sederhana, jelas, dan terstruktur. Hal ini terlihat dari cara ia menyiapkan materi, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan membagi langkah-langkah pembelajaran matematika secara runtut. Strategi ini merupakan bentuk *front stage* dalam konsep dramaturgi Goffman, di mana aktor menampilkan citra diri yang diinginkan kepada audiens.

Pengakuan sosial terhadap Mbah Melan juga terlihat melalui interaksi digital. Komentar yang muncul di setiap video dan sesi *live* menunjukkan apresiasi audiens terhadap metode pembelajaran yang diterapkannya. Contohnya, banyak komentar siswa yang mengekspresikan pemahaman lebih baik terhadap materi, seperti “Belajar matematika jadi lebih mudah, terima kasih Mbah Melan!” Sementara itu, komentar dari orang tua mendampingi anak mereka menyatakan kepuasan dan dukungan, misalnya, “Anak saya jadi lebih percaya diri menghadapi ujian setelah menonton video ini.” Interaksi ini menegaskan bahwa pengakuan sosial tidak hanya berasal dari jumlah pengikut atau *likes*, tetapi dari kualitas dampak yang dirasakan audiens.

Selain itu, pengakuan sosial bersifat simbolik dan praktis. Secara simbolik, jumlah pengikut yang lebih dari 600 ribu dan komentar positif yang konsisten menunjukkan legitimasi digital sebagai content creator edukatif. Secara praktis, partisipasi audiens dalam sesi *live*, menyimpan video pembelajaran, serta membagikan konten kepada teman atau komunitas memperkuat posisi Mbah Melan sebagai figur edukatif yang kredibel dan dapat diakses secara luas. Pengakuan sosial ini sekaligus memperkuat citra diri yang dibangun, karena audiens tidak hanya menonton, tetapi juga merespons dan menginternalisasi identitas guru yang ditampilkan.

Dari perspektif dramaturgi, keberhasilan manajemen kesan ini tercermin pada penerimaan audiens terhadap definisi situasi yang ditawarkan oleh Mbah Melan. Audiens menerima peran dirinya sebagai guru yang tulus dan sabar, sementara komentar dan partisipasi aktif berulang berfungsi sebagai bentuk validasi sosial. Legitimasi ini bersifat berkelanjutan karena interaksi digital terus berlangsung setiap kali konten baru diunggah atau sesi *live* dilakukan. Dengan demikian, manajemen kesan yang efektif tidak hanya menciptakan pengakuan eksternal melalui popularitas digital, tetapi juga memperkuat kohesi identitas aktor sebagai guru edukatif yang humanis, kredibel, dan dapat dijangkau semua kalangan.

## Dimensi Ekonomi dalam Manajemen Kesan

Selain menghasilkan pengakuan simbolik dan psikologis, praktik manajemen kesan yang dilakukan Mbah Melan juga berdampak pada dimensi ekonomi. Melalui fitur gift, donasi, dan dukungan finansial dari audiens, Mbah Melan memperoleh penghasilan dari aktivitas edukatif yang ia lakukan di TikTok. Namun, temuan penting adalah bahwa aspek ekonomi ini tidak menjadi narasi utama yang ditonjolkan di panggung depan. Mbah Melan tidak secara eksplisit mengarahkan audiens untuk memberikan donasi, tidak menampilkan gaya hidup konsumtif, dan tidak menjadikan monetisasi sebagai tema konten. Sebaliknya, konten tetap fokus pada pendidikan, pengabdian, dan berbagi ilmu.

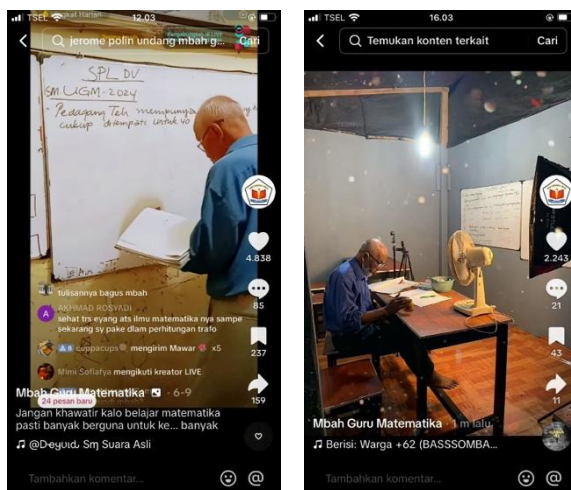
Dukungan finansial yang diterima Mbah Melan lebih bersifat konsekuensi sosial dari kepercayaan dan apresiasi audiens terhadap peran yang dimainkan. Pola ini menunjukkan bentuk manajemen kesan yang berorientasi nilai (*value-oriented impression management*), di mana aktor menekankan tujuan sosial dan edukatif sebagai prioritas, sedangkan imbalan ekonomi muncul secara alami sebagai pengakuan dan bentuk penghargaan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa integritas dan kredibilitas dapat dipertahankan meskipun terdapat dimensi ekonomi, karena monetisasi tidak menjadi tujuan utama yang menggeser narasi edukatif.

