

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Penggunaan media sosial memberi pengaruh terhadap perilaku *online* manusia. Salah satu perilaku *online* manusia adalah menggunakan media sosial secara privat, yaitu menggunakan media sosial dengan tersembunyi tanpa diketahui orang lain, baik yang dikenal maupun tidak (Kemp, 2020, n.p.). Penggunaan media sosial secara privat ini berkaitan dengan adanya fenomena akun alter atau alter-ego. Akun alter-ego dan penggunaannya tersebut menarik untuk dibahas. Menurut Nizha Maulidhina, akun alter-ego di media sosial digunakan oleh penggunanya untuk menjadi dirinya yang lain. Dengan kata lain, pengguna akun alter-ego tersebut menampilkan kepribadian yang berbeda saat di akun alter-ego dan di luar akun alter-ego. Selain itu, akun alter-ego digunakan untuk mencurahkan perasaan dan kejadian-kejadian yang telah dialami oleh pengguna akun alter-ego tersebut. Bahkan, pengguna akun alter-ego memiliki tujuan yang berbeda-beda dan dapat menampilkan diri sesuai keinginan mereka (Maulidhina, 2019, pp. 1-2).

Hal tersebut menjadi masalah yang menarik untuk diteliti karena pengguna akun alter-ego cenderung memiliki kesan yang berbeda saat tampil di depan audiensnya. Dilansir dari Esquire Philippines, seseorang memilih untuk menggunakan akun alter-ego untuk mengungkapkan segala hal yang tidak dapat diungkapkan pada akun utama maupun kehidupan

nyata. Bahkan, penggunaan akun alter-ego dapat membuat seseorang merasa lebih percaya diri dan menjadi diri sendiri (Cana, 2020, n.p.).

Hal tersebut sesuai dengan data pra-riset yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 16 Februari 2021 hingga 18 Februari 2021 terhadap 100 orang responden. Data pra-riset tersebut berkaitan dengan penggunaan akun alter-ego Twitter. Berdasarkan hasil dari data pra-riset tersebut, 37% orang tidak menggunakan akun alter-ego Twitter dan 63% orang menggunakan akun alter-ego Twitter. Bahkan pada data tersebut, pengguna akun alter-ego Twitter merasa bahwa kesan yang ditampilkan pada akun alter-ego Twitter adalah lebih percaya diri dan menjadi diri sendiri. Berbeda dengan di dunia nyata, pengguna merasa takut dihakimi atas pendapat pribadi. Pengguna merasa lebih nyaman untuk menyampaikan pendapat apapun menggunakan akun alter-ego daripada dilakukan secara langsung di dunia nyata. Pengguna merasa bahwa pada dunia nyata, mereka harus menjadi orang lain dan tidak bisa menampilkan kesan diri yang sebenarnya karena tidak bisa melakukan segala hal dengan bebas seperti menyampaikan keluhan kesah dan melakukan hal-hal yang menjadi kesukaan mereka (Data pra-riset, 2021).

Kesan dapat diartikan sebagai suatu usaha dari seseorang untuk menampilkan gambaran tertentu terkait dirinya. Kesan yang dikelola seseorang dapat berupa tindakan yang dilakukan untuk mengontrol persepsi dari audiens (Dalegi, 2018, pp. 4,6). Ketika seseorang sedang mengelola kesan, ia berharap untuk membangun gambaran diri yang diterima oleh

orang lain. Pengelolaan kesan dilakukan untuk mendapatkan citra diri atau gambaran diri yang diharapkan (Putriana, 2017, p. 9).

Pada media sosial, pengelolaan kesan dapat dilihat melalui penggunaan media sosial, yaitu informasi-informasi yang diberikan melalui media sosial. Sedangkan saat berinteraksi secara langsung, pengelolaan kesan dapat dilakukan melalui interaksi verbal maupun non verbal, seperti ucapan dan kata-kata yang digunakan, bahasa tubuh, dan jabatan (Paliszkievicz & Madra-Sawicka, 2016, p. 204). Pada penelitian ini, peneliti melihat kesan yang dikelola oleh seorang aktor melalui interaksi non verbal, yaitu teks. Teks dapat dilihat melalui *tweet* yang diberikan pada media sosial Twitter.

Akun alter-ego digunakan oleh penggunanya untuk menyampaikan berbagai pesan dan muncul pada media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat, salah satunya adalah media sosial Twitter. Bahkan, pada media sosial Twitter terdapat sebutan “Alterland” karena banyaknya pengguna akun alter-ego di Twitter dan sebagai tempat bagi para pengguna tersebut untuk menunjukkan kebebasannya. Alterland juga menjadi sebuah perumpamaan sebagai “taman bermain” bagi pengguna akun alter-ego, yang mana penggunanya dapat menyampaikan berbagai gagasan dan menampilkan kepribadian lain dari identitasnya. Segala jenis informasi sangat dimaklumi. Seperti contohnya mengumpat, memaki, sarkas, memberi informasi berbau pornografi, dan lainnya. Namun tidak hanya itu, pengguna akun alter juga dapat memberi informasi seputar pendidikan, atau

bahkan hanya sekedar mencurahkan isi hati atau perasaan pengguna (Sisi, 2017, n.p.).

Penggunaan akun alter-ego pada media sosial menjadi sebuah fenomena yang dapat memberi dampak bagi penggunanya, baik itu dari sisi negatif maupun positif. Salah satu kasus yang berkaitan dengan penggunaan akun alter-ego adalah kasus pembunuhan yang terjadi pada Deudeuh Alfisahrin. Deudeuh menggunakan akun alter-ego pada media sosial Twitter dengan nama samaran yaitu @Tataa_Chubby. Akun alter-ego tersebut ia gunakan sebagai sarana untuk prostitusi online. Tersangka pembunuh Deudeuh merupakan salah satu pengguna jasa prostitusi yang disediakan oleh Deudeuh. Tersangka menjelaskan bahwa pembunuhan tersebut dilakukan karena tersangka merasa tersinggung dengan kata-kata yang dilontarkan secara langsung oleh korban (Rivki, 2015, n.p.). Hal tersebut menunjukkan adanya perbedaan kesan yang ditampilkan oleh korban saat di akun alter-ego dan saat bertemu secara langsung.

