PENGELOLAAN KESAN SELEBGRAM DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

(Studi Kasus Selebgram Lokal dikota Cilegon)

SKRIPSI

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi S.I.Kom

Oleh

Arif Hermansyah

NIM 6662132534

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

2019

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya sebagai penulis Tugas Skripsi berikut:

Judul	: **Pengelolaan Kesan Selebgram dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram** (Studi Kasus Selebgram Lokal Dikota Cilegon)
Nama Mahasiswa	: Arif Hermansyah
NIM	: 6662132534
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Skripsi tersebut di atas adalah benar-benar hasil karya asli saya dan tidak memuat hasil karya orang lain, kecuali dinyatakan melalui rujukan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari ditemukan hal-hal yang menunjukkan bahwa sebagian atau seluruh karya ini bukan karya saya, maka saya bersedia dituntut melalui hukum yang berlaku. Saya juga bersedia menanggung segala akibat yang timbul dari pernyataan yang secara sadar dan sengaja saya nyatakan melalui lembar ini.

Serang, 24 Januari 2019

Arif Hermansyah

NIM. 6662132534

LEMBAR PENGESAHAN

Dengan ini ditetapkan bahwa Tugas Skripsi berikut

Judul	: PENGELOLAAN KESAN SELEBGRAM DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Selebgram Lokal dikota Cilegon)
Nama Mahasiswa	: Arif Hermansyah
NIM	: 6662132534
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah diuji dan dipertahankan pada tanggal 18 Januari 2019 melalui Sidang Tugas Skripsi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan dinyatakan LULUS.

24 Januari 2019
Pembimbing I

Dr.Ing. (FH) Rangga Galura G,M.Si
NIP. 198102212008121002

24 Januari 2019
Pembimbing II

Husnan Nurjuman, S.Ag.,M.Si
NIP. 197808252010121003

24 Januari 2019
Penguji I

Prof. Dr.H.A.Sihabudin, M.Si
NIP. 196507042005011002

24 Januari 2019
Penguji II

Dr.Idi Dimyati, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP.197810152005011001

Mengetahui

24 Januari 2019
Dekan FISIP
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si
NIP. 197108242005011002

24 Januari 2019
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmi Winangsih, M.Si.
NIP. 196810192005012001

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : "**Pengelolaan Kesan Selebgram Dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Selebgram Lokal dikota CIlegon)".** Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar ke Sarjanaan strata (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Adapun segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Cukup banyak kesulitan yang penulis temui dalam penulisan skripsi ini, Alhamdulilah dapat penulis atasi dan selesaikan dengan baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Serang, 24 Januari 2019

Penulis

Arif Hermansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL Halaman

LEMBAR PERNYATAAN i

LEMBAR PENGESAHAN ii

PRAKATA iii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR ix

ABTRAK x

ABSTRACT xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah 8

C. Identifikasi Masalah 8

D. Tujuan Penelitian..... 9

E. Manfaat Penenelitian 9

1. Manfaat Teoritis 9

2. Manfaat Praktis 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis 10

1. Komunikasi 10

2. Elemen Komunikasi 11

a. Encoding 12

3. Proses Komunikasi 12

4. Tujuan dan Fungsi Komunikasi 14

a. Komunikasi Verbal dan Non Verbal 15

5. Dramaturgi 17

a. Panggung Depan (*Front Stage*) 17

b. Tengah (*Middle Stage*) 18

c. Panggung Belakang (*Back Stage*) 19

6. Presentasi Diri 21

7. Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) 24

B. Tinjauan Konsep 27

1. Media Massa 27

2. Media Sosial 28

3. Peran dan Fungsi Media Sosial 29

4. Instagram 30

5. *Selebgram* 33

C. Kerangka Berpikir 37

D. Penelitian Terdahulu 39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian 46

B. Pendekatan dan Metode Penelitian 48

C. Instrumen Penelitian 49

1. Sumber Data 49

2. Teknik Pengumpulan Data 51

D. Informan Penelitian 55

E. Teknik Analisis Data 58

F. Teknik Keabsahan Data 60

G. Lokasi Penelitian 61

H. Jadwal Penelitain 62

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian 63

1.Profil Informan Kunci 1 65

2. Profil Informan Kunci 2 67

3. Profil Informan Pendukung 1 69

4. Profil Informan Pendukung 2 70

B. Deskripsi Hasil Penelitian 71

1. Pengelolaan Kesan Pada Panggung Depan 73

a. Kesan Mewah (*Glamour*)..... 75

b. Penghargaan Terhadap Kualitas Diri 80

c. Mudah Bergaul (*Humble*) 83

d. Pundi-pundi Rupiah 87

2. Realitas Panggung Belakang 90

a. Keluarga 92

b. Lingkungan Tempat Tinggal 97

c. Realitas Dalam Pergaulan 100

C. Pembahasan 107

1. Penampilan Panggung Depan & Panggung Belakang Selebgram Lokal dalam Perspektif Dramaturgi 108

2. Tahap Persiapan (*Middle Stage*)..... 112

3. Pengelolaan Kesan Sebagai Kebutuhan Selebgram dalam Membangun Eksistensi Diri dan Popularitas 116

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan..... 121

B. Saran 123

1. Saran Teoritis..... 123

2. Saran Praktis..... 124

UCAPAN TERIMAKASIH 125

DAFTAR PUSTAKA 128

LAMPIRAN 132

BIODATA MAHASISWA 187

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 43

Tabel 3.1 Informan Penelitian..... 58

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian 62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Salah *Insta Story* Akun Pribadi Selebgram Lokal..... 7