Pendekatan ini memiliki implikasi penting dalam kajian personal branding di media sosial. Banyak literatur sebelumnya menyoroiti praktik pencitraan agresif, komodifikasi diri, dan eksploitasi atensi audiens sebagai strategi utama untuk meraih keuntungan ekonomi. Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang berbasis keautentikan, konsistensi, dan orientasi nilai sosial juga mampu menghasilkan keuntungan ekonomi tanpa mengorbankan integritas aktor. Dengan kata lain, keberhasilan ekonomi dan keberhasilan sosial dapat bersinergi apabila manajemen kesan dilakukan dengan etis dan terencana.

Dalam perspektif Ardiansyah dan Sinduwiatmo (2023) kredibilitas seorang figur publik dibangun melalui keahlian, kepercayaan, dan kesesuaian dengan audiens. Mbah Melan memenuhi ketiga aspek tersebut secara alami. Dukungan finansial yang diterima audiens tidak dipersepsikan sebagai transaksi komersial semata, melainkan sebagai bentuk penghargaan moral dan sosial atas kontribusi yang diberikan. Dengan demikian, dimensi ekonomi dalam manajemen kesan Mbah Melan justru memperkuat citra positifnya, bukan mereduksinya. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen kesan yang berhasil dapat menjembatani pengakuan simbolik, pengakuan psikologis, dan imbalan ekonomi secara simultan, menciptakan ekosistem sosial-ekonomi yang berkelanjutan bagi kreator.

Lebih jauh, pola ini membuka perspektif baru tentang bagaimana media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi ruang edukatif yang berkelanjutan. Kreator tidak harus mengorbankan kualitas atau integritas konten demi keuntungan ekonomi. Justru, ketika konten memiliki nilai sosial dan edukatif yang kuat, dukungan finansial akan muncul sebagai bentuk apresiasi yang bersifat sukarela, sehingga menciptakan relasi yang lebih egaliter antara kreator dan audiens.

### Panggung Belakang: Konsistensi Identitas di Kehidupan Nyata



Gambar 2 Penampikan Mbah Melan di Panggung Depan

Analisis terhadap panggung belakang Mbah Melan menunjukkan tingkat konsistensi identitas yang tinggi antara kehidupan daring dan luring. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan, Mbah Melan menjalani kehidupan sehari-hari sebagai pensiunan guru yang aktif dalam lingkungan keluarga, masyarakat, dan kegiatan keagamaan. Ia tetap menunjukkan sikap rendah hati, peduli terhadap sesama, serta komitmen untuk berbagi ilmu, meskipun tidak berada dalam sorotan publik media sosial.

Perbedaan yang ditemukan antara panggung depan dan panggung belakang lebih bersifat teknis dan situasional, seperti pilihan pakaian yang lebih santai, penggunaan bahasa yang lebih informal, serta aktivitas non-pengajaran yang tidak ditampilkan di media sosial. Namun, perbedaan tersebut tidak menyentuh aspek nilai, karakter, atau orientasi hidup. Tidak ditemukan indikasi adanya kontradiksi signifikan antara identitas yang ditampilkan di TikTok dan identitas yang dijalani dalam kehidupan nyata (Thaher dan Arviani 2025).

Temuan ini menjadi menarik ketika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, seperti Huzaini (2023) yang menemukan adanya perbedaan mencolok antara identitas daring dan luring pada pengguna TikTok. Dalam penelitian Shofiana, panggung depan sering kali dipenuhi rekayasa citra yang tidak sejalan dengan realitas kehidupan sehari-hari. Sebaliknya,

dalam kasus Mbah Melan, panggung depan justru merepresentasikan versi terstruktur dan terfokus dari identitas yang memang telah melekat sejak lama.

Konsistensi ini memperkuat argumen bahwa manajemen kesan tidak selalu identik dengan manipulasi identitas. Dalam konteks Mbah Melan, manajemen kesan berfungsi sebagai mekanisme seleksi dan penekanan aspek tertentu dari identitas yang autentik, bukan sebagai penciptaan identitas palsu. Dengan kata lain, ia tidak “menjadi orang lain” di media sosial, melainkan “menjadi versi publik” dari dirinya sendiri.

### **Selektivitas, Etika, dan Batas Privat–Publik**

Meskipun menampilkan konsistensi identitas sebagai guru edukatif, Mbah Melan secara strategis menerapkan selektivitas terhadap informasi yang dibagikan di akun TikTok @binaprestasiswa. Berdasarkan analisis unggahan video dan sesi *live streaming*, konten yang diunggah selalu berfokus pada pembelajaran matematika, mulai dari materi dasar hingga tingkat perguruan tinggi. Tidak ditemukan konten yang bersifat pribadi atau yang menyinggung konflik keluarga, isu emosional, atau kehidupan pribadi yang tidak relevan dengan tujuan edukatif. Praktik ini menunjukkan kesadaran Mbah Melan akan pentingnya memisahkan ruang privat dan publik, sehingga identitas sebagai guru tetap terjaga dan kredibilitas konten terjaga.

Dalam perspektif dramaturgi, praktik ini dapat dikategorikan sebagai kontrol diri (*self-control*) dalam manajemen kesan, di mana aktor secara sadar menentukan informasi apa yang boleh diakses oleh audiens (Arifiah dkk., 2023). Misalnya, dalam beberapa sesi *live*, Mbah Melan fokus menjawab pertanyaan siswa terkait materi matematika, menekankan konsep dan metode penyelesaian soal, tanpa menyinggung pengalaman pribadinya. Batasan ini membantu menjaga stabilitas peran, menghindari disonansi citra, dan membangun kepercayaan audiens. Bukti tambahan terlihat dari komentar audiens seperti: “Materinya fokus dan jelas, tidak campur urusan pribadi, nyaman buat belajar.” “Saya suka cara Mbah Melan mengajar, tenang dan tidak ribet, jadi gampang dimengerti” dan “Video ini membantu anak saya belajar tanpa harus pusing dengan hal-hal yang nggak relevan.”

