

PRESENTASI DIRI SELEBGRAM PEKANBARU MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Oleh : Laras Pratiwi

Pembimbing: Dr. Nurjanah, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstrak

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah menganalisis fenomena presentasi diri yang dilakukan oleh selebgram yang ada di Pekanbaru melalui media sosial Instagram. Permasalahan utama dalam penelitian ini ialah bagaimana mempresentasikan dirinya di media sosial Instagram. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Dramaturgi oleh Erving Goffman. Dalam melakukan presentasi diri perlu adanya sebuah panggung sebagai tempat yang dapat dibagi dua yakni panggung depan (*Front Stage*) dan panggung belakang (*Back Stage*).

Hasil penelitian yang didapat presentasi diri di media sosial Instagram memiliki tujuan yang mereka inginkan yaitu ingin mereka dapatkan setelah melakukan presentasi diri adalah ingin mendapatkan perhatian dari para followersnya, ingin diakui keberadaannya di mediasosial instagram, dan ingin membuat kenang-kenangan yang dapat tersimpan pada arsip *story* di instagramnya serta ingin mendapatkan *engagement*. Berbeda dengan penampilan *back stage* yang didapat selebgram tersebut tidak memikirkan pasar yang dituju.

Abstract

The problem raised in this study is to analyze the phenomenon of self-presentation carried out by celebrities in Pekanbaru through Instagram social media. The main problem in this research is how to present oneself on Instagram social media. m Qualitative research method with a phenomenological approach. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The theory used in this study is the theory of Dramaturgy by Erving Goffman. In presenting oneself, it is necessary to have a stage as a place that can be divided into two, namely the front stage and the back stage.

The research results obtained by self-presentation on Instagram social media have the goal they want, namely what they want to get after presenting themselves is to get the attention of their followers, want to be recognized on Instagram social media, and want to make mementos that can be stored in story archives. on Instagram and want to get engagement. In contrast to the back stage appearance that the celebrity got, they did not think about the target market.

PENDAHULUAN

Bagian Dinamika kehidupan masyarakat mengalami perkembangan yang sangat pesat. Akulturasi budaya dengan sentuhan teknologi informasi merupakan fenomena pendorong perubahan tersebut. Kebebasan personal dalam menyampaikan ide, kritik, saran dan bahkan “hujatan” sering dijumpai setiap jam dan hari melalui berbagai varian media yang digunakan. Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Media sosial ada banyak macamnya, seperti *Facebook*, *Telegram*, *Twitter*, *Line*, *WhatsApp* dan *Instagram*. Saat ini media sosial sedang banyak digandrungi oleh banyak kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa. Salah satu media sosial yang banyak digunakan yaitu, *Instagram*. *Instagram* merupakan media sosial yang pertama kali muncul pada tahun 2010 dengan fungsi untuk membagikan foto dan video bagi penggunanya. Setiap tahunnya *Instagram* mengalami perubahan pada fitur-fitur di dalamnya. Awalnya *Instagram* adalah sebuah aplikasi yang bisa mengunggah foto dan gambar-gambar, dan video. Dalam aplikasi tersebut juga difasilitasi kolom suka dan komentar.

Instagram sendiri telah melahirkan selebriti baru yang disebut dengan

selebriinstagram. Selebriti *instagram* sebenarnya hampir sama dengan selebriti pada layar lebar juga televisi, yang membedakannya disini yaitu adalah medianya, jika selebgram merupakan selebriti yang terkenal melalui akun media sosialnya di *instagram*. Selebgram cenderung memiliki kedekatan dengan para pengikutnya, mereka dapat berinteraksi langsung dengan saling membalas komentar melalui fitur yang tersedia di *Instagram*. Munculnya selebgram merupakan contoh dari *microcelebrity*. *Microcelebrity* adalah serangkaian kegiatan yang dimana khalayak dikonstruksi sebagai sebuah basis penggemar, popularitas menjadi hal yang dikonstruksi.