Gambar 1.2 Salah Satu Feed Akun Pribadi Selebgram Lokal 7

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 39

Gambar 4.1 *Feed* dan Insta *Story* dari akun pribadi Instagram lila 76

Gambar 4.2 *Feed* dari akun Instagram lila..... 79

Gambar 4.3 *Feed* dari akun Instagram Rian 82

Gambar 4.4 *Feed* akun Instagram Lila..... 88

Gambar 4.5 *Feed* akun Instagram Rian..... 89

Gambar 4.6 Insta story akun Instagram lila 103

Gambar 4.7 *Feed* akun Instagram lila..... 114

Gambar 4.8 *Feed* akun Instagram Rian..... 115

Gambar 4.9 *Feed* akun Instagram Lila..... 118

ABSTRAK

Arif Hermansyah. NIM. 6662132534.Pengelolaan Kesan Selebgram Dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram (Studi Dramaturgi Selebgram Lokal Dikota Cilegon). Dosen Pembimbing I: Dr.Ing. (FH) Rangga Galura Gumelar M.Si. Dosen Pembimbing II: Husnan Nurjuman, S.Ag.,M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya fenomena yang terjadi pada media social Instagram sebagai ajang eksistensi diri dikalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan kesan yang dilakukan oleh selebriti Instagram yang biasa dikenal dengan sebutan selebgram dipanggung depan yaitu media social Instagram dan panggung belakang sebagai realitas kehidupannya. Panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) seorang selebgram yang akan diteliti oleh peneliti di sini ialah pembahasan mengenai panggung depan (*front stage*) yaitu aktifitas yang dilakukan objek di dalam akun Instagramnya meliputi postingan-postingan yang ia upload, dan mengenai panggung belakang (*back stage*) yaitu persiapan yang di lakukan untuk menunjang penampilanya di panggung depan (*front stage*) dan juga ketika ia di dalam kehidupan sehari-hari di luar media sosial Instagram.Metodelogi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi kasus dengan sumber data utama yang diperoleh dari wawancara dan observasi, sedangkan data pendukung diperoleh dari dokumen-dokumen dan data pendukung lainnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah dramaturgi, dengan pendekatan kualitatif dan paradigma yang digunakan yaitu konstruktivis.Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Selebgram dalam panggung depannya seperti menampilkan suatu kesan mewah dan ingin membangun suatu kesan bahwa dirinya merupakan seseorang yang berada dan memiliki eksistensi diri yang ingin diakui oleh pengguna Instagram lainnya.Seperti yang dilakukan LD yang sering menampilkan unggahan pada saat dirinya pergi ketempat-tempat hiburan malam, liburan dengan latar tempat yang mewah serta gaya Bahasa yang ditunjukan seolah-olah dirinya memang memiliki hal tersebut. Sedangkan untuk informan yang kedua yaitu RD, dirinya lebih sering menampilkan suatu kesan yang ingin dirinya diakui oleh khalayak akan suatu karya yang sering ia tampilkan diinstagram untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah sebagai rezeki sampingan. Dalam hal berekspresi yang dilakukan RD, dirinya berusaha membentuk kesan yang ingin terlihat humble dan mudah bergaul, memiliki banyak teman dan berusaha ramah kepada follwers. Pengelolaan kesan pada panggung belakang adalah karakter personal yang ditunjukkan oleh Selebgram di luar aktifitas mereka di dalam akun Instagramnya sangatlah berbeda dengan apa yang ditampilkan di Instagram.

Kata Kunci : Pengelolaan Kesan, Selebgram, Dramaturgi.

ABSTRACT

Arif Hermansyah. NIM. 6662132534. Management of Celebrity Instagram Impressions in Utilizing Social Media Instagram (Dramaturgy Studies of Celebrity Instagram in Cilegon City). Supervisor I: Dr. Ing. (FH) Rangga Galura Gumelar M.Sc. Second Supervisor: Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Sc.

This research is motivated by the rise of phenomena that occur on Instagram social media as a venue for self-existence among teenagers. This study aims to determine the management of impressions carried out by Instagram celebrities, commonly known as the celebrity on the front stage, namely Instagram social media and the back stage as the reality of his life. The front stage and the back stage of a celebrity that will be examined by the researcher here is a discussion on the front stage, namely the activities carried out by the object in his Instagram account, including the posts he uploaded, and concerning back stage, namely preparation that is done to support its appearance on the front stage and also when it is in daily life outside Instagram social media. The methodology used in this study is a case study with the main data source obtained from interviews and observations, while supporting data is obtained from documents and other supporting data. The theory used in this study is dramaturgy, with a qualitative approach and the paradigm used is constructivist. Based on the results of the study, it can be seen that the management of impressions made by Selebgram on the front stage is like displaying a luxurious impression and wanting to build an impression that he is someone and have other self-existence that other Instagram users want to acknowledge. As LD did, he often displays uploads when he goes to nightclubs, holidays with luxurious settings and the style of language that is shown as if he does have that. Whereas for the second informant, RD, he often displays an impression that he wants to be recognized by the public for a work that he often displays in the diagram to get rupiah coffers as a side gift. In terms of expression carried out by RD, he tried to form an impression that wanted to look humble and easy to get along with, had lots of friends and tried to be friendly to followers. Managing impressions on the back stage is the personal character shown by Selebgram outside of their activities in their Instagram account that is very different from what is displayed on Instagram.

Keywords: Impression Management, Celebgram, Dramaturgy.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya industri teknologi mempermudah untuk kita dapat mengakses berbagai macam media sosial sebagai alat untuk berinteraksi pada dunia digital. Media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam.[1] Semakin berkembangnya jaringan internet yang masuk di Indonesia, semakin banyak pula media sosial yang bermunculan seperti aplikasi berbasis foto dan video yaitu *Instagram*.

Instagram merupakan aplikasi yang memfokuskan pengguna untuk berbagi foto dan video ke jejaring sosial melalui perangkat *Mobile*. Pendiri *Instagram* Kevin Systrom kini berhasil masuk daftar miliarder dunia. Di bawah kendali Systrom, *Instagram* pun menjadi aplikasi dengan pertumbuhan paling pesat sepanjang sejarah. Tercatat per akhir 2016 lalu *Instagram* memiliki sedikitnya 600 juta pengguna. Forbes menaksir, aplikasi *Instagram* telah memiliki valuasi sebesar 50 miliar dollar AS.[2] Semakin banyaknya prestasi yang diraih oleh media sosial Instagram sendiri, maka semakin banyak pula pengguna yang

---

[1]Suardi, "Antara Media Sosial Dengan Komunikasi Politik": diakses dari http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/2516/1596. Pada tanggal 7 September 2017 pukul 22:14

[2]Bambang Priyo Jatmiko, "Menjadi Miliarder berkat Instagram": diakses dari **http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2017/04/19/101024326/menjadi.miliarder.berkat.instagram**. Pada tanggal 7 September 2017 pukul 23.34

menngunduh aplikasi tersebut khususnya dikalangan remaja guna mengekpresikan diri dan bersosialisasi di dunia maya. Namun seiring berkembangnya waktu dan fenomena yang terjadi saat ini, kegunaan Instagram yang semula sebagai aplikasi berbagi foto dan video, kini aplikasi tersebut sudah menjadi ajang eksistensi dikalangan remaja untuk bagaimana diri mereka diakui oleh pengguna Instagram lainnya terkait dengan apa yang ia tampilkan pada media sosial tersebut dalam mempresentasikan dirinya masing-masing.

Saat ini *Instagram* merupakan suatu wadah yang dapat menampung ekspresi, curhatan serta pengelolaan kesan yang ditampilkan oleh para pengguna Instagram dalam mempresentasikan diri mereka sesuai dengan keinginanya masing-masing untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini para pelaku Instagram selalu mengikuti *trend* yang sedang berlangsung di dunia dan di kalangan mereka karena tidak mau dibilang ketinggalan zaman oleh teman-temannya dan dianggap popular dalam mengikuti perkembangan zaman.

Gambar 1.1 Salah *Insta Story* Akun Pribadi Selebgram Lokal

Terlebih jika foto atau video yang mereka unggah pada dunia maya tersebut ditemukan sesuatu yang unik, berbeda atau terkesan mewah (*glamour).* Persaingan dalam menampilkan suatu kesan yang mewah seperti halnya pengguna *Instagram* tersebut sedang makan di restoran mewah atau kekinian yang sengaja ia abadikan untuk di unggah kedalam media sosial *instagram*, jalan-jalan ke suatu tempat mewah yang bertujuan untuk mempresentasikan dirinya bahwa dirinya merupakan seseorang yang berkecukupan dalam segi ekonomi, atau tidak jarang mengunggah pada *instastory* penggunanya *Instagram* tersebut sedang di tempat hiburan malam atau semacamnya. Dilihat dari fenomena yang terjadi hal tersebut dapat menambah eksistensi mereka sebagai pelaku *instagram* kepada bentuk pengakuan dari pengguna Instagram lainnya terhadap tujuan pengelolaan kesan yang berusaha mereka tampilkan dalam mempresentasikan dirinya.