Kasus Deudeuh menjadi salah satu kasus yang terjadi dan berkaitan dengan penggunaan akun alter-ego pada media sosial Twitter. Namun, terdapat sisi positif dari penggunaan akun tanpa identitas di media sosial. Berdasarkan jurnal oleh Lilis Nosiva Rini dan Rouli Manalu, pengguna akun alter-ego Twitter memiliki kebebasan pribadi saat menggunakan akunnnya. Hal ini berkaitan dengan demokrasi dan kebebasan diri untuk berpendapat. Ketika menggunakan akun alter-ego, seseorang tidak merasa khawatir untuk berpendapat terkait suatu hal. Pengguna memiliki kebebasan

untuk menyampaikan berbagai pendapat tanpa merasa takut identitas diketahui oleh orang lain (Rini & Manalu, 2020, p. 2).

Seseorang dapat memberikan perbedaan saat menampilkan dirinya. Saat menggunakan media sosial, seseorang dapat menampilkan hal-hal yang disukai dalam bentuk opini, foto, video, dan informasi lainnya. Seseorang dapat memamerkan hal-hal yang terjadi dalam hidupnya. Sedangkan di luar media sosial, seseorang cenderung menunjukkan sisi atau sifat-sifat dari dirinya. Seperti orang yang memiliki sifat tertutup, tidak menutup kemungkinan bahwa pada akun media sosialnya ternyata ia aktif mengunggah status. Hal tersebut menunjukkan adanya perbedaan kepribadian seseorang pada kehidupan nyata dan media sosial (Lailiyah, 2016, pp. 103-104).

Peneliti memilih Twitter sebagai objek penelitian karena Twitter merupakan media sosial yang dianggap sebagai “*online diary*” bagi penggunanya. Pengguna Twitter bahkan bisa mengungkapkan aktivitas apapun yang dilakukannya (Yunita, 2019, p. 26). Dilansir dari Vice, media sosial Twitter paling nyaman digunakan karena platform microblogging ini dapat digunakan untuk menyampaikan seksualitas seseorang secara leluasa. Azwar memaparkan, Twitter dianggap dapat digunakan seseorang untuk menjadi diri sendiri dan bebas untuk mengungkapkan apa yang dirasakan melalui kata-kata. Hal tersebut dikarenakan, seseorang yang memiliki seksualitas gay merasa diterima melalui komunitas-komunitas yang dibangun di media sosial Twitter. Aplikasi Twitter juga dianggap ‘ramah pengguna’, sehingga dapat digunakan untuk menambah relasi dan mencari

teman. Hal tersebut yang membedakan media sosial Twitter dengan platform media sosial lainnya (Azwar, 2019, n.p.).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Prima Dewi dan Santi Delliana (2020), Twitter menjadi pilihan yang tepat sebagai tempat menuangkan keluh kesah dan perasaan. Hal tersebut dikarenakan penggunaan Twitter yang mudah, sehingga orang yang ingin bercerita cukup mengutarakannya menggunakan kata-kata tanpa perlu melampirkan foto maupun video (Dewi & Delliana, 2020, pp. 64-65). Dilansir melalui IDN Times, Twitter dianggap mampu untuk menjadi “buku harian” penggunanya. Pengguna Twitter dapat membuat *tweet* bersambung atau yang disebut sebagai *thread* apabila informasi yang ingin disampaikan cukup panjang. Pada *thread* tersebut, penulis dapat meng*update* atau menambahkan informasi dari *thread* yang ditulis oleh orang lain. Bahkan, media sosial lain tidak memiliki fitur *thread* ini. Selain itu, peneliti juga memilih akun alter-ego Twitter sebagai obyek penelitian karena akun alter-ego di media sosial Twitter merupakan hal yang menarik dan unik untuk dibahas. Fitur-fitur yang ada pada media sosial Twitter memudahkan pengguna untuk melakukan interaksi, mencari informasi, dan juga menyebarkan informasi, termasuk pemilik akun alter-ego (Widi, 2019, n.p.).

Terdapat penelitian serupa dengan judul “*Impression Management in Social Media: The Example of LinkedIn*” yang dilakukan oleh Joanna Paliszkievicz dan Magdalena Madra-Sawicka di tahun 2016. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan tampilan identitas yang dilakukan

seseorang akan mempengaruhi bisnis yang dilakukan. Pada jejaring sosial LinkedIn, seseorang akan mempresentasikan dirinya sebaik mungkin untuk menghindari kegagalan. Saat melakukan pengelolaan diri di LinkedIn, seseorang harus secara sadar memahami informasi yang sungguh-sungguh dibutuhkan dan tidak (Paliszkievicz & Madra-Sawicka, 2016, pp. 208-209).

Terdapat penelitian serupa lainnya dengan judul "*Impression Management on Facebook and Twitter: Where Are People More Likely to Share Positivity or Negativity with Their Audiences?*" yang dilakukan oleh Annalise Sigona (2015). Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah pengguna mengelola kesan secara berbeda pada Facebook dan Twitter. Pengguna dapat menumpahkan perasaan dan keluh kesahnya pada media sosial Twitter dan tidak pada media sosial Facebook. Penelitian ini menjelaskan bahwa pada media sosial Facebook, pengguna berteman dengan banyak anggota keluarga. Sedangkan pada Twitter, pengguna tidak berteman dengan banyak anggota keluarga. Hal tersebut membuat pengguna kurang nyaman untuk menyampaikan segala pikiran dan perasaan pada media sosial Facebook (Sigona, 2015, p. 140).