Fenomena perkembangan manusia modern lebih cenderung untuk berkomunikasi dengan menggunakan internet. Hal ini dikarenakan ada kemudahan dalam berinteraksi dengan menggunakan internet, sehingga dengan kemudahan tersebut jutaan manusia dari seluruh penjuru dunia saling berinteraksi dengan terhubung dengan internet, dan dari situlah terbentuk sebuah situs media sosial. Media sosial dideskripsikan Boyd dan Ellison (2007) sebagai layanan website berbasis publik yang memungkinkan penggunanya untuk mengembangkan profil.

Berangkat latar belakang perbedaan pekerjaan akan melihat bagaimana identitas diri selebgram yang ditampilkan karena Pada kenyataan sebenarnya apa yang ia tampilkan pada panggung depan (*front stage*)

pada kehidupan yang sebenarnya atau lingkungannya (*back stage*) lain di luar kegiatannya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian mengenai **Presentasi Diri Selebgram Pekanbaru Melalui Media Sosial Instagram.**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif, yang menekankan cara pandang, cara hidup, atau selera tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks *setting* tertentu yang dijadi dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistic (Mulyana, 2006). Penelitian ini menitik beratkan pada pernyataan kata-kata atau gambaran tentang bentuk yang dinyatakan dalam bentuk penjelasan dengan kata-kata atau tulisan. Walaupun penelitian yang menggambarkan secara sistematis dan mendalam situasi atau peristiwa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Aktivitas Presentasi Diri Selebgram Ketika Berada di Depan Panggung (*Front Stage*)

Pada proses memuaskan audiens, ketiga narasumber berusaha untuk konsisten dalam menampilkan konten yang memang menjadi keinginan khalayak. Reza Keroro dengan jenis unggahan hiburan dan kesenian bermusik, berusaha konsisten dalam mengunggah rekaman video klip musik miliknya. Selain memberikan hiburan dalam bentuk aktifitas keseniannya, Reza juga mengajak beberapa tokoh atau pemengaruh lainnya untuk berkolaborasi. Hal ini peneliti simpulkan sebagai usaha Reza agar pengikutnya tidak bosan dan mendapat suguhan variasi konten. Salah dua konten kolaborasi yang terdapat pada akun Instagram Reza ialah kolaborasi cover lagu penyanyi lain dan konten gelar wicara (*talkshow*).

Pada aspek pemenuhan diri atau *self-construction*, konsistensi unggahan yang dilakukannya ditujukan sebagai ajang aktualisasi diri dalam berkesenian.

Dalam wawancara peneliti bersama Reza, kegemaran yang sudah dia bangun sedari remaja ini, ditujukannya untuk memperkuat legitimasi dan memperluas validasi publik atas kemampuannya dalam berkesenian. Hal ini cukup berpengaruh, yang peneliti ukur dari kerjasama Reza bersama Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam produksi lagu bertema kehutanan. Kepercayaan yang diberikan.

Dalam memuaskan audiensnya, Ilham condong menampilkan gaya berpakaian yang telah digunakan oleh public figure nasional. Hal ini membuatnya tidak terlalu memikirkan mode seperti apa yang akan ditampilkan ke publik, karena mode pakaian yang dikenakannya telah dipakai juga oleh public figure lainnya. Biasanya, Ilham Prayoga hanya memberikan saran-saran terkait paduan warna yang tepat untuk dipakai. Lebih jauh peneliti mengamati respon atau tanggapan warganet pada kolom komentar unggahan foto Ilham. Respon yang diberikan warganet cenderung pada opini positif dan mengapresiasi pilihan Ilham dalam memadukan warna busana yang dia kenakan.

Sedangkan Hanna tidak terlalu memfokuskan diri pada pemuasan kebutuhan audiens kendati dia menyadari bahwa hal tersebut sangat penting. Unggahannya yang berfokus pada penampilan busananya ini, menjadi medium pemuas bagi audiens milik Hanna. Dengan gayabusana berhijab yang ditampilkan oleh Hanna dia memposisikan diri sebagai *hijab influencer*.