Komentar-komentar tersebut memperkuat temuan bahwa pengakuan sosial yang diterima Mbah Melan tidak hanya berdasarkan jumlah pengikut atau *likes*, tetapi juga kualitas dampak yang dirasakan oleh audiens. Lebih jauh, selektivitas ini mencerminkan etika personal dalam penggunaan media sosial. Konten yang diunggah selalu berorientasi pada nilai edukatif, tidak mengeksploitasi emosi, dan tidak mengedepankan sensasi untuk meningkatkan

popularitas. Misalnya, dalam video bertema persiapan ujian, Mbah Melan menyajikan latihan soal dan tips belajar secara sistematis, tanpa menambahkan elemen dramatis atau konten clickbait. Hal ini berbeda dengan tren konten hiburan di TikTok yang sering memanfaatkan sensasi atau *oversharing* untuk menarik perhatian audiens.

Praktik ini menunjukkan bahwa manajemen kesan yang bertanggung jawab tidak hanya membangun citra positif, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial dan kepercayaan audiens terhadap konten edukatif. Dengan kata lain, etika personal menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kualitas manajemen kesan, sekaligus memastikan bahwa media sosial berfungsi sebagai sarana pengabdian pendidikan, bukan eksploitasi diri. Observasi terhadap komentar audiens mendukung hal ini, di mana banyak pengguna menekankan kenyamanan belajar dan rasa percaya terhadap kemampuan Mbah Melan sebagai guru digital, yang tetap humanis dan dapat dijangkau semua kalangan.

### **Panggung Tengah sebagai Ruang Persiapan dan Refleksi**

Penelitian ini juga mengidentifikasi keberadaan panggung tengah (*middle stage*) sebagai ruang transisi antara kehidupan privat (*back stage*) dan penampilan publik (*front stage*). Berdasarkan analisis unggahan dan live streaming di akun TikTok @binaprestasiswa, *middle stage* ini tampak dari persiapan yang dilakukan Mbah Melan sebelum tampil kepada audiens. Persiapan tersebut meliputi penyusunan materi ajar, pengecekan peralatan, pengaturan ruang, serta perapihan penampilan, yang semuanya dilakukan secara konsisten dan terstruktur. Misalnya, sebelum sesi live, Mbah Melan tampak menyiapkan papan tulis digital, menguji kualitas suara dan kamera, serta menyiapkan catatan atau latihan soal yang akan dibahas (Fanaqi dkk., 2022).

*Middle stage* berfungsi sebagai ruang refleksi, di mana Mbah Melan memastikan bahwa materi dan penampilan yang akan ditampilkan di panggung depan tetap selaras dengan nilai edukatif dan identitas dirinya sebagai guru digital yang humanis dan kompeten. Observasi terhadap komentar audiens mendukung hal ini; banyak komentar yang menyoroti kejelasan materi dan konsistensi metode pengajaran, misalnya: “Sesi live kali ini rapi banget, materinya jelas dan gampang dipahami.” Hingga ada yang berkomentar “Keren, Mbah Melan selalu siap dengan contoh soal baru setiap kali live.” Dan juga “Metodenya konsisten, jadi gampang ikuti pembelajaran meski jarak jauh.”

Temuan ini menunjukkan bahwa manajemen kesan bukanlah tindakan instan atau spontan, tetapi merupakan proses berkelanjutan yang melibatkan perencanaan, evaluasi, dan

penyesuaian. Middle stage berperan sebagai ruang penyangga yang menjaga kesinambungan antara front stage dan back stage, mencegah kesenjangan tajam antara identitas publik dan privat. Dengan kata lain, keberadaan middle stage memungkinkan Mbah Melan menampilkan citra diri yang konsisten dan dapat dipercaya, sekaligus menjaga stabilitas identitas edukatif dalam jangka panjang (Zahra dkk. 2023).

Dalam kerangka dramaturgi, middle stage memperkuat konsep Goffman tentang manajemen kesan, di mana aktor tidak hanya menampilkan peran secara spontan, tetapi melakukan pengelolaan, kontrol, dan refleksi sebelum tampil kepada audiens (Armawati 2025). Proses ini menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen kesan tidak hanya tergantung pada front stage, tetapi juga pada persiapan dan strategi yang dilakukan di middle stage, sehingga citra Mbah Melan sebagai guru edukatif yang tulus dan profesional dapat dipertahankan secara berkelanjutan.

### **Sintesis dan Implikasi Teoretis**

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa praktik manajemen kesan Mbah Melan dibangun atas dasar keautentikan, konsistensi, dan orientasi nilai sosial. Temuan ini memperkaya kajian dramaturgi di media sosial dengan menawarkan perspektif alternatif bahwa kesuksesan personal branding tidak selalu bergantung pada rekayasa citra, sensasi, atau komodifikasi diri. Implikasi teoretis dari penelitian ini adalah perluasan pemahaman tentang impression management di era digital, khususnya dalam konteks konten edukatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang pembelajaran yang bermakna apabila dikelola dengan strategi manajemen kesan yang etis dan konsisten. Secara praktis, temuan ini memberikan rujukan bagi pendidik, *content creator*, dan pembuat kebijakan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana edukasi tanpa kehilangan nilai dan integritas (Faiga dan Suliaswati 2024).