Terdapat juga penelitian lain yang dilakukan oleh Pinckey Triputra dan Rewindinar (2020) dengan judul "*Pseudonym and Persona Management in Psychoanalysis Approach Among J-Pop Fans in Social Media*". Penelitian ini memberikan hasil bahwa penggemar J-pop menggunakan nama samaran pada media sosial mereka untuk melindungi privasi diri, baik di media sosial maupun di kehidupan nyata. Dengan begitu, identitas diri penggemar tidak akan diketahui oleh orang-orang lain (Triputra & Rewindinar, 2020, pp. 46-47).

Terdapat kebaruan penelitian dari penelitian-penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini, peneliti bukan meneliti akun pseudonym atau akun *roleplay*, namun peneliti melakukan penelitian pada akun alter-ego. Selain itu, media sosial yang digunakan adalah media sosial Twitter. Namun, penelitian ini menggunakan teori yang sama dengan penelitian-penelitian serupa sebelumnya, yaitu *Impression Management* (Pengelolaan Kesan). Berdasarkan adanya penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipaparkan tersebut membuat peneliti tertarik dan berminat untuk meneliti terkait Pengelolaan Kesan Pengguna Akun Alter-Ego di Media Sosial Twitter.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pengelolaan kesan pengguna akun alter-ego di media sosial Twitter?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan kesan pengguna akun alter-ego di media sosial Twitter.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan wawasan di bidang Ilmu Komunikasi. Diharapkan penelitian ini dapat memberi

pengetahuan terkait Pengelolaan Kesan yang dilakukan seseorang serta aplikasinya di era media sosial.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan memberi informasi kepada masyarakat terkait pengelolaan kesan diri pada media sosial. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian serupa yang akan dilakukan selanjutnya.

E. KERANGKA TEORI

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) dari Teori Dramaturgi yang dicetuskan oleh Erving Goffman. Peneliti berfokus pada Pengelolaan Kesan dikarenakan Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) berkaitan dengan kesan dari diri seseorang yang diciptakan sesuai dengan tujuan yang ingin diraih (Dubrin, 2011, p. 7). Fitur di media sosial mendukung kesan yang ditampilkan seseorang pada panggung depan (Rianti, 2019, p. 4).

Pada penelitian ini, elemen dari Teori Dramaturgi yang digunakan adalah elemen *impression management* dan *performances*. Elemen *impression management* menjelaskan tentang bagaimana seseorang mengontrol kesan dirinya di depan audiens dengan menyesuaikan pada tujuan yang ingin dicapai (Wood, 2004, p. 120). Dan elemen *performances* berkaitan dengan teknis yang dilakukan seorang aktor di depan penonton atau pada panggung depan (Aspling, 2011, p. 5).

Teori Dramaturgi dicetuskan oleh Erving Goffman pada tahun 1959. Teori ini berasumsi bahwa interaksi yang dilakukan oleh manusia diibaratkan seperti panggung pertunjukan (Wood, 2004, p. 118). Teori Dramaturgi berkaitan dengan kesan yang dikelola pada diri seseorang. Kesan dapat diartikan sebagai sebuah usaha yang dilakukan oleh seorang aktor untuk mendapatkan gambaran terkait dirinya (Dalegi, 2018, p. 6).

Pada saat melakukan interaksi, seseorang akan memberikan kesan diri yang baik agar diterima oleh lawan bicaranya. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang sudah ditentukan oleh seseorang. Goffman berpendapat, seseorang harus memahami situasi yang sedang terjadi. Ketika seseorang memahami situasi yang sedang terjadi, maka orang tersebut akan menampilkan kesan diri yang sesuai dengan situasi yang sedang berlangsung (Pattipeilohy E. M., 2016, p. 184). Teori Dramaturgi juga menjelaskan bahwa kesan pada diri seseorang dapat berubah menyesuaikan dengan interaksi yang dilakukan dengan orang lain. Pada Teori Dramaturgi, interaksi yang dilakukan oleh manusia diibaratkan sebagai sebuah pertunjukan. Manusia sebagai seorang aktor akan menampilkan kesan tertentu kepada penonton untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Putri & Farida, 2018, p. 126).

Berikut penjelasan elemen-elemen Dramaturgi menurut Goffman (Jacobsen & Kristiansen, 2014, pp. 71-72):

1. Pengelolaan Kesan (Impression Management)

Pengelolaan kesan atau *impression management* dicetuskan oleh Goffman pada tahun 1959. Goffman tertarik pada pengelolaan pesan

yang dilakukan seseorang dikarenakan pengelolaan kesan berkaitan dengan cara seseorang mengelola dirinya demi menciptakan kesan tertentu bagi orang lain. Kesan yang ditampilkan seseorang bergantung pada tujuan yang ingin diraih oleh seorang aktor. Ketika seseorang sedang melakukan interaksi dengan orang lain, maka orang tersebut akan menampilkan dirinya dengan karakter tertentu (Wood, 2004, pp. 119-121). Goffman berpendapat bahwa *impression management* dari seorang aktor sangat penting. Aktor dapat diberdayakan untuk memberikan kesan tertentu kepada penontonnya. Goffman juga menyampaikan bahwa *impression management* bertujuan untuk memberi informasi terkait strategi yang digunakan oleh aktor dalam mengekspresikan dirinya (Picone, 2015, p. 1).

Pengelolaan kesan melibatkan usaha yang dilakukan oleh seorang aktor. Usaha tersebut berhubungan dengan tujuan yang sudah ditetapkan oleh seseorang. Hal tersebut dapat dilakukan oleh seorang aktor dengan sadar maupun tidak. Goffman menjelaskan bahwa seseorang memiliki kendali penuh atas dirinya sendiri. Seseorang dapat mengontrol dirinya untuk menunjukkan sesuatu yang dapat memunculkan kesan tersendiri bagi orang lain. Pengelolaan kesan berkaitan dengan cara-cara yang dilakukan seseorang untuk menampilkan kesan diri tersebut (Picone, 2015, p. 1).