Peneliti juga mendapati bahwa tampilan berhijab yang dikenakan oleh Hanna tidak terlepas dari kepercayaan yang dianutnya sebagai Muslimah. Aturan penganan busana yang telah dianjurkan oleh Islam, menjadikan Hanna menganggap tampilan yang ditunjukkan di publik bukan rekaan melainkan kewajiban. Namun, Hanna

sangat menyadari bahwa berkembangnya tren busana menjadikan tampilan berhijab bagi Muslimah tidak melulu kaku dan mulai bisa divariasikan sesuai keinginan dan kebutuhan Muslimah. Hal inilah yang ditampilkan oleh Hanna di ruang publik, alternatif variasi busana bagi Muslimah. Hanna menganggap, Muslimah tidak lagi terjebak pada stereotip kaku yang selama ini dibebankan dan memiliki hak untuk menampilkan dirinya yang lebih bebas dan leluasa di ruang publik.

B. Bentuk Aktivitas Presentasi Diri Selebgram Ketika Berada di Belakang Panggung (*Back Stage*)

Dalam unggahannya, peneliti menyimpulkan konten yang dimiliki oleh Reza terbagi dalam 3 bentuk, yaitu; video klip musik, gelar wicara, dan aktifitas hariannya bersama tokoh terkenal. Sesuai dengan informasi yang penulis dapatkan dari seorang teman Reza, ia mengatakan bahwa Reza di kehidupan sehari-harinya merupakan orang yang *humble* dan royal. Ia juga suka berkegiatan memasak dan jalan-jalan, yang sesekali juga suka ia perlihatkan di *story* instagramnya.

Video klip musik, berdasarkan wawancara peneliti bersama Reza, memang difungsikan sebagai ajang aktualisasi dirinya. Hal itu terlihat dalam konsistensi Reza dalam meng-cover lagu milik penyanyi terkenal atau memproduksi hasil lagu ciptaannya sertamusisi lain. Dalam caption yang Reza cantumkan di penjelasn unggahan, Reza menyematkan cerita dibalik pembuatan video klip musik tersebut atau kalimat yang menguatkan makna lagu dan perasaan yang tengah dialami oleh Reza. Dalam observasi peneliti, hal tersebut sangat membantu dalam mendapatkan respon positif dari warganet. Beragam komentar warganet

berkonotasi positif dan mengapresiasi kemampuan bernyanyi milik Reza. Pada konteks *caption* unggahan video yang dikesankan mewakili perasaan Reza, erisi soal muatan konten video yang dia unggah, tidak ada kata-kata atau kalimat lain yang mencitrakan dirinya atau motivasi bagi para pengikutnya.

Ilham Prayoga cenderung pasif. Tidak ada repon berupa menyukai komentar ataupun membalas komentar warganet. Peneliti memperhatikan Ilham tidak memiliki niat untuk membangun ikatan emosional bersama pengikutnya. Dari observasi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa Ilham hanya memfokuskan impresi publik dari unggahan yang dia bagikan. Hal ini tentu sangat disayangkan, jika memperhatikan respon warganet terhadap dirinya. Gambaran dirinya yang begitu positif tidak diiringi dengan balasan apapun yang bisa saja malah memperlemah gambaran Ilham di khalayak. Strategi ini seolah ditinggalkan dan tidak menjadi bagian dalam perencanaan konten Ilham itu sendiri. Hanna Nadya Cahya memiliki karakter yang tidak jauh berbeda dengan Ilham Prayoga. Perbedaan yang cukup jelas terlihat adalah, Hanna tidak terlalu memfokuskan lokasinya mengambil gambar untuk diunggah. Dalam pengamatan peneliti, Hanna memfokuskan sudut gambar ke dirinya sendiri dan produk atau alat bantu yang dia gunakan ketika mengambil gambar. Pada kolom keterangan unggahan, Hanna juga tidak menyematkan kalimat yang tidak berkesesuaian dengan gambar yang diunggah. Dalam menanggapi komentar yang dikirimkan oleh warganet, Hanna tidak satupun terlihat membalas komentar-komentar tersebut. Hal ini peneliti amati sebagai bagian dari prosesi menahan diri yang dilakukan oleh Hanna. Hanna