Dari pra riset sebelumnya, peneliti menemukan dua orang *selebgram* lokal yang memiliki kepribadian berbeda antara dirinya saat berada dimedia sosial *Instagram* dengan dirinya saat berada dilingkungan sekitar dalam berinteraksi dan bersosialisasi. Dari kedua subjek penelitian yang peneliti jadikan sebagai *key* informan tersebut, dalam mempresentasikan dirinya yang memiliki popularitas lebih dari pada pengguna *Instagram* pada umumnya hanyalah *gimmick* semata. Pada kenyataanya hal tersebut berbeda antara panggung depan (*front stage*) yang ia tampilkan di media sosial *Instagram* untuk mengelola kesan sesuai apa yang mereka inginkan, dengan panggung belakang (*back stage*) pada kehidupan sebenarnya yang biasa dilakukan dalam kegiatan sehari-hari atau di lingkungan pergaulannya. Fenomena eksistensi diri yang terjadi dikalangan remaja kini telah

hadir dimedia sosial berbasis foto dan video *Instagram*, tanpa kita sadari banyak remaja yang menteatrikalkan dirinya sendiri. Seolah media sosial tersebut menjadi panggung depan sebagai pertunjukannya dimana ia rela melakukan hal apapun agar pengelolaan kesan yang berusaha mereka tampilkan dapat diterima dengan baik oleh khalayak *(followers)* diakun *Instagram* pribadi mereka.

Hal senada juga dikemukakan oleh mulyana (2006:112) bahwa:

> *"Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan (impression management), yaitu teknik yang digunakan untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu."*[3]

Gambar 1.2 Salah Satu Feed Akun Pribadi Selebgram Lokal

Pengguna Instagram yang saat ini kita kenal dengan Selebriti *Instagram* (*Selebgram*) artinya orang yang terkenal karena memiliki popularitas yang tinggi di *Instagram*. Julukan *selebgram* tersebut biasanya diberikan kepada akun pribadi seseorang yang memiliki banyak *followers* atau penggemar dikarenakan foto dan video yang diunggah oleh orang tersebut menarik dan banyak disukai oleh para pengguna *Instagram* lainya dan bahkan tidak jarang video atau foto yang di

[3] Deddy Mulyana, *Metode penelitian kualtatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 112.

unggah tersebut bisa menjadi *viral* dan menjadi perbincangan para *netizen*. Setelah Peneliti melakukan pra riset untuk mengenal beberapa orang selebgram sebelumnya yang berinisial LD dan RD serta informan pendukung yang memiliki kedekatan mendalam dengan *key* informan berinisial AM dan ML, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh bagaimana proses pengelolaan kesan yang terjadi pada panggung depan yang mereka lakukan di akun media sosial Instagram pribadinya, apakah terjadi kesenjangan dan perbedaan status sosial antara aktivitasnya di Instagram dengan kehidupan aslinya dalam bersosial maupun berinteraksi di panggung belakang.

Panggung depan dan panggung belakang merupakan suatu alat teatrikal dalam kehidupan manusia. Tanpa disadari, manusia memerankan dirinya sendiri sebagai tokoh dalam suatu pertunjukan. Dalam suatu siklus kehidupan, kita dapat memilih peran kita sebagai mahasiswa, dosen, polisi, dokter, dan lain sebagainya. Dalam suatu pertunjukan terdiri dari panggung depan dan panggung belakang, *front* terdiri atas panggung (*setting*), penampilan (*appearance*), dan gaya bertingkah laku (*manner*).[4]

Layaknya seorang selebriti yang memiliki tingkat kepopuleran yang lebih dibanding dengan masyarakat pada umumnya, sama halnya dengan *selebgram* ketika mereka berada pada panggung pertunjukannya yaitu media sosial *Instagram*. Dalam menjalankan peran tersebut pasti membutuhkan peralatan untuk meyakinkan khalayak bahwa mereka disini memerankan dengan baik sebagaimana mestinya seorang selebriti. Peralatan yang dibutuhkan antara lain

[4] Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT.REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hlm. 95.

dari segi ucapan seperti gaya bahasa yang lebih baik dan berbeda dengan pengguna instagram lainnya, sedangkan dari segi penampilan kita membutuhkan *style* maupun *outvit* yang unik, keren,modis yang bertujuan untuk meyakinkan pada khalayak bahwa dalam berdrama kita menjalankan peran kita dengan baik. Sedangkan pada panggung belakang (*backstage*) merupakan sisi pribadi seseorang yang tidak semua orang mau menunjukannya kepada khalayak. Panggung belakang merupakan sisi lain yang berlawanan dari apa yang ditampilkan dipanggung depan.

Dalam akun pribadinya, *selebgram* berusaha mengembangkan peran yang menurut mereka baik dan sesuai dengan keinginannya, hal ini merupakan suatu cara dalam mencapai tujuan yang diinginkan para pelaku *Instagram*. Mereka berperan layaknya aktor dan aktris *professional* yang teliti dalam mengedepankan hal-hal yang *detail* seperti *setting* yang meliputi tempat foto, kostum yang mereka kenakan saat mempresentasikan diri mereka masing-masing dan penggunaan *caption* pada foto atau video yang mereka unggah dan lain sebagainya untuk memberikan kesan baik terhadap dirinya kepada khalayak untuk mencapai tujuannya dengan proses yang kita kenal dengan pengelolaan kesan.

Pengelolaan kesan *(Impression management)* merupakan suatu konsep dari teori Dramaturgi yang dapat digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana proses pengelolaan kesan yang dilakukan selebgram lokal di media sosial Instagram. Dalam membangun presentasi diri yang diinginkannya ketika berada dalam panggung pertunjukan yaitu media sosial instagram. Goffman menyebut aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai “pertunjukan”

(*performance*). Sebagian pertunjukan itu mungkin kita perhitungkan untuk memperoleh respons tertentu, sebagian lainnya kurang kita perhitungkan dan lebih mudah kita lakukan karena pertunjukan itu tampak alami, namun pada dasarnya kita tetap ingin meyakinkan orang lain agar menganggap kita sebagai orang yang ingin kita tunjukan. Goffman mengatakan Apakah seseorang performer jujur ingin menyampaikan kebenaran atau apakah seorang performer tidak jujur ingin menyampaikan kepalsuan, keduanya harus hati-hati menghiasi pertunjukan mereka dengan eksperesi yang sesuai, menghindari ekspresi yang mungkin mendeskriditkan kesan yang diperoleh dan berhati-hati agar khalayak tidak memberikan makna yang tidak dimaksudkan. [5]

Berbagai penelitian menggunakan teori Dramaturgi untuk menjelaskan berbagai interaksi sosial yang dilakukan melalui pengamatan dan observasi dilapangan baik dalam memanfaatkan media sosial *Instagram* yang dilakukan seorang s*elebgram* tersebut dalam melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) dan menggunakan panggung depan (*front stage*) untuk memperoleh suatu kesan yang baik di masyarakat serta khalayak kemudian juga untuk menjelaskan panggung belakang (*backstage*) yang meliputi kegiatan sehari harinya diluar peran yang ia lakukan sebagai seorang *selebgram*. Studi dramaturgi dengan konsep pengelolaan kesan (*impression management)* merupakan cara peneliti bagaimana mengungkapkan proses dari hasil data yang peneliti teliti dari informan terkait, karena dalam studi dramaturgi bertujuan untuk mendapatkan proses sebagai hasil dari pengelolaan kesan yang digunakan subjek yang diteliti.

[5] Dedy Mulyana, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT.REMAJA ROSDAKARYA, 2006), hlm. 113.