Pengelolaan kesan juga dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan seseorang untuk menampilkan dirinya. Usaha tersebut dilakukan dengan dasar tujuan tertentu. Tujuan setiap orang berbeda-beda tergantung pada hal-hal yang dibutuhkan dalam hidup seseorang.

Untuk mendapatkan kesan tertentu, maka seseorang harus melakukan pengelolaan kesan untuk menjaga hal-hal tertentu yang ada pada dirinya. Setelah berhasil mengontrol diri saat menampilkan dirinya, maka seseorang akan memunculkan kesan terkait dirinya pada pikiran orang lain (Putriana, 2017, p. 7). Pengelolaan kesan juga berkaitan dengan pemberian informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Ketika menyampaikan suatu informasi tertentu, seseorang dapat memperoleh keuntungan. Keuntungan tersebut dapat berupa kesan dan citra diri yang baik bagi orang lain (Picone, 2015, p. 3).

Seseorang melakukan pengelolaan kesan karena keinginannya untuk mempengaruhi pikiran orang lain. Pikiran yang ingin diubah dapat berkaitan dengan orang lain dan juga suatu peristiwa atau kejadian. Hal tersebut diubah saat aktor sedang melakukan interaksi dengan orang lain. Kesan yang ditampilkan sudah dipertimbangkan terlebih dahulu oleh aktor. Oleh karena itu, pengelolaan kesan juga berkaitan dengan alasan yang mendasari tujuan seseorang menampilkan kesan tertentu (Tashmin, 2016, p. 95).

Pengelolaan kesan juga dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial. Saat memanfaatkan media sosial, pengelolaan kesan dapat dilihat melalui cara seseorang menggunakan media sosial tersebut untuk menampilkan identitas pribadinya. Di media sosial, seseorang dapat menampilkan dirinya sesuai dengan keinginannya. Ketika seseorang memiliki pandangan yang ideal terkait dirinya, maka orang tersebut dapat mengaplikasikan pandangan ideal tersebut pada identitas dirinya di media sosial (Picone, 2015, p. 4).

Tidak hanya melalui tatap muka, seseorang dapat melakukan pengelolaan kesan melalui media sosial (Paliszkievicz & Madra-Sawicka, 2016, p. 204). Penggunaan media sosial merupakan hal yang privasi bagi penggunanya. Privasi pada media sosial tersebut dapat dikaitkan dengan cara seseorang mengatur informasi atau identitas pribadi yang akan diterima oleh orang lain. Seorang aktor dapat melakukan pengelolaan kesan melalui media sosial. Pada media sosial, seseorang seringkali menampilkan identitas yang berbeda dengan identitas asli. Seorang aktor dapat menampilkan identitas dengan versi ideal mereka, sehingga identitas tersebut akan berbeda dengan identitas asli pada kehidupan nyata. Dengan begitu, seorang aktor dapat memunculkan kesan diri pribadi yang kemudian diterima oleh orang lain melalui media sosial (Picone, 2015, p. 6). Pada media sosial, kesan dapat dikelola melalui tampilan teks, foto, dan juga video (Paliszkievicz & Madra-Sawicka, 2016, pp. 204-205).

2. Performances

Pada sebuah pertunjukan, seseorang akan menampilkan sebuah kepribadian yang memberi kesan tertentu kepada penonton atau audiens. De Young menjelaskan bahwa kepribadian ditunjukkan dengan perilaku yang konsisten dan stabil sebagai bentuk tanggapan terhadap rangsang yang terjadi di lingkungan kehidupan manusia (Deaux & Snyder, 2019, p. 394). Kusumanto Setyonegoro menjelaskan, kepribadian dapat diartikan sebagai kebiasaan pada diri seseorang yang muncul untuk beradaptasi dengan lingkungan dan merespon rangsangan yang ada.

Koswara juga menjelaskan bahwa definisi kepribadian adalah tentang cara seseorang menunjukkan kesan bagi orang lain (Sunaryo, 2004, p. 102).

Terdapat aspek-aspek pada elemen *performance*, yaitu (Thompson, 2016, n.p.):

a. Belief in the Part One is Playing

Ketika seorang aktor melakukan perannya di depan audiens, ia akan berusaha sebaik mungkin untuk menyatu dengan peran tersebut. Peran yang dilakukan dengan maksimal akan mempengaruhi cara pandang audiens. Kepercayaan audiens akan bergantung pada bagaimana seorang aktor menampilkan kesan pada peran yang ia lakukan (Riccio, 2013, p. 35).

Saat menampilkan peran, terdapat dua pendekatan untuk menunjukkan peran tersebut (Thompson, 2016, n.p.):

1) Sincerity

Aktor yang menggunakan pendekatan ini melakukan perannya dengan tulus. Hal tersebut dikarenakan aktor merasa bahwa peran tersebut adalah bentuk ekspresi dari identitas dirinya yang sebenarnya. Dengan begitu, aktor juga berharap agar audiens percaya bahwa peran tersebut dilakukan dengan tulus.

2) Cynicism

Seorang aktor yang menggunakan pendekatan ini, tidak sepenuhnya melakukan peran dengan tulus. Hal tersebut

dikarenakan aktor tersebut merasa peran yang dilakukannya bukanlah identitas dirinya yang sebenarnya. Namun, peran tersebut tetap dilakukan untuk meraih tujuan lain yaitu mendapatkan keuntungan, baik keuntungan pribadi maupun kepentingan orang lain.

b. Front

Front merupakan bagian yang menjelaskan terkait teknis dalam suatu pertunjukkan yang diperankan oleh aktor. Aspek-aspek pada teknis pertunjukkan ini akan membantu seseorang dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Terdapat tiga aspek penting yang dapat membantu seorang aktor untuk menyampaikan pesannya, yaitu (Thompson, 2016, n.p.):

1) Setting

Pada sebuah pertunjukan, dibutuhkan *setting* yang berkaitan dengan tata letak peralatan. *Setting* dapat digunakan oleh seorang aktor untuk mendukung penampilan yang akan dilakukan di depan audiens. *Setting* dapat dilihat melalui identitas yang dimunculkan pada media sosial (Aulia & Sugandi, 2020, p. 81). Selain itu, *setting* juga dapat digunakan untuk menampilkan latar belakang situasi yang terjadi.