### **Praktik Manajemen Pada Pengakuan Sosial**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik manajemen kesan yang dilakukan oleh Mbah Melan menghasilkan pengakuan sosial yang nyata dan berlapis dari audiens, baik siswa maupun orang tua yang mendampingi. Pengakuan ini tampak bukan hanya dari jumlah pengikut atau popularitas akun, tetapi terutama dari interaksi yang terjadi pada setiap unggahan video dan sesi live streaming. Misalnya, banyak komentar yang menekankan kemudahan memahami materi matematika melalui metode pengajaran Mbah Melan, seperti

“Belajar matematika jadi lebih mudah, terima kasih Mbah Melan!” dan “Anak saya jadi lebih percaya diri menghadapi ujian setelah menonton video ini.” Komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menonton secara pasif, tetapi merespons dan menginternalisasi peran Mbah Melan sebagai guru yang kompeten, sabar, dan tulus.

Analisis naratif terhadap konten juga menunjukkan konsistensi identitas Mbah Melan di panggung depan. Dalam setiap video, ia menyajikan materi secara runtut, menggunakan bahasa sederhana, dan memberikan contoh soal yang relevan. Misalnya, pada sesi live tentang persiapan ujian masuk perguruan tinggi, Mbah Melan memecah soal menjadi langkah-langkah kecil dan menekankan strategi penyelesaian yang mudah diikuti, tanpa menyinggung kehidupan pribadinya. Strategi ini memperlihatkan front stage dalam kerangka dramaturgi Goffman, di mana aktor secara sadar menampilkan citra diri yang diinginkan audiens, sekaligus mempertahankan fokus edukatif konten.

Lebih lanjut, pengakuan sosial ini juga muncul dalam bentuk legitimasi digital dan psikologis. Jumlah komentar positif yang konsisten, serta interaksi seperti menyimpan video pembelajaran atau membagikan konten ke teman, menegaskan bahwa audiens menilai Mbah Melan sebagai figur edukatif yang kredibel dan dapat diakses. Dalam perspektif dramaturgi, hal ini sejalan dengan konsep Armawati (2025) yang menekankan bahwa pertunjukan sosial berhasil ketika audiens menerima definisi situasi yang ditawarkan aktor dan mempercayai peran yang dimainkan. Dalam kasus ini, audiens menerima Mbah Melan sebagai guru yang tulus dan humanis, sehingga kepercayaan tersebut direproduksi melalui komentar positif, testimoni, dan partisipasi aktif di setiap sesi live.

Selain itu, praktik manajemen kesan Mbah Melan juga membedakannya dari banyak content creator lain. Kombinasi antara otoritas simbolik dan kedekatan dengan audiens membuatnya dipersepsikan sebagai “guru milik bersama,” bukan figur yang berjarak atau elitis. Bukti dari komentar audiens menunjukkan hal ini, misalnya: “Materinya jelas dan gampang diikuti, Mbah Melan selalu ramah menjawab pertanyaan,” atau “Senang belajar matematika dengan Mbah Melan, tidak tegang dan mudah dipahami.” Dengan demikian, pengakuan sosial yang diterima Mbah Melan bukan hanya bersifat simbolik, tetapi juga praktis, tercermin dalam keterlibatan aktif dan apresiasi yang tulus dari audiens.

### **Dimensi Ekonomi dalam Manajemen Kesan**

Selain menghasilkan pengakuan simbolik, praktik manajemen kesan yang dilakukan Mbah Melan juga berdampak pada dimensi ekonomi. Melalui fitur gift, donasi, dan dukungan

finansial dari audiens, Mbah Melan memperoleh penghasilan dari aktivitas edukatif yang ia lakukan di TikTok. Namun, temuan penting dalam penelitian ini adalah bahwa aspek ekonomi tersebut tidak menjadi narasi utama yang ditonjolkan dalam panggung depan.

Mbah Melan tidak secara eksplisit mengarahkan audiens untuk memberikan donasi, tidak menampilkan gaya hidup konsumtif, serta tidak menjadikan monetisasi sebagai tema utama konten. Sebaliknya, ia secara konsisten menempatkan pendidikan dan pengabdian sebagai tujuan utama, sementara dukungan finansial diposisikan sebagai konsekuensi sosial dari kepercayaan dan apresiasi audiens. Pola ini menunjukkan bentuk manajemen kesan yang berorientasi nilai (*value-oriented impression management*), bukan semata-mata berorientasi keuntungan.

Pendekatan ini memiliki implikasi penting dalam kajian personal branding di media sosial. Banyak literatur sebelumnya menyoroiti praktik pencitraan agresif, komodifikasi diri, dan eksploitasi atensi audiens sebagai strategi utama meraih keuntungan ekonomi. Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan yang berbasis keautentikan, konsistensi, dan nilai sosial juga dapat menghasilkan keuntungan ekonomi tanpa harus mengorbankan integritas aktor.