Berdasarkan hal di atas peneliti tertarik untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana proses pengelolaan kesan (*impression management*) yang terjadi pada panggung depan selebgram dalam memanfaatkan media sosial *Instagram* dan panggung belakang *selebgram* dalam kehidupan sehari-hari nya. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian di kota cilegon. Dengan ini peneliti membuat judul penelitian **"Pengelolaan Kesan Selebgram dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram (Studi Dramaturgi Selebgram Lokal dikota Cilegon)".**

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi serta paparan secara jelas dan agar terfokusnya pembahasan tentang pengelolaan kesan yang dilakukan selebriti *Instagram* (*selebgram*) dalam memanfaatkan media sosial instagram, maka rumusan masalah dari penulisan ini adalah: Untuk menjelaskan bagaimana pengelolaan kesan yang terjadi pada panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) yang dilakukan oleh *selebgram* dalam memanfaatkan akun media sosial *Instagram* pribadinya.

C. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengelolaan kesan (*Impression management)* di kehidupan panggung depan (*Frontstage*) yang dilakukan oleh *Selebgram* dalam memanfaatkan akun media sosial *Instagram*?
2. Bagaimana kehidupan panggung belakang (*Back stage*) dari seorang *Selebgram*?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan pengelolaan kesan (*Impression management)* di kehidupan panggung depan (*front stage*) yang dilakukan oleh *selebgram* dalam memanfaatkan akun media sosial *Instagram*.
2. Untuk menjelaskan kehidupan panggung belakang (*Back stage*) dari seorang *selebgram*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penulisan ini diharapkan dapat memberi informasi dan menambah referensi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, yang bermanfaat khususnya mengenai pendekatan dramaturgi *selebgram* yang memiliki panggung depan dan panggung belakang dalam perannya.

Selain itu juga penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang sama-sama mengkaji dengan metodologi dan pendekatan yang sama, seperti apa yang dilakukan oleh penulis.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penulisan ini penulis dapat memberikan saran kepada selebgram terkait dengan Dramaturgi yang dilakukannya dalam memanfaatkan akun media sosial *Instagram*. Selain itu, nantinya pembaca dapat mengetahui pengelolaan kesan (*Impression management)* dari panggung depan serta panggung belakang seorang *selebgram* yang akan menjadi narasumber dari penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang diciptakan oleh Tuhan dimana mereka memerlukan interaksi satu sama lain untuk menyampaikan suatu pemikiran yang ada dalam dirinya kepada orang lain. Dalam pemikiran tersebut, manusia memerlukan interaksi satu sama lain dengan cara berkomunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses terjadinya penyampaian pesan dari suatu komunikator pada komunikan, dimana dalam proses tersebut ada pesan baik verbal maupun non verbal yang disampaikan. Komunikasi juga dapat terjadi pada diri sendiri (*intrapersonal*) maupun dengan orang lain (*interpersonal*) yang semula manusia berkomunikasi menggunakan isyarat-isyarat dan *symbol* untuk mengirimkan pesan yang ada pada isi pikiran mereka masing-masing, kemudian seiring berjalannya waktu komunikasi sendiri telah berkembang menjadi suatu ilmu komunikasi yang banyak dicetuskan oleh para ahli. Tanpa berkomunikasi kita tidak dapat memahami maksud seseorang dan apa yang kita inginkan untuk melakukan aktivitas dan bertahan hidup tidak dapat terlaksana dikarenakan manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup seorang diri. Dengan demikian banyak para ahli merumuskan tentang pengertian komunikasi.

David K. Berlo menyebutkan komunikasi sebagai *instrument* dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, dan juga untuk mengetahui keradaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dan masyarakat.[6] Hal ini menunjukan bahwa komunikasi merupakan suatu hal yang sangat melekat pada kehidupan manusia dan tidak dapat dipisahkan.

2. Elemen Komunikasi

Setiap peristiwa komunikasi dalam tingkat apa pun, apakah komunikasi antar pribadi ataupun komunikasi massa, akan menekankan elemen-elemen komunikasi. Pada umumnya studi komunikasi massa lalu lebih menekankan pada upaya bagaimana membujuk (persuasi) sebagai bentuk efek yang diinginkan. Namun perkembangan mutakhir belakangan ini menunjukan penelitian komunikasi telah semakin luas dalam hal cakupan efek yang dipelajari.[7] Menurut Joseph Dominick (2002) setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi: sumber, *encoding*, pesan, saluran, *decoding*, penerima, umpan balik, dan gangguan. Pada dasarnya gagasan mengenai elemen komunikasi ini adalah juga teori yang melihat komunikasi berdasarkan unsur-unsur atau elemen yang membentuknya.[8]

---

[6] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 3
[7] Morrisan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), hlm. 16.
[8] *Ibid*., hlm. 17

a. *Encoding*

Encoding dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima.[9] *Encoding* dapat kita simpulkan sebagai cara untuk menyampaikan, seperti ketika kita menulis surat maka tangan dan pikiran kita akan bekerja untuk menuangkan isi pemikiran kita kedalam bentuk tulisan yang dapat kita tulis dikertas dan kita dapat melihat hasil yang kita lakukan, dan apabila kita seorang sutradara film kita memerlukan DOP (*Direct of photographer*) untuk mengambil gambar sesuai dengan yang kita inginkan dan mewujudkan imajinasi kita sebagai seorang sutradara. *Encoding* dalam proses komunikasi dapat berlangsung satu kali namun dapat terjadi berkali-kali. Dalam percakapan tatap muka, pembicara melakukan encoding terhadap pikiran atau idenya ke dalam kata-kata.

3. Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan bagaimana terjadinya komunikasi antara komunikator kepada komunikan dapat terlaksana dengan baik dan pesannya dapat diterima oleh komunikan. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi terjadi dalam berbagai bentuk seperti percakapan pada satu orang atau lebih, berita program acara televisi yang dibacakan oleh

[9] *Ibid*., hlm. 18

reporter, membaca surat kabar, menerima kiriman *email*, dan lain hal sebagainya. Proses komunikasi dapat dikatakan sukses apabila sang komunikan dapat menerima dan mengerti maksud dari pesan yang telah disampaikan oleh komunikator. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder. Menurut Effendy dalam bukunya Human Relations & Public Relation.

1. Proses Komunikasi secara Primer

   Proses komunikasi secara primer dadalah proses penyampaian pikiran dana tau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah Bahasa, isyarat, warna, dan lain sebagainya secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

   Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sarananya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Media kedua yang dimaksud adalah

surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan lain-lain.[10]

4. Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Dalam berkomunikasi setiap individu pasti memiliki tujuan untuk apa yang ingin ia sampaikan terhadap orang lain dan mengharapkan respon seperti apa yang diberikan oleh lawan bicara kita dalam berinteraksi. Secara umum tujuan komunikasi merupakan agar bisa memahami maksud orang lain serta terjadi umpan balik agar terlaksana interaksi satu sama lain.[11]

Tujuan komunikasi menurut Effendy

1. Perubahan sikap *(Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behaviour change*)
4. Perubahan sikap (*social change*)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang sama adalah semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti diterima oleh komunikan.[12]

---

[10] Onong Uchjana Effendy, *Human Relations & Public Relations*, (Bandung: Mandar Maju, 2009), hlm. 11-16.
[11] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Dan Praktek*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 14.
[12] *Ibid*., hlm.14

a. Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Komunikasi verbal menempati porsi besar, karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal.[13] Komunikasi verbal dengan cara menulis (*written*) terjadi ketika komunikator menulis surat untuk komunikan, atau menulis status di akun media sosial mereka untuk khalayak. Sedangkan komunikasi verbal dengan cara lisan (*oral*) terjadi saat komunikan menerima telpon dari komunikator maka saat itulah mereka melakukan komunikasi verbal dengan cara lisan (*oral*). Dalam komunikasi verbal juga terdiri dari beberapa elemen, yaitu:

1. Bahassa

   Bahasa merupakan suatu alat komunikasi manusia dalam berinteraksi satu sama lain, dalam berinteraksi manusia dapat bertukar informasi. Melalui Bahasa kita juga dapat mengekspresikan diri serta menunjukan identitas diri kita dari mana asal usul kita, mengindentifikasi pemahaman atas apa yang kita bicarakan, dan lain hal.