2) Appearance

Appearance berkaitan dengan penampilan seorang aktor. *Appearance* dapat dilihat melalui isi dari media sosial seseorang. Melalui isi media sosial tersebut, seseorang dapat menceritakan

tentang status yang ingin dibangun seseorang (Aulia & Sugandi, 2020, p. 81). Penampilan yang dilakukan oleh aktor tersebut dapat memunculkan kesan diri yang kemudian akan diterima oleh audiens.

3) *Manner*

Pada sebuah pertunjukan, *manner* dibutuhkan oleh seorang aktor. *Manner* dapat dilihat melalui interaksi yang dibangun seorang aktor dengan orang lain. Cara berinteraksi tersebut dapat menunjukkan kesan diri yang ingin ditunjukkan seseorang (Alfiyah, 2013, p. 3). *Manner* akan menunjukkan tingkah laku seseorang yang ditampilkan pada sebuah situasi. Dengan begitu, audiens dapat menilai pesan yang ingin disampaikan melalui sikap dari seorang aktor.

c. *Idealization*

Tampilan yang ideal dari diri seseorang berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk mengelola kesan. Seseorang akan menampilkan kesan yang positif melalui unggahan-unggahan pada media sosial yang digunakan. Selain itu, seseorang akan mengunggah informasi-informasi yang dianggap penting, tergantung pada kesan yang ingin diciptakan. Seperti contohnya ketika seseorang ingin dinilai pandai bermusik, maka ia akan mengunggah informasi tentang musisi ternama atau mengunggah video saat ia bermain musik (Riccio, 2013, p. 36).

Idealization juga dapat dikaitkan dengan fakta yang disembunyikan untuk menyesuaikan dengan lingkungannya. Untuk beradaptasi dengan lingkungan, seseorang harus menyembunyikan sikap tertentu agar diterima oleh lingkungannya. Seseorang juga dapat menyembunyikan aktivitas, kegiatan, fakta yang dianggap tidak ideal menurut versi diri sendiri. Seseorang akan melakukan hal tersebut agar mendapat pandangan dari orang lain bahwa dirinya memiliki kesan yang ideal (Thompson, 2016, n.p.).

d. Maintenance of expressive control

Saat sedang melakukan pertunjukan, seorang aktor haruslah menunjukkan ekspresi diri sesuai dengan peran yang ditampilkan. Goffman menjelaskan bahwa karakter adalah hal yang penting dan tidak dapat berubah. Karakter akan melekat pada diri individu. Pada kehidupan nyata, suasana hati seseorang mudah berubah-ubah. Namun, ketika seorang aktor sedang tampil pada panggung depan, aktor tersebut haruslah konsisten pada karakter yang diperankan. Karakter yang diperankan akan menciptakan kesan pada diri aktor yang kemudian diterima oleh audiens. Peran yang ditampilkan oleh seorang aktor harus dilakukan dengan sebaik mungkin. Ketika terdapat kesalahan pada peran, maka hal tersebut dapat merusak penampilan seorang aktor (Thompson, 2016, n.p.).

e. Mystification

Mystification berkaitan dengan kesan diri seseorang yang ingin dijaga. Tiap individu memiliki kesan yang ideal terkait dirinya

sendiri. Salah satu contohnya adalah dengan cara menjaga jarak. Untuk mempertahankan kesan diri yang ideal tersebut, seseorang akan menjaga jarak dari orang lain. Ketika seseorang menjaga jaraknya dengan orang lain, maka interaksi yang dilakukan semakin sedikit. Minimnya interaksi tersebut akan membantu seseorang dalam menjaga dan mempertahankan kesan diri yang dianggap ideal (Thompson, 2016, n.p.).

Teori Dramaturgi menekankan pada cara manusia untuk mengekspresikan dirinya kepada orang lain. Pada interaksinya, seseorang dapat mengontrol informasi dan peran yang dilakukannya di depan orang lain. Dengan begitu, orang lain akan memahami pesan yang disampaikan.

Untuk menampilkan kesan kepada orang lain, seseorang akan memberikan batasan atau kontrol diri. Kontrol tersebut dapat berupa penampilan fisik, situasi atau keadaan diri, dan juga perilaku. Bahkan ketika bersosialisasi dan berinteraksi dengan orang lain, identitas diri seseorang dapat berubah-ubah. Identitas tersebut menyesuaikan dengan siapa seseorang berinteraksi (Fitri, 2015, p. 103).

F. KERANGKA KONSEP

Subjek penelitian ini adalah pengguna akun alter-ego Twitter. Penelitian ini juga menggunakan teori Dramaturgi khususnya Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) untuk mengetahui kesan yang ditampilkan informan di akun alter-ego Twitter. Kerangka pemikiran ini berfokus pada Pengelolaan Kesan yang dilakukan informan.