Dalam perspektif Isnaini (2024) kredibilitas seorang figur publik dibangun melalui keahlian, kepercayaan, dan kesesuaian dengan audiens. Mbah Melan memenuhi ketiga aspek tersebut secara alami, sehingga dukungan finansial yang diterima tidak dipersepsikan sebagai transaksi komersial semata, melainkan sebagai bentuk penghargaan moral dan sosial atas kontribusi yang ia berikan. Dengan demikian, dimensi ekonomi dalam manajemen kesan Mbah Melan justru memperkuat citra positifnya, bukan mereduksinya.

### **Panggung Belakang: Konsistensi Identitas di Kehidupan Nyata**

Analisis terhadap panggung belakang Mbah Melan menunjukkan tingkat konsistensi identitas yang tinggi antara kehidupan daring dan luring. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan, Mbah Melan menjalani kehidupan sehari-hari sebagai pensiunan guru yang aktif dalam lingkungan keluarga, masyarakat, dan kegiatan keagamaan. Ia tetap menunjukkan sikap rendah hati, peduli terhadap sesama, serta komitmen untuk berbagi ilmu, meskipun tidak berada dalam sorotan publik media sosial.

Perbedaan yang ditemukan antara panggung depan dan panggung belakang lebih bersifat teknis dan situasional, seperti pilihan pakaian yang lebih santai, penggunaan bahasa yang lebih informal, serta aktivitas non-pengajaran yang tidak ditampilkan di media sosial.

Namun, perbedaan tersebut tidak menyentuh aspek nilai, karakter, atau orientasi hidup. Tidak ditemukan indikasi adanya kontradiksi signifikan antara identitas yang ditampilkan di TikTok dan identitas yang dijalani dalam kehidupan nyata.

Temuan ini menjadi menarik ketika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, seperti Pujangkara (2025) yang menemukan adanya perbedaan mencolok antara identitas daring dan luring pada pengguna TikTok. Dalam penelitian Shofiana, panggung depan sering kali dipenuhi rekayasa citra yang tidak sejalan dengan realitas kehidupan sehari-hari. Sebaliknya, dalam kasus Mbah Melan, panggung depan justru merepresentasikan versi terstruktur dan terfokus dari identitas yang memang telah melekat sejak lama.

Konsistensi ini memperkuat argumen bahwa manajemen kesan tidak selalu identik dengan manipulasi identitas. Dalam konteks Mbah Melan, manajemen kesan berfungsi sebagai mekanisme seleksi dan penekanan aspek tertentu dari identitas yang autentik, bukan sebagai penciptaan identitas palsu. Dengan kata lain, ia tidak “menjadi orang lain” di media sosial, melainkan “menjadi versi publik” dari dirinya sendiri.

### **Selektivitas, Etika, dan Batas Privat–Publik**

Meskipun menunjukkan konsistensi identitas, Mbah Melan tetap menerapkan selektivitas yang ketat terhadap informasi yang dibagikan ke ruang publik. Ia menyadari bahwa tidak semua aspek kehidupan pribadi perlu dan pantas untuk ditampilkan di media sosial. Selektivitas ini mencakup pembatasan terhadap isu keluarga, konflik pribadi, serta aspek-aspek emosional yang tidak relevan dengan tujuan edukatif konten.

Dalam perspektif dramaturgi, praktik ini merupakan bentuk kontrol diri dalam manajemen kesan, di mana aktor secara sadar menentukan apa yang boleh dan tidak boleh diakses oleh audiens Riyana dan Muhid (2025) Batas privat–publik ini menjadi penting dalam menjaga stabilitas peran dan mencegah terjadinya disonansi citra.

Lebih jauh, selektivitas ini mencerminkan kesadaran etis dalam penggunaan media sosial. Mbah Melan tidak menjadikan kehidupan pribadinya sebagai komoditas, tidak mengeksploitasi emosi, dan tidak membangun popularitas melalui sensasi. Ia menjaga agar konten tetap fokus pada nilai edukatif dan sosial, sehingga media sosial berfungsi sebagai sarana pengabdian, bukan eksploitasi diri. Dalam konteks budaya digital yang sering kali mendorong keterbukaan berlebihan (*oversharing*), praktik ini menjadi pembeda penting antara manajemen kesan yang bertanggung jawab dan pencitraan yang manipulatif. Temuan ini

menunjukkan bahwa etika personal memiliki peran penting dalam membentuk kualitas manajemen kesan di media social (Rajasa dkk., 2020)

### **Panggung Tengah sebagai Ruang Persiapan dan Refleksi**

Penelitian ini menemukan keberadaan panggung tengah (middle stage) sebagai ruang transisi antara kehidupan privat dan penampilan publik Mbah Melan. Di ruang ini, ia menyiapkan materi ajar, mengecek peralatan, mengatur ruang, dan merapikan penampilan sebelum tampil di panggung depan. Middle stage berfungsi sebagai ruang refleksi, di mana Mbah Melan memastikan bahwa apa yang akan ditampilkan tetap sejalan dengan nilai dan identitas yang ia pegang. Ruang ini menunjukkan bahwa manajemen kesan bukanlah tindakan spontan, melainkan proses berkelanjutan yang melibatkan perencanaan, evaluasi, dan penyesuaian, sehingga stabilitas identitas edukatifnya dapat terjaga.