[13] https://www.academia.edu/9730116/Komunikasi_verbal_dan_non_verbal. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018, pukul 01:50

2. Kata-kata

Kata-kata merupakan alat untuk menyampaikan atas Bahasa yang kita gunakan, ucapan yang kita utarakan merupakan kata-kata dari Bahasa yang kita gunakan. Dengan kata-kata kita dapat mempersuasif seseorang untuk merubah pola pikir mereka sesuai dengan apa yang kita inginkan.

Sedangkan komunikasi non verbal (*non verbal communication*) menempati porsi penting. Banyak komunikasi verbal tidak efektif karena komunikatornya tidak menggunakan komunikasi non verbal dengan baik dalam waktu bersamaan. Melalui komunikasi non verbal, orang bisa mengambil sesuatu kesimpulan mengenai suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen dan berbagai macam perasaan lainnya.[14] Berbeda dengan komunikasi verbal yang terjadi saat kita berinteraksi dengan cara menulis (*written*) dan lisan (*oral*), komunikasi non verbal terjadi dengan Bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, symbol-simbol, warna, dan intonasi suara. Misalnya saat bersentuhan kita melakukan komunikasi non verbal dengan cara bersalaman, atau saat kita menggerakan tubuh (*body language*) kita juga melakukan komunikasi non verbal saat membaca gerakannya tersebut.

[14] https://www.academia.edu/9730116/Komunikasi_verbal_dan_non_verbal. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018, pukul 02:55

5. Dramaturgi

Apabila kita berbicara tentang pengelolaan kesan, tentu tidak terlepas dari kajian dramaturgi. Pendekatan dramaturgi lahir dari pengembangan teori interaksionisme simbolik. Menurut Goffman menyatakan bahwa kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage).

a. Panggung depan (*front stage*)

Panggung depan adalah bagian dari sandiwara yang secara umum berfungsi dengan cara-cara formal yang agak baku untuk mendefinisikan situasi bagi orang-orang yang mengamati sandiwara itu. Didalam panggung depan, Goffman membedakan lebih lanjut bagian depan (stting front) dan bagian pribadi (personal). Latar mengacu kepada tempat atau situasi (scene) fisik yang biasanya harus ada jika para actor hendak bersandiwara. Tanpa itu, biasanya actor tidak dapat melakukan sandiwara. Contohnya, seorang dokter ahli bedah pada umumnya memerlukan suatu ruang operasi, seorang supir taksi memerlukan taksi, dan guru membutuhkan sekolah. Sedangkan, bagian depan pribadi (personal) terdiri dari item-item perlengkapan ekspresif yang diidentifikasi oleh audience dengan para pemain sandiwara dan mengharapkan mereka membawa hal-hal itu ke dalam latar. Contohnya, seorang ahli bedah diharapkan mengenakan jubah medis atau membawa

stetoskop untuk mencirikan bahwa ia adalah seorang dokter atau peralatan lainnya. Goffman kemudian memecah bagian depan menjadi penampilan dan sikap. Penampilan, meliputi item-item yang menceritakan pada kita status sosial pemain sandiwara itu (misalnya, jubah medis sang ahli bedah). Sikap, menceritakan kepada audience jenis peran yang diharapkan dimainkan pemain sandiwara didalam situasi (contohnya, penggunaan kebiasaan fisik atau kelakuan. Suatu gaya yang kasar dan gaya yang lembut menunjukan jenis-jenis pemain sandiwara yang sangat berbeda. Pada umumnya, kita mengharapkan penampilan dan sikap agar konsisten.

Aspek-aspek lain dramaturgi dipanggung depan ialah bahwa para actor sering berusaha menyampaikan kesan bahwa mereka lebih dekat dengan audiens dari pada yang sebenarnya. Contohnya, para actor mungkin berusaha menumbuhkan kesan bahwa sandiwara yang melibatkan mereka pada saat itu adalah satu-satunya sandiwara mereka atau setidaknya sandiwara merekalah yang paling penting. Untuk melakukan hal itu, para actor harus yakin bahwa audiens mereka terpisah sehingga kepalsuan sandiwara itu tidak dapat diungkap.

b. Panggung Tengah (*Middle stage*)

Panggung tengah merupakan sebuah panggung lain diluar panggung resmi saat sang actor mengkomunikasikan

presentasi diri, yakni panggung depan (front stage) saat mereka beraksi didepan khalayak tetapi juga diluar panggung belakang (back stage) saat mereka mempersiapkan pesan-pesannya.[15] Panggung tengah merupakan area transisi panggung belakang ke panggung depan. Seluruh actor dalam panggung ini akan melakukan sebuah persiapan yang dapat mendukung serta menunjang penampilannya ketika berada dipanggung depan. Dalam penelitian yang peneliti saat ini, panggung tengah yang dilakukan oleh para selebgram dalam menunjang suatu penampilannya dipanggung depan meliputi suatu hal yang perlu dipersiapkan seperti make up, pakaian, aksesoris yang akan dipergunakan ektika berada dipanggung depan.

c. Panggung belakang (*back stage*)

Dalam asumsi dasar dari dramatugri ini, Goffman memandang bahwa panggung belakang atau back stage merupakan panggung yang berdekatan dengan panggung depan. Suatu sandiwara akan sulit dilakukan apabila ada audiens yang memasuki panggung belakang tersebut, actor harus mampu mencegah audiens memasuki panggung belakang itu.[16] Dapat dikatakan panggung belakang merupakan tempat actor dalam menyiapkan segala hal yang akan ditampilkan pada panggung depan. Panggung belakang juga merupakan suatu sisi

[15] Dedy Mulyana,Metodologi Penelitian Komunikasi. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008) hlm.58
[16] George Ritzer, Dari Sosiologi klasik sampai perkembangan terakhir postmodern (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2012) hlm. 638

yang disembunyikan oleh actor dimana dalam panggung belakang tersebut actor menyimpan kepribadian yang sebenarnya yang tidak ada dipanggung depan.

Tanpa kita sadari, kita memerankan diri kita sendiri sebagai tokoh dalam suatu pertunjukan. Dalam suatu siklus kehidupan, kita dapat memilih peran kita sebagai mahasiswa, dosen, polisi, dokter, dan lain sebagainya. Dalam suatu pertunjukan terdiri dari panggung depan dan panggung belakang, *front* terdiri atas panggung (*setting*), penampilan (*appearance*), dan gaya bertingkah laku (*manner)*.[17] Istilah dramaturgi di populerkan oleh Erving Goffman tahun 1950-an. Untuk memelihara citra diri yang stabil, orang melakukan "pertunjukan" (*performance*) di hadapan khalayak. Sebagai hasil dari minatnya pada pertunjukan itu, Goffman memusatkan perhatian pada dramaturgi, atau pandangan atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung.[18] Pendekatan dramaturgis Goffman khususnya berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain. Dalam pengantar bukunya, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Goffman menyatakan:

---

[17] Jalaludin Rahmat, M.Sc, *Psikologi Komunikasi,* (Bandung; PT.Remaja Rosdakarya, 2013) , hlm. 95.