menyadari betul perannya kinsebagai figure publik yang harus pandai dan tepat dalam mengelola serta memunculkan emosi dihadapan publik. Namun pasifnya peran yang diperlihatkan Hanna dalam interaksi bersama pengikutnya ini, peneliti pandang sebagai hal yang merugikan. Kedekatan emosional dan rasa memiliki antar figur publik dan pengikutnya, juga menjadi acuan penting guna mengukur tingkat popularitas dan dampak pengaruh yang dibagikan oleh figur publik. Pada akhirnya, pola interaksi yang terbatas hanya menjadikan hubungan antara Hanna dengan pengikutnya lebih bersifat komersial. Padahal intimasi yang dibangun akan memiliki pengaruh sangat baik semisal Hanna memiliki isu atau produk .

PENUTUP

Bagian Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Presentasi Diri Selebgram Pekanbaru Melalui Media Sosial Instagram” Penulis menemukan beberapa hal yang terjadi antara panggung depan dalam media sosial Instagram dengan realita kehidupannya dipanggung belakang. Maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

Bentuk Aktivitas Presentasi Diri Selebgram Ketika Berada di Depan Panggung (*Front Stage*) Pada proses Reza Keroro dengan jenis unggahan hiburan dan kesenian bermusik, berusaha konsisten dalam mengunggah rekaman video klip musik miliknya. Selain memberikan hiburan dalam bentuk.

REFERENSI

Buku :

Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, United The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.

Anton , Mayfield. 2008. *What is Social Media?*. London: iCrossing.

Arianto. *Studi Dramaturgi dalam Presentasi Diri Kelompok Jamaah An-Nadzir Kabupaten Gowa*. 2019.

Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta .

Bendicus. 2010. *Konstruksi Diri dan Pengelolaan Kesan Pada Ruang Rillsan Ruang Virtual*. Jurnal Spikom. Volume 1. Nomer 1.

Dayaksini, Tri dan Hudaniah. 2009. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.

Delamater, J.D & Myers, D.J. (2007). *Social Psychology*. Sixth Edition. Belmont: Thomson Wadsworth.

Engkus Kuswarno. 2013. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*, Widya Padjajaran Bandung. Poloma, 2013. *Sosiologi Komtemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Supranto, J. 2000. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta

Welly Wirman, dkk. 2008. *Buku Pedoman Penyusunan Proposal dan Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi. Pekanbaru: Taman Karya

Yasir. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Riau. Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Jurnal dan Skripsi :

Kamilah, Humaira, dkk. 2020. *Fenomena gaya Hidup Ala Selebgram pada Mahasiswa di Instagram*. Jurnal Professional. Volume 7. Nomor 2.

Kusuma Sari Herdayani dan Safitri Diana. 2014. *Rasa Malu dan*

Presentasi Diri Remaja di Media Sosial. Jurnal Psikologi. Volume 4. Nomor 2.

Puspita, Meutia. 2017. *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*. Volume 4. Nomor 2.

Rizqi Muhammad. *Dari Foto dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial*. 2019. Jurnal Komunikasi dan Kajian Media. Volume 3. Nomer 1.

Vidia, Prita dkk. *Media Sosial Instagram*

Sebagai Panggung Presentasi Diri Pada Siswa SMA NEGERI 2 Karanganyar. Universitas Sebelas Maret. 2017.

Wati, Lina. *Dramaturgi Content Creator Dalam Presentasi Diri di Instagram (Studi Etnografi Virtual Pada akun Instagram @bangijal_tv)*, Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang. 2019.

Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Jakarta: Erlangga.

Moloeng, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy dan Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy & Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi (Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis)*. Bandung: Remaja Rosda Karya.