Analisis konten TikTok @binaprestasiswa menunjukkan bahwa praktik manajemen kesan Mbah Melan mampu menghasilkan pengakuan sosial yang signifikan. Identitasnya sebagai guru yang kompeten, sabar, dan rendah hati konsisten ditampilkan melalui gaya penyampaian yang sederhana, jelas, dan terstruktur. Komentar audiens mencerminkan hal ini, misalnya: “Belajar matematika jadi lebih mudah, terima kasih Mbah Melan!” dan “Materinya fokus dan jelas, tidak campur urusan pribadi, nyaman buat belajar.” Pengakuan ini bukan sekadar simbolik; orang tua juga menekankan dampak praktis konten, seperti komentar: “Video ini membantu anak saya belajar tanpa harus pusing dengan hal-hal yang nggak relevan.”

Meskipun monetisasi bukan tujuan utama, praktik manajemen kesan Mbah Melan juga berdampak pada dimensi ekonomi. Melalui gift dan donasi sukarela, ia memperoleh penghasilan, namun hal ini muncul sebagai konsekuensi sosial dari kepercayaan dan apresiasi audiens, bukan sebagai tujuan konten. Strategi ini mencerminkan value-oriented impression management, di mana fokus tetap pada tujuan sosial dan edukatif, sementara imbalan ekonomi bersifat alami dan sukarela. Temuan ini menunjukkan bahwa kredibilitas figur publik dapat diperoleh melalui keahlian, konsistensi, dan kesesuaian dengan ekspektasi audiens, sehingga dukungan finansial menjadi penghargaan moral atas kontribusi, bukan transaksi komersial.

Back stage Mbah Melan menunjukkan konsistensi identitas antara kehidupan daring dan luring. Sebagai pensiunan guru, ia tetap aktif dalam keluarga, masyarakat, dan kegiatan keagamaan, menampilkan sikap rendah hati, peduli, dan komitmen terhadap pendidikan. Perbedaan antara panggung depan dan belakang hanya bersifat teknis, seperti pakaian lebih

santai atau bahasa informal, tanpa mengubah nilai, karakter, atau orientasi hidup. Hal ini berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan ketidaksesuaian antara identitas daring dan luring, atau rekayasa citra di panggung depan. Pada Mbah Melan, panggung depan justru merepresentasikan versi terstruktur dari identitas autentik, sehingga manajemen kesan berfungsi sebagai seleksi dan penekanan aspek identitas tertentu, bukan penciptaan identitas palsu.

Selektivitas informasi menjadi strategi penting dalam praktiknya. Konten video dan sesi live fokus pada pembelajaran matematika, mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi, tanpa menampilkan isu pribadi, konflik keluarga, atau hal-hal emosional yang tidak relevan dengan edukasi. Komentar audiens menunjukkan apresiasi terhadap pendekatan ini: “Kontennya fokus ke belajar, nggak campur urusan pribadi, nyaman buat anak-anak,” dan “Sistematis dan etis, bikin percaya sama guru digital ini.” Hal ini menunjukkan bahwa pengakuan sosial yang diterima bergantung pada kualitas dampak konten, yang membangun legitimasi sosial dan kepercayaan audiens.

Middle stage juga menegaskan bahwa manajemen kesan adalah proses yang berkelanjutan. Komentar audiens mengapresiasi konsistensi persiapan Mbah Melan, seperti: “Sesi live kali ini rapi banget, materinya jelas dan gampang dipahami,” dan “Metodenya konsisten, jadi gampang ikuti pembelajaran meski jarak jauh.” Observasi ini memperkuat perspektif dramaturgi Goffman, bahwa pengelolaan kesan yang efektif melibatkan tidak hanya front stage, tetapi juga ruang refleksi dan persiapan di middle stage.

Secara keseluruhan, praktik manajemen kesan Mbah Melan dibangun atas dasar keautentikan, konsistensi, etika, dan orientasi nilai sosial. Hal ini menghasilkan pengakuan sosial yang signifikan, legitimasi ekonomi dari donasi sukarela, serta stabilitas identitas antara kehidupan daring dan luring. Temuan ini memperkaya kajian dramaturgi di media sosial dengan perspektif bahwa kesuksesan personal branding dapat dicapai melalui strategi berbasis keautentikan dan nilai sosial, bukan rekayasa citra atau sensasi. Implikasi teoretisnya adalah memperluas pemahaman tentang impression management di era digital, khususnya konten edukatif, sementara implikasi praktisnya memberikan rujukan bagi pendidik, content creator, dan pembuat kebijakan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana edukasi tanpa mengorbankan integritas konten

Temuan penelitian ini tentang praktik manajemen kesan Mbah Melan selaras dengan teori *dramaturgi Erving Goffman*, yang memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan di mana individu mengelola citra diri di panggung depan dan panggung belakang

untuk mencapai pengakuan sosial. Goffman menegaskan bahwa front stage dipenuhi dengan upaya impresi yang diatur sedemikian rupa agar diterima audiens, sementara back stage adalah ruang persiapan dan keotentikan yang tidak langsung disaksikan publik; dalam hal ini middle stage berfungsi sebagai jembatan antara kedua arena tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Moudy dan Winduwati (2023) tentang konten kreator di Instagram, yang menemukan adanya perbedaan kesan antara front stage dan back stage namun juga kesamaan yang dipertahankan oleh kreator untuk menjaga konsistensi citra diri mereka.