[18] Deddy Mulyana, *Metodologi penelitian kualitatif,* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 106

Perspektif yang digunakan dalam laporan ini adalah perspektif pertunjukan teater; prinsip-prinsipnya bersifat dramaturgis. Saya akan membahas cara individu menampilkan dirinya sendiri dan aktivasinya kepada orang lain, cara ia memandu dan mengendalikan kesan yang dibentuk orang lain terhadap nya, dan segala hal yang mungkin atau tidak mungkin ia lakukan untuk menopang pertunjukannya dihadapan orang lain.[19] Fokus pendekatan dramaturgis adalah untuk mengetahui bagaimana mereka melakukan pengelolaan kesan yang digunakan seseorang baik dari panggung depan maupun panggung belakang. Jadi, bukan apa yang ingin mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukan. Pendekatan dramaturgis terjadi pada manusia ketika seseorang berinteraksi dengan satu sama lain, maka timbul keinginan untuk mereka mengelola pesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya.

6. Presentasi Diri

Presentasi diri merupakan suatu tindakan dari seorang individu atau kelompok yang bertujuan untuk memperoleh citra yang diinginkan. Dalam memperoleh citra tersebut seseorang dapat melakukan tindakan apa saja agar diri mereka dikenal oleh khalayak sesuai yang mereka inginkan. Misalnya, seorang fotografer dalam suatu pemotretan *preweeding*, serius memperhatikan tempat, pencahayaan, dan *property* yang unik untuk mendapatkan nuansa yang diinginkan. Seorang fotografer juga rela memotret dalam posisi sulit untuk mendapatkan *angle* dan hasil gambar

[19] *Ibid.*, hlm. 107.

yang maksimal, semua hal itu dilakukan sang fotografer agar memperoleh citra diri yang baik dimata *client*.

Bagi Goffman, diri bukanlah sesuatu yang dimiliki individu, melainkan yang dipinjamkan orang lain kepadanya. Menurut interaksionisme simbolik, manusia belajar memainkan berbagai peran dan mengasumsikan identitas yang relevan dengan peran-peran ini, terlibat dalam kegiatan menunjukan kepada satu sama lainnya siapa dan apa mereka.[20] Presentasi diri, bertujuan memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Dalam kaitan ini Goffman mengemukakan:

Ketika orang-orang kedatangan seorang individu, mereka biasanya mencari informasi mengenai si pendatang atau menggunakan informasi yang sudah dimiliki. Mereka akan tertarik pada status sosio-ekonominya secara umum, konsepsi dirinya, sikap terhadap mereka, kecakapanya, kejujurannya, dan sebagainya. Informasi mengenai individu membantu untuk mendefinisikan situasi, memungkinkan orang-orang itu untuk mengetahui terlebih dahulu apa yang ia harapkan dari mereka dan apa yang mereka harapkan darinya.[21] Dengan begini, orang-orang akan tau bagaimana caranya bertindak dan memperlakukan seseorang tersebut agar terjadi respons yang baik antara satu sama lain. Apabila hal tersebut tidak diterapkan, bisa saja kita memberikan *stereotype* yang salah terhadap

[20]*Ibid.*, hlm. 110
[21] *Ibid.*, hlm. 111

seseorang jika hanya melihat dari sikap pada saat pertama kali bertemu atau mungkin hanya dengan melihat pakaian yang seseorang itu kenakan. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain.

Ia menyebut upaya itu sebagai "pengelolaan kesan" (*impression management*), yakni teknik-teknik yang digunakan actor untuk mempuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.[22] Goffman menyebut aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai "pertunjukan" (*performance*). Sebagian pertunjukan itu mungkin kita perhitungkan untuk memperoleh respons tertentu, sebagian lainnya kurang kita perhitungkan dan lebih mudah kira lakukan karena pertunjukan itu tampak alami, namun pada dasarnya kita tetap ingin meyakinkan orang lain agar menganggap kita sebagi orang yang ingin kita tunjukan. Maka Goffman berujar:

Apakah seorang *performer* jujur ingin menyampaikan kebenaran atau apakah seorang performer tidak jujur ingin menyampaikan kepalsuan, keduanya harus hati-hati menghiasi pertunjukan mereka dengan ekspresi yang sesuai, menghindari ekspresi yang mungkin mendeskriditkan kesan yang diperoleh dan berhati-hati agar khalayak tidak memberikan makna yang tidak di maksudkan. [23]

[22] *Ibid.*, hlm. 112
[23] *Ibid.*, hlm. 113

7. Pengelolaan Kesan (*Impression Management)*

Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan diatas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor.[24] Impression management secara umum didefinisikan sebagai presentasi diri (*self presentation*) dalam peran-peran tersebut aktor memproyeksikan dirinya dengan cara mengelola kesan sesuai yang ia inginkan, pada proses tersebut pengelolaan kesan (*impression management*) sangat dibutuhkan agar dapat tersampaikannya pesan dengan baik ke penonton. Dalam dramaturgi dunia manusia disandingkan dengan dunia teater, dimana dalam hal ini sangat berkaitannya kehidupan manusia seolah hidup ini merupakan sebagai suatu pertunjukan yang kita perankan dalam diri kita masing-masing. Goffman menunjukan bahwa drama kehidupan sosial sehari-hari dan produksi teater menggunakan teknik yang sama, aktor sosial, seperti aktor teater, bergantung pada busana, *make-up*, pembawaan diri, pernak-pernik, dan alat dramatik lainnya untuk memproduksi pengalaman dan pemahaman realitas yang sama.[25] Dalam kaitan ini Goffman mengemukakan:

> "*Informasi mengenai individu membantu untuk mendefinisikan situasi, memungkinkan orang-orang baru itu untuk mengetahui terlebih dahulu apa yang ia harapkan dari mereka dan apa yang mereka harapkan darinya. Berdasarkan pengetahuan ini, orang-orang tersebut akan mengetahui bagaimana cara terbaik bertindak*

[24] *Ibid.*, hlm. 114

[25] Deddy Mulyana, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya,2002), hlm. 112-113

untuk menghasilkan respons yang diinginkan darinya, bila tidak mengenal individu, pengamat dapat memperhatikan gelagat dari perilaku dan penampilannya yang memungkinkan mereka menerapkan pengalaman mereka terdahulu dengan individu yang mirip dengan yang ada dihadapannya, atau lebih penting menerapkan stereotype yang belum teruji terhadapnya.

Marilah sekarang kita beralih dari orang-orang itu ke pandangan individu yang menampilkan dirinya dihadapan mereka, ia mungkin mengharapkan mereka untuk menghormatinya, atau untuk berpikir bahwa ia menghormati mereka, dan untuk mempersepsi bagaimana sebenarnya perasaanya terhadap mereka, atau untuk menipu, membuang, membingungkan, menyesatkan, menentang atau menghina mereka. Pengendalian ini diperoleh terutama dengan mempengaruhi definisi situasi yang dirumuskan orang lain, dan ia dapat mempengaruhi definisi ini dengan mengekspresikan dirinya sedemikian rupa sehingga memberikan mereka kesan tertentu yang mendorong mereka bertindak secara sukarela sesuai dengan rencananya sendiri. Jadi, ketika individu tampil dihadapan orang lain, biasanya akan terdapat suatu alasan baginya untuk memobilisasikan aktivitasnya sehingga hal itu memberikan suatu kesan kepada orang lain sesuai dengan kepentingan individu tersebut."[26]

Menurut Goffman kita "mengelola" informasi yang kita berikan kepada orang lain. Dalam buku psikologi komunikasi, proses pembentukan kesan diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu :

1. *Stereotyping*

   Menurut psikologi kognitif, merupakan proses penerimaan pengalaman-pengalaman baru yang disimpan dalam memori kita sesuai dengan kategori. Bersamaan dengan itu semua sifat yang ada pada kategori pengalaman itu dikenakan pada pengalaman baru.