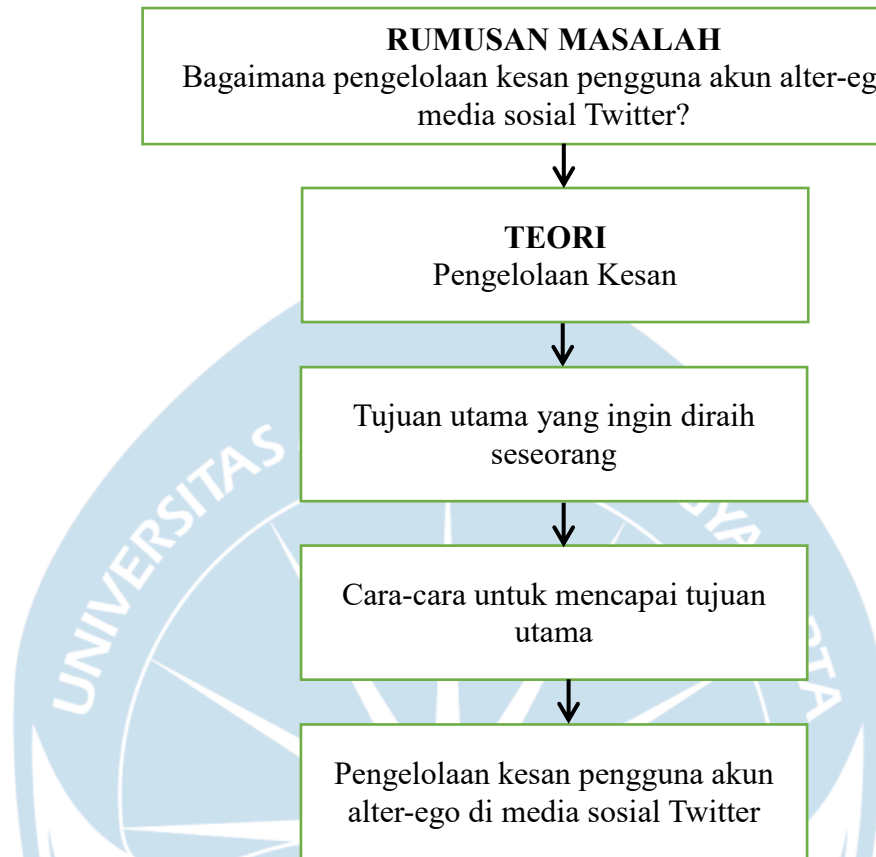
Pengelolaan Kesan menjelaskan tentang kesan diri seseorang yang ditampilkan di depan audiens. Seorang aktor terlebih dahulu menentukan tujuan utama dari penampilannya. Ketika aktor sudah memiliki tujuan utama, maka kesan yang diberikan akan mengikuti pada tujuan tersebut. Tujuan yang dimiliki oleh aktor tersebut menjadi acuan untuk ia menampilkan cara-cara dalam menampilkan dirinya. Penampilan yang diberikan oleh aktor tersebut mengandung pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Dengan begitu, seorang aktor memiliki kendali penuh atas dirinya dalam menampilkan kesan tertentu (Picone, 2015, p. 1).

Subjek penelitian ini adalah pengguna akun alter-ego Twitter. Pengguna memiliki tujuan tertentu dari penggunaan akun alter-ego Twitter yang mereka gunakan. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengelolaan kesan yang dilakukan subjek pada akun alter-ego Twitter. Pertama-tama, peneliti memahami terlebih dahulu tujuan-tujuan yang dimiliki oleh masing-masing pengguna akun alter-ego Twitter. Setelah menemukan tujuan penggunaan akun alter-ego Twitter, selanjutnya peneliti melihat bagaimana cara seseorang menampilkan dirinya dengan menyesuaikan pada tujuan utama yang dimiliki.

Untuk menemukan pengelolaan kesan, maka peneliti harus mengikuti tahap-tahap tersebut. Tahap pertama adalah memahami tujuan utama dari penampilan seseorang, yang mana pada penelitian ini dikaitkan dengan akun alter-ego Twitter pengguna. Tahap kedua adalah menemukan cara-cara untuk mencapai tujuan utama. Kedua tahap tersebut akan menunjukkan pengelolaan kesan yang dilakukan seseorang.

Tabel 1. 1

Kerangka Pemikiran Pengelolaan Kesan Pengguna Akun Alter-ego Twitter



G. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang diartikan sebagai suatu kegiatan untuk meneliti sebuah fenomena yang ada dengan menggunakan metode-metode yang ada. Penelitian secara kualitatif juga memaparkan suatu fenomena secara naratif berdasarkan pada pengamatan yang telah dilakukan (Anggito & Setiawan, 2018, pp. 7-9).

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yang dapat diartikan sebagai suatu cara untuk manusia memahami apa yang terjadi di dunia. Fenomenologi melihat suatu fenomena berdasarkan pengalaman

yang terjadi pada kehidupan seseorang. Fenomenologi juga dapat diartikan sebagai sebuah metode yang digunakan guna memahami suatu pengalaman hidup yang dialami oleh manusia (Rorong, 2020, p. 42). Penelitian fenomenologi dapat digunakan untuk mengungkap fenomena pengelolaan kesan dari pengguna akun alter-ego di media sosial Twitter. Hasil akhir penelitian ini berupa kata-kata dan bukan data statistik. Data-data tersebut diperoleh melalui wawancara mendalam dan netnografi yang dilakukan kepada narasumber.

2. Obyek Penelitian

Pada sebuah penelitian atau riset, objek penelitian dapat diartikan sebagai permasalahan atau isu yang kemudian menjadi dasar dari suatu pembahasan (Mukhtazar, 2020, p. 45). Nyoman Kutha Ratna memaparkan bahwa objek dapat diartikan sebagai gejala-gejala yang terjadi di lingkungan hidup seseorang. Sehingga objek penelitian dapat diartikan sebagai inti maupun dasar permasalahan yang menjadi tujuan dari suatu penelitian. Objek menjadi acuan bagi seseorang untuk mencari dan mendapatkan data secara lengkap. Maka, objek dari penelitian ini adalah akun alter-ego di media sosial Twitter. (Fitrah & Luthfiyah, 2017, p. 156).