Selain itu, studi Fanaqi dkk (2022) tentang influencer TikTok di Indonesia menunjukkan bahwa para influencer menggunakan strategi manajemen kesan untuk meraih popularitas dan keuntungan finansial (“cuan”), termasuk konsistensi kreasi konten yang sesuai tuntutan audiens di panggung depan, walaupun ekspektasi tersebut menciptakan tekanan tersendiri. Temuan itu menegaskan bahwa strategi pengelolaan kesan bersifat pragmatis sekaligus responsif terhadap audiens, sejalan dengan bagaimana Mbah Melan mempersiapkan materi secara teliti di middle stage untuk menjaga kualitas tampilannya di panggung depan.

Penelitian lain yang relevan adalah studi di SMA Negeri 4 Tangerang Selatan oleh Riyana dan Muhid (2025) yang menunjukkan bahwa peserta didik cenderung menampilkan citra diri yang ideal di media sosial dan identitas yang lebih autentik di kehidupan nyata, yang sesuai dengan kerangka dramaturgi Goffman tentang front stage dan back stage. Dalam konteks itu, middle stage yang kami temukan berperan sebagai mekanisme internal yang membantu aktor sosial menyeimbangkan tuntutan idealisasi digital dan realitas personal. Selain itu, penelitian kualitatif pada siswa SMAN 5 Bukittinggi oleh Pujangkara (2025) menemukan bahwa siswa mengelola impresi dirinya di TikTok melalui panggung depan konten yang diunggah dan panggung belakang kehidupan nyata yang mereka sembunyikan atau tonjokkan secara selektif. Ini memperkuat pernyataan bahwa selektivitas informasi adalah strategi sentral dalam impresi manajemen, sebagaimana dilakukan Mbah Melan yang secara konsisten memilih konten edukatif dan mengabaikan aspek kehidupan pribadi yang tidak relevan.

Secara teoretis, penelitian-penelitian ini bersama-sama menunjukkan bagaimana impression management bukan sekadar strategi permukaan, melainkan proses dinamis yang dibentuk melalui hubungan intersubjektif antara penyaji dan audiens dalam berbagai setting digital. Dengan demikian, temuan penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi kerangka dramaturgi Goffman, tetapi juga memperluasnya dalam konteks media sosial edukatif, di

mana middle stage menjadi arena reflektif penting dalam menjaga keautentikan dan legitimasi identitas daring tanpa mengorbankan integritas konten.

## **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa praktik manajemen kesan yang dilakukan oleh Mbah Melan melalui akun TikTok @binaprestasisiswa berhasil membangun, mempertahankan, dan menguatkan identitasnya sebagai content creator edukatif yang otentik, konsisten, dan bernilai sosial. Melalui perspektif dramaturgi Goffman, praktik ini dapat dianalisis melalui interaksi antara panggung depan, panggung belakang, dan panggung tengah, yang secara sinergis menciptakan citra diri yang kredibel, humanis, dan mampu memperoleh pengakuan sosial yang signifikan. Pertama, di panggung depan, Mbah Melan menampilkan diri sebagai guru matematika yang kompeten, sabar, dan tulus. Penampilan fisik, gaya komunikasi, setting ruang, dan interaksi dengan audiens dirancang secara konsisten untuk menegaskan identitas edukatif. Penampilan ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol profesionalisme, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens, sehingga otoritas yang ditampilkan bersifat inklusif dan humanis. Interaksi yang terjadi, baik melalui sesi live maupun komentar di video, memperlihatkan partisipasi aktif audiens yang tidak hanya menerima materi, tetapi juga ikut membentuk dinamika pembelajaran. Fenomena ini menegaskan konsep budaya partisipatori, di mana batas antara produsen dan konsumen konten menjadi kabur, dan audiens secara aktif berkontribusi dalam proses produksi makna. Kedua, praktik manajemen kesan Mbah Melan menghasilkan pengakuan sosial yang berlapis. Pengakuan ini tidak hanya bersifat kuantitatif, seperti jumlah pengikut atau penonton live, tetapi lebih penting lagi bersifat kualitatif melalui narasi pengalaman personal audiens. Testimoni keberhasilan belajar, perubahan sikap terhadap matematika, dan apresiasi terhadap metode pengajaran menjadi indikator keberhasilan pertunjukan sosial. Dalam perspektif dramaturgi, penerimaan audiens terhadap peran guru yang dimainkan Mbah Melan menunjukkan bahwa identitas yang ditampilkan berhasil diterima, dipercayai, dan direproduksi secara sosial.

Ketiga, praktik manajemen kesan ini juga berdampak pada dimensi ekonomi secara tidak langsung. Dukungan finansial berupa *gift*, donasi, dan apresiasi sukarela muncul sebagai konsekuensi dari kredibilitas, konsistensi, dan nilai sosial yang ditampilkan, bukan sebagai tujuan utama. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen kesan yang berorientasi pada nilai sosial dapat menghasilkan keuntungan ekonomi sekaligus mempertahankan integritas.

Strategi ini berbeda dengan praktik pencitraan agresif yang menekankan monetisasi atau komodifikasi diri, sehingga membuka perspektif baru mengenai personal branding di media sosial: keberhasilan dapat dicapai melalui otentisitas dan pengabdian sosial.