[26] Deddy Mulyana, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya,2002), hlm. 111

2. *Implicit Personality Theory*

   Memberikan kategori berarti membuat konsep. Setiap orang mempunya konsepsi tersendiri tentang sifat-sifat apa berkaitan dengan sifat-sifat apa. Konsepsi ini merupakan teori yang dipergunakan orang ketika membentuk kesan tentang orang lain.

3. Atribusi

   Atribusi adalah suatu proses penyimpulan motif, maksud, dan karakteristik orang lain dengan melihat perilaku yang tampak.[27]

Kecermatan persepsi *interpersonal* dimudahkan oleh petunjuk petunjuk verbal dan nonverbal, dan dipersulit oleh faktor-faktor personal pada penanggap. Kesulitan persepsi juga timbul karena persona stimuli berusaha menampilkan petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri penanggap. Erving Goffman menyebut proses ini pengelolaan kesan (*impression management*).[28] Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi "wilayah depan" (*front region*) dan "wilayah belakang" (*back region*). Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti sedang memainkan suatu peran diatas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sebaliknya, wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage*) yang ditonton khalayak

[27] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 91
[28] *Ibid.*, hlm. 95

penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mepersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya.[29]

B. Tinjauan Konsep

1. Media Massa

Media massa merupakan alat dalam komunikasi yang dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan cangkupan yang luas. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif; media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan. Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.[30] Istilah "massa" mencakup beberapa unsur khalayak radio dan sinema (film) yang tidak saling dikaitkan oleh salah satu dari ketiga konsep yang ada. Pengembangan konsep "masa" mengandung pengertian masyarakat secara keseluruhan"masyarakat massa" (*the mass society).*[31] Komunikasi massa bukan bersumber dari satu orang, melainkan dari sejumlah organisasi atau kelompok sebagai komunikator dan pesan nya langsung kepada khalayak masyarakat atau massa. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan

[29] Deddy Mulyana, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 114
[30] Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 3.
[31] Ibid33

jarang sekali bersifat interaktif. Hal tersebut juga bersifat *impersonal*, bahkan mungkin sekali seringkali bersifat non-moral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa sang pengirim biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan yang di jualbelikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu.[32]

2. Media Sosial

Munculnya internet dapat menghubungkan antar manusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling kenal sebelumnya dengan cara mengkoneksikan komputer dengan jaringan internet.[33] Seiring perkembangan zaman, internet dapat digunakan sebagai alat untuk bersosialisasi dan berinteraksi satu sama lain. *Social media* adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.[34] Dengan media sosial kini manusia dapat berkomunikasi dengan siapapun dimana saja dan tidak dibatasi oleh waktu, selama seseorang tersebut tersambung dengan jaringan internet maka saat itu juga manusia dapat berkomunikasi satu sama lain. Media sosial menambahkan kamus baru dalam pembendaharaan kita yakni selain mengenal dunia nyata kita juga sekarang mengenal "dunia maya". Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda

[32] Ibid34
[33] Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 1.
[34] Nimba, "Apa itu media social ",http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/, pada tanggal 9 Februari 2018 pukul 1:35

kehidupannya antara didunia nyata dengan dunia maya, hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.[35]

3. Peran dan Fungsi media Sosial

Seperti yang kita ketahui maraknya perkembangan jaringan internet diseluruh dunia menjadikan media semakin berkembang pesat yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat yang mengaksesnya. Semua kebutuhan manusia khususnya dalam berinteraksi kini semakin dipermudah dengan bermunculan nya media sosial yang pada mulanya hanya kita kenal komunitas *online* dan forum atau *blog*, kini telah berkembang menjadi *social networks* seperti *Facebook*, *Messenger*, *Instagram*, *Twitter*,dll. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan tekonologi *web*.
2. Media sosial berhasil mentranformasi praktik komunikasi searah media siaran dari institusi media ke banyak *audience* (*many to many*).
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri[36]

[35] Nimba, "Apa itu media social ",http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media , pada tanggal 9 Februari 2018 pukul 1:35

Dengan fasilitas yang ada dalam media sosial membuat kita sebagai pengguna dimanjakan dengan fitur-fitur yang ada didalamnya. Data yang di lansir asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJI) dari hasil survey melaporkan bahwa 156.2 juta orang di Indonesia mengggunakan internet dari setengahnya yaitu 132.7 juta jiwa, sedangkan untuk usia remaja 23,8 juta jiwa. Dengan angka yang cukup fantastis ini membuat Indonesia berada dalam cekaman media sosial, karena setengah dari penduduknya menggunakan jasa media sosial dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi.[37]

4. *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya. Nama *Instagram* sendiri berasal dari *insta* dan *gram*. "*insta*" yang berasal dari kata *instant* dan "*gram*" yang berasal dari kata *telegram*, dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat.[38]

Di bawah kendali Systrom, *Instagram* pun menjadi aplikasi dengan pertumbuhan paling pesat sepanjang sejarah. Tercatat per akhir 2016 lalu

---

[36] Artikelsiana, "pengertian media social menurut para ahli", http://www.artikelsiana.com/2017/09/pengertian-media-sosial-fungsi.html, pada tanggal 12 Februari pukul 2:12

[37] Anshar Tawaulu, "Peran Media Sosial Dalam Membentuk Karakter Generasi Muda", https://www.kompasiana.com/pojokjalan/59b81bc6830de00acf4b98f2/peranan-media-sosial-dalam-membentuk-karakter-generasi-muda, pada tanggal 12 Februari 2018 pukul 2:32

[38] Lina Indriyani, "Makalah Sosial Instagram", http://linaindri.blogspot.co.id/2015/01/makalah-sosial-media-instagram.html, pada tanggal 12 Februari 2018 pukul 2:58

Instagram memiliki sedikitnya 600 juta pengguna. Forbes menaksir, aplikasi *Instagram* telah memiliki valuasi sebesar 50 miliar dollar AS.[39] Dari sekian banyak peminat dari berbagai macam lapisan masyarakat dunia, tentu menjadi daya tarik tersendiri komponen atau fitur-fitur yang ada dimedia sosial *Instagram* tersebut sehingga menjadikan *Instagram* sebagai *social media* yang sangat di prioritaskan. Fitur atau komponen-komponen yang ada di media sosial *Instagram*.

1. Pengikut / *Followers*

   Pengikut merupakan suatu fitur yang ada di media sosial *Instagram*. *Followers* merupakan akun orang yang mengikuti akun kita, sedangkan *following* merupakan akun orang lain yang mengikuti akun kita.

2. Unggah Foto

   Seperti yang sudah dijelaskan diatas, media sosial *Instagram* merupakan media yang berasal dari kata *insta* dan *gram*. Jadi dari kata tersebut kita dapat mengunggah foto dan video kita di akun pribadi *Instagram* kita dan membagikannya kepada pengguna lainnya.

3. *Camera*

   Dalam aplikasi *Instagram* juga memiliki fitur *camera* yang dapat mengambil langsung kegiatan kita melalui fitur kamera yang ada pada *insta story* dan membagikan hasil yang kita unggah saat itu juga.

[39] Bambang Priyo Jatmiko, "Menjadi Miliarder berkat Instagram", http://ekonomi.kompas.com/read/2017/04/19/101024326/menjadi.miliarder.berkat.instagram, , pada tanggal 12 Februari 2018 pukul 3:03

4. *Effect Photo's*

Saat proses mengunggah foto, kita dimanjakan dengan fitur *effect* foto yang tersedia pada akun media sosial *Instagram*. Dengan begitu, kita dapat menambahkan efek sesuai keinginan kita agar foto hasil unggahan kita dapat lebih baik dari sebelumnya.

5. Judul Foto / Nama Foto

Setelah foto tersebut disunting, kita dapat memberi *caption* atau keterangan pada foto yang kita unggah tersebut sesuai dengan keinginan kita dan suasana pada foto tersebut.

6. Arroba (et/@)

Seperti *Twitter* dan juga *Facebook*, *Instagram* juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lain yang juga, dengan manambahkan tanda arroba @ dan memasukkan akun *Instagram* dari pengguna tersebut.

7. Publikasi kegiatan sosial (#/ *hashtag)*

Sebagaimana kegunaan media sosial, *Instagram* juga memiliki fitur *hashtag* untuk mengelompokan atau mengkategorikan foto atau video yang anda unggah agar pengguna lainnya dapat menemukan unggahan anda. Misalnya jika anda pergi liburan ke bali, lalu anda mengunggah hasil foto anda dan memberi *hashtag* #bali. Maka ketika orang lain mencari dengan *hashtag* tersebut akan muncul berbagai macam foto dan video tentang daerah bali dan beberapa dari hasil tersebut munculah unggahan anda.

8. *Geotagging*

Bagian ini akan muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS pada *handphone*nya dan dapat tahu letak geografis unggahan yang anda unggah.

9. Jejaring Sosial

Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam *Instagram* saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial *Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr,* dan juga *posterous,* yang tersedia di halaman untuk membagi foto tersebut.

10. Tanda Suka

Instagram juga memiliki fitur tanda suka atau *love* yang bertujuan untuk memberi respon dari pengguna lainnya pada kegiatan apapun yang anda unggah ke akun pribadi anda.

5. *Selebgram*

Selebgram merupakan istilah atau sebutan bagi para pengguna *Instagram* yang memiliki jumlah *followers* yang lebih banyak dibandingkan dengan pengguna Instagram lainnya. Peneliti memfokuskan jumlah followers sebagai kriteria yang akan diteliti yaitu berjumlah lebih dari sepuluh ribu followers. Dengan kata lain, *selebgram* adalah seseorang yang terkenal di media sosial *Instagram* dan sudah pernah mendapatkan *Endorse* dari beberapa *brand* produk yang di promosikan di akun pribadinya. Dalam menentukan seorang *endorser* tentu bukan asal pilih,

karena berdasarkan apa yang diungkapkan Shimp (2007:304) ada lima atribut yang harus dipenuhi oleh seseorang yang pantas dipilih menjadi endorser, yaitu:

1. *Trustworthiness* (dapat dipercaya)

   Trustworthiness merujuk pada sejauh mana sumber dipandang memiliki kejujuran, ketulusan, dan dapat dipercaya sumber dapat dipercaya dapat dikatakan secara sederhana berarti *endorse* sebuah *brand* secara bertingkat mampu dalam membuat *audiens* memberikan kepercayaan pada segala sesuatu yang mereka katakana.

2. *Expertise* (keahlian)

   Expertise mengacu pada pengetahuan, pengalaman, atau keahlian yang dimiliki seorang *endorser* terkait dengan *brand* yang didukung. Seorang *endorser* yang diterima sebagai seseorang yang ahli pada *brand* yang didukungnya akan lebih mempersuasi untuk menarik perhatian *audiens* dari pada seorang *endorser* yang tidak diterima sebagai seorang yang ahli.

3. *Attractiveness* (daya Tarik)

   Attractiveness mengacu pada diri seseorang yang dianggap sebagai segala sesuatu yang menarik untuk dilihat terkait dengan konsep kelompok tertentu dengan daya Tarik

fisik. Belch dan belch (2004) menambahkan bahwa *endorser* dengan tampilan fisik yang lebih baik dan/atau karakter non fisik yang menarik dapat menunjang iklan dan dapat menimbulkan minat *audiens* untuk menyimak iklan.

4. *Respect* (kualitas dihargai)

   Respect merujuk pada kualitas yang dihargai atau digemari sebagai akibat dari kualitas pencapaian personal dapat berupa penghargaan, kemampuan *acting*, kepribadian, argumentasi politik, atau keterampilan berolahraga.

5. *Similarity* (kesamaan dengan *audiens* yang dituju)

   Similarity merujuk pada kesamaan antara *endorser* dan *audiens* dalam banyak hal seperti umur, *gender*, etnis, status sosial, dan sebagainya.[40]

Seseorang dapat menjadi *selebgram* karena banyak hal, pertama karna memiliki wajah yang cantik atau ganteng yang memungkinkan dirinya memiliki banyak pengagum yang melihat foto atau videonya diakun pribadinya, kedua karena keaktifan seseorang tersebut (*selebgram*) rutin membuat video yang unik dan video tersebut menjadi viral di media sosial *Instagram*, ketiga mereka yang sudah terkenal dan *popular* di media konvensional seperti televisi dan membuat akun pribadi *Instagram* yang mengatasnamakan dirinya otomatis secara tidak langsung *fans* mereka mengisi *followers* akun mereka. "Fenomena munculnya selebgram terjadi

[40] Terrence A Shimp, *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (Jakarta: Salemba Empat 2007), hlm. 304.

karena Instagram itu visual. Awalnya kan Twitter, tetapi *basic*-nya Twitter kan teks. Ternyata orang lebih senang melihat visual dan Instagram adalah tempatnya dan semakin banyak juga orang mem-*posting* konten yang menarik," ujar CEO SociaBuzz, Rade Tampubolon. Menurut Rade, seseorang dikatakan sebagai selebgram jika memiliki minimal 20.000 *followers*.[41] Namun, dalam hal ini peneliti hanya meneliti selebgram lokal yang memiliki jumlah followers diatas sepuluh ribu *followers* (10.000). Hal tersebut dilakukan karena sesuai dengan pra riset sebelumnya yang peneliti temukan bahwa adanya kesenjangan fakta yang terjadi pada subjek penelitian dipanggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui dan menjelaskan terkait dengan pengelolaan kesan yang dilakukan oleh selebgram lokal tersebut sesuai dengan teori yang peneliti gunakan yaitu teori Dramaturgi dengan konsep pengelolaan kesan *(Impression Management).*

Kegiatan yang dilakukan para *selebgram* tersebut tidak lepas dari pengelolaan kesan yang bertujuan untuk membangun dan menjaga citra diri yang sudah mereka bangun selama ini dalam mempromosikan produk dengan caranya masing-masing. Banyak orang-orang yang sudah memiliki *followers* dan mempromosikan suatu produk diakunnya dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah, bahkan diantara mereka masing tergolong sangat muda dan masih berstatus sebagai pelajar atau

[41] Tri Susanto Setiawan, “Menguak Layar Bisnis Selebgram”, https://vik.kompas.com/selebgram/, pada tanggal 23 Januari 2019 pukul 16:05

mahasiswa. Dengan keaktifan mereka di media sosial *Instagram* banyak *brand* yang membutuhkan promosi dengan murah melirik keaktifan mereka sebagai pendukung *brand* tersebut untuk memenuhi promosinya. Panggung