3. Subjek Penelitian

Subjek diartikan sebagai orang-orang yang dipercaya dapat memberikan informasi dan data terkait penelitian. Subjek penelitian sangat diperlukan untuk melengkapi data dan kebutuhan dari penelitian. Pada penelitian kualitatif, subjek penelitian disebut dengan informan (Fitrah &

Luthfiah, 2017, p. 152). Hal tersebutlah yang membedakan objek dengan subjek.

Subjek dari penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive*. *Purposive* merupakan cara atau teknik pemilihan informan yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan pada kriteria-kriteria khusus yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan (Jupp, 2006, p. 244). Subjek atau informan dari penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuisisioner. Peneliti membuat kuisisioner terkait penggunaan akun alter-ego di media sosial Twitter.

Peneliti membuat kuisisioner dan disebar kepada 100 orang responden dengan berdasarkan pada rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan apabila sampel tidak diketahui jumlahnya. Pengguna akun alter-ego Twitter tidak diketahui jumlahnya, oleh karena itu peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk mengetahui jumlah sampel untuk penyebaran kuisisioner. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan melalui media sosial Twitter, Instagram, Whatsapp, Telegram, dan juga Line.

Penjaringan yang dilakukan melalui Twitter efektif dan berhasil memperoleh banyak responden yang berkaitan dengan akun alter-ego Twitter. Sedangkan yang lainnya, seperti Instagram, Whatsapp, Telegram, dan juga Line kurang efektif dalam menjangkau pengguna akun alter-ego Twitter. Pada kuisisioner, peneliti memberi pilihan terkait ketersediaan responden untuk menjadi informan. Maka dari itu, informan-informan yang terpilih merupakan informan yang sukarela untuk membantu proses penelitian ini.

Berdasarkan kuisioner yang disebar kepada 100 orang responden, 63% menggunakan akun alter-ego Twitter dan 37% tidak menggunakan akun alter-ego Twitter. Pengguna menggunakan akun alter-ego Twitter dengan berbagai tujuan utama, namun tujuan utama terbanyak adalah akun alter-ego Twitter digunakan sebagai media untuk menumpahkan curahan hati, kemudian disusul oleh penggunaan untuk *fan account*, dan yang terakhir adalah untuk menampilkan konten seksual. Selain itu, terdapat tujuan lain dalam penggunaan akun alter-ego Twitter, yaitu adalah untuk menambah relasi dan juga mengunggah karya seni (Data pra-riset, 2021).

Berdasarkan hasil dari kuisioner yang telah disebar, maka peneliti memilih lima kategori penggunaan akun alter-ego Twitter sebagai kriteria penentuan informan. Lima kriteria kategori tersebut adalah (1) pengguna menggunakan akun alter-ego Twitter untuk mencurahkan perasaan atau isi hati, (2) sebagai *fan account*, (3) untuk menampilkan konten seksual, (4) menambah relasi, dan (5) mengunggah karya seni (Data pra-riset, 2021). Kelima kategori yang berbeda tersebut dipilih karena perbedaan tujuan penggunaan akun alter-ego mempengaruhi kesan yang ditampilkan seseorang (Maulidhina, 2019, p. 1).

Pada penelitian kualitatif, sampel yang dibutuhkan untuk penelitian disebut dengan narasumber atau informan (Sugiyono, 2013, p. 216). Peneliti memilih delapan informan berdasarkan kelima kriteria yang didapatkan melalui kuisioner yang disebar terlebih dahulu. Peneliti memilih pengguna akun alter-ego Twitter yang bersedia untuk memberikan informasi berdasarkan pada kriteria yang ditentukan. Berdasarkan kriteria-

kriteria yang sudah ditentukan tersebut, maka informan atau narasumber yang dipilih oleh peneliti, yaitu:

Tabel 1. 2

Daftar nama informan pengguna akun alter-ego Twitter

| No | Nama/username | Kategori |
|----|------------------|----------------------------|
| 1. | @LA_dingin | Curhat |
| 2. | @mabokmatcha | Curhat |
| 3. | @y0ungpoint | Fan account |
| 4. | @congrachulation | Fan account |
| 5. | @monr8e | Menampilkan konten seksual |
| 6. | @avocuddleer | Menampilkan konten seksual |
| 7. | @pvloOva | Menambah relasi |
| 8. | @pyofruta | Menampilkan karya seni |

Kedelapan subjek penelitian tersebut dipilih karena sudah mewakili dan sesuai dengan kriteria kategori yang ditentukan sehingga diharapkan dapat memberi jawaban terkait pertanyaan pada penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer dapat diartikan sebagai informasi yang didapatkan secara langsung oleh peneliti terkait suatu kejadian atau fenomena yang terjadi. Cara-cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh data primer adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan juga dokumentasi (Walliman, 2006, pp. 51-52). Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan netnografi yang dilakukan kepada informan atau narasumber.

b. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dapat diartikan sebagai cara-cara maupun langkah yang diambil oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi terkait penelitian (Kriyantono, 2006, p. 93). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam dan netnografi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait penelitian.

1) Wawancara mendalam

Wawancara mendalam dapat diartikan sebagai sebuah cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi terkait penelitian. Wawancara mendalam dapat dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi sedalam-dalamnya dari informan terkait (West & Turner, 2008, p. 83).

Peneliti perlu melakukan pendekatan terhadap informan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan. Kedekatan antara peneliti dan informan tersebut mempengaruhi keterbukaan narasumber dalam memberikan informasi (Morissan, 2019, pp. 84-85). Materi wawancara terdiri dari pertanyaan pembuka, isi, dan penutup. Pertanyaan pembuka berkaitan perkenalan antara peneliti dan responden, dan tujuan dilakukannya wawancara. Kemudian bagian isi mengarah pada pertanyaan-pertanyaan inti dari penelitian. Selanjutnya, penutup merupakan akhir dari wawancara. Pada bagian akhir diberikan kalimat-kalimat yang mengucapkan terima kasih kepada informan yang sudah bersedia untuk diwawancarai. Pada penelitian ini, pertanyaan-

pertanyaan yang disampaikan berkaitan dengan pengelolaan kesan pengguna akun alter-ego di media sosial Twitter.

2) Netnografi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode netnografi. Gupta mengatakan bahwa netnografi merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperoleh dari informan untuk menghasilkan sebuah temuan (Costello, McDermott, & Wallace, 2017, p. 3). Metode netnografi dapat digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data dan informasi pada internet. Metode netnografi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi melalui percakapan atau interaksi yang ada pada media sosial pengguna. Selain itu, metode netnografi juga memungkinkan peneliti untuk melihat perilaku dan pendapat yang ditunjukkan oleh pengguna media sosial (Bakry, 2011, pp. 21-22).

Metode netnografi dilakukan pada akun alter-ego Twitter informan. Peneliti mengamati *tweet* yang diberikan oleh informan, menghitung jumlah *tweet* informan, *retweet* yang dilakukan informan, dan interaksi yang dilakukan informan bersama audiens selama satu bulan. Selain itu, peneliti juga memberikan hasil *screen capture* dari akun alter-ego Twitter sebagai bukti dari *tweet* informan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dapat diartikan sebagai kegiatan untuk menafsirkan dan melakukan verifikasi terhadap data-data yang diperoleh melalui proses

pengumpulan data (Mamik, 2015, p. 134). Pada penelitian kualitatif, analisis data dapat dilakukan bersamaan dan setelah proses pengumpulan data. Peneliti dapat memilah hasil pengumpulan data yang penting maupun tidak. Miles dan Huberman memaparkan tiga tahap yang terdapat pada proses analisis data kualitatif, yaitu (Morissan, 2019, pp. 19-21) :

a. Reduksi data

Informasi terkait penelitian ditarik sebanyak-banyaknya dari informan. Reduksi data sebagai salah satu tahap dari analisis data, berguna untuk memilah dan memilah informasi yang penting dan tidak. Selain itu, reduksi data juga berfungsi untuk menyederhanakan informasi yang berbelit-belit menjadi informasi yang mudah dipahami. Pada penelitian ini, informasi didapatkan melalui wawancara yang dilakukan kepada delapan informan pengguna akun alter-ego Twitter. Informasi tersebut kemudian melalui proses dipilih dan dipilah sehingga kemudian ditampilkan pada bagian temuan data. Apabila terdapat informasi yang berbelit-belit, maka informasi tersebut disederhanakan agar mudah dipahami. Informasi yang telah dipilih, dipilah, dan disederhanakan kemudian diberikan pada bagian temuan data berupa kutipan langsung dan tidak langsung.

b. Data display

Data *display* dapat disebut juga sebagai tahap penyajian data. Pada tahap ini, informasi yang sudah dipilah melalui tahap reduksi data disajikan. Informasi disampaikan secara naratif, serta lebih jelas dan sistematis. Informasi-informasi yang disampaikan dapat menjadi

kalimat kesimpulan sementara. Pada penelitian ini, informasi terkait pengelolaan kesan pengguna akun alter-ego Twitter yang sudah disederhanakan dan dipilih tersebut ditampilkan di bagian temuan data. Selain itu, data-data juga disajikan melalui analisis data. Analisis data dilakukan dengan berdasarkan pada teori Pengelolaan Kesan. Informasi yang didapatkan dari pengguna akun alter-ego Twitter, kemudian dianalisis menggunakan teori tersebut.

c. Penarikan kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan berkaitan dengan verifikasi, yaitu meninjau kembali data yang telah diperoleh. Informasi dan data yang sudah didapatkan ditinjau kembali apakah sudah tepat dan sesuai dengan catatan saat melakukan pengumpulan data. Selain itu, kesimpulan yang ditarik harus terpercaya dan dapat dipertahankan. Pada penelitian ini, bagian kesimpulan ditampilkan pada bab empat. Di bagian bab empat, data dan informasi yang telah dikumpulkan melalui tahap-tahap sebelumnya, diverifikasi kembali kebenaran dan kecocokannya. Setelah terverifikasi, kesimpulan ditampilkan pada bagian bab empat. Selain itu, bagian kesimpulan menjawab rumusan masalah yang ada, yaitu terkait pengelolaan kesan pengguna akun alter-ego di media sosial Twitter.

6. Pengujian Keabsahan Data

Kebenaran dan tingkat kepercayaan terkait suatu penelitian dapat diperoleh dengan uji keabsahan data. Data-data dan informasi yang diterima oleh peneliti dinyatakan valid apabila informasi tersebut sama dengan realita yang terjadi terkait dengan objek penelitian (Budiasni & Darma,

2020, p. 54). Proses uji keabsahan data meliputi triangulasi, yaitu proses pengecekan ulang informasi atau data yang didapatkan. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan mengecek kembali data-data dan informasi dari beberapa sumber lain (Helaluddin & Wijaya, 2019, p. 22).

Menurut Sugiyono, triangulasi sumber dapat diartikan sebagai pengambilan data yang dilakukan dengan sumber yang berbeda. Data dari sumber yang berbeda tersebut diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang serupa. Hal tersebut dilakukan untuk menguji kredibilitas yang didapatkan dari sumber. Dari data yang telah diperoleh tersebut, maka menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan kebutuhan peneliti (Sugiyono, 2013, pp. 241, 274).

Pada penelitian ini, data atau informasi didapatkan melalui sumber yang berbeda. Sumber penelitian merupakan delapan orang pengguna akun alter-ego Twitter. Kedelapan sumber tersebut menggunakan akun alter-ego Twitter dengan tujuan penggunaan yang berbeda. Sumber-sumber tersebut menggunakan akun alter-ego Twitter sebagai tempat untuk mencurahkan keluh kesah dan perasaan, *fangirling*, pornografi, menambah relasi, dan menampilkan karya seni. Informasi didapatkan menggunakan teknik yang sama, yaitu wawancara mendalam dan netnografi.