Keempat, konsistensi antara panggung depan dan panggung belakang memperkuat keautentikan identitas Mbah Melan. Aktivitas sehari-hari sebagai pensiunan guru yang peduli dan aktif dalam lingkungan sosial selaras dengan citra yang ditampilkan di TikTok. Selektivitas dalam membagikan informasi pribadi menunjukkan kesadaran etis, menjaga agar konten tetap fokus pada tujuan edukatif, sekaligus menegaskan batas antara ranah privat dan publik. Panggung tengah, sebagai ruang persiapan dan refleksi, memastikan transisi yang mulus antara *front stage* dan *back stage*, serta mendukung stabilitas citra diri. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa manajemen kesan bukan sekadar strategi manipulatif untuk mendapatkan popularitas, melainkan dapat menjadi praktik sosial yang bernilai edukatif, etis, dan berkelanjutan. Praktik Mbah Melan menunjukkan bahwa identitas digital yang dibangun dengan keautentikan, konsistensi, dan orientasi nilai sosial mampu memperoleh pengakuan sosial, membangun kredibilitas, dan menghasilkan dampak ekonomi secara alami. Temuan ini memperkaya kajian dramaturgi di media sosial, khususnya dalam konteks konten edukatif, serta menegaskan potensi TikTok sebagai platform yang dapat dimanfaatkan secara produktif untuk pembelajaran.

## **Daftar Pustaka**

- Abi Sukmana, Khrisna, Muhammad Alifian Razandi, Muhammad Arya Adhi Maulana, Dan Erwan Sudiwijaya. 2023. "Manajemen Produksi Konten Tiktok @Ipantat12 Dalam Endorse Produk." *Jurnal Audiens* 4(2):264–77. Doi:10.18196/Jas.V4i2.26.
- Agustin, Litami, Lisa Adhrianti, Dan Verani Indiarma. 2025. "Strategi Personal Branding Content Creator Bengkulu (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Tiktok @Cekelenehem)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 6(1):673–82. Doi:10.38035/Jmpis.V6i1.3525.
- Ardiansyah, Farid, Dan Kukuh Sinduwiatmo. 2023. "Tiktok Sebagai Media Personal Branding Melinda Rohita." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 6(1):169–80. Doi:10.32509/Pustakom.V6i1.2586.
- Arifiah, Adinda, Melisa Kasakeyan, Dan Gabriella Rotinsulu. 2023. "Manajemen Privasi Content Creator Tiktok Remaja Di Jakarta." *Jurnal Ilmu Siber (Jis)* 2(2):82–87. Doi:10.71089/Jis.V2i2.391.
- Armawati, Dea. 2025. "Analysis Of Fadil Jaidi's Online Identity On Tiktok."
- Faiga, Siti, Dan Enny Suliaswati. 2024. "Efektivitas Media Sosial Tiktok Terhadap Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja Di Desa Gunung Meraksa Baru." *Jurnal Kesehatan Masyarakat*.
- Fanaqi, Chotijah, R. Ismira Febrina, Dan Resty Mustika Pratiwi. 2022. "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Masa Pandemi Covid-19." 8(2).

- Huzaini, Ahmad Fahri. 2023. "Tren Berbagi Di Media Tiktok Dan Personal Social Responsibility Influencer." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian* 9(2):228–41. Doi:10.52434/Jk.V9i2.1889.
- Islam, Muh Ariffudin. 2022. "Perancangan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya." 3(2).
- Isnaini, Delia Nur Rochma. 2024. "Analisis Strategi Branding Melalui Konten Kreatif Di Media Sosial Tiktok @Azawear." 1(1).
- Liwa, Santika Negeri Ratu, Dan Lisa Mardiana. 2025. "Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Host Live Streaming Marketing Tiktok Pada Akun @Somethincofficial." 11(1).
- Maharani, Bella Cyntya. 2023. "Pengelolaan Personal Branding Konten Kreator Lokal 'Tombro Widodo' Dalam Memperoleh Pendapatan Di Media Sosial Tiktok." 2(1).
- Moudy, Cynthia Dora, Dan Septia Winduwati. 2023. "Strategi Personal Branding Kreator Konten Tiktok Dalam Mengembangkan Citra Diri Positif." *Kiwari* 2(2):215–21. Doi:10.24912/Ki.V2i2.24001.
- Nur Zahra, Mutiara Apriliani, Wuri Wulandari, Dan Yegar Agnes Citra Widya. 2023. "Tiktok Sebagai Media Sosial Populer Untuk Komunikasi Bisnis." *Syntax Idea* 5(10):1386–94. Doi:10.46799/Syntax-Idea.V5i10.2593.
- Pujangkara, Diah Arum Titah. 2025. "Peran Personal Branding Vina Muliana Dalam Popularitas Di Tiktok." 11(2).
- Rajasa, Farasiva Indiani, Bagoes Widjanarko, Dan Besar Tirto Husodo. 2020. "Hubungan Intensitas Pemanfaatan Konten Kesehatan Reproduksi Pada Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Di." *Jurnal Kesehatan Masyarakat* 8.
- Riyana, Meli, Dan Abdul Muhid. 2025. "Peran Platform Tiktok Sebagai Ekspresi Kreatif Bagi Konten Kreator:" 14.
- Thaher, Dinda Febri Putri, Dan Heidy Arviani. 2025. "Analisis Manajemen Impresi Ci Mehong Dalam Membangun Presentasi Diri Pada Akun Tiktok @Pikbakinghouse." 11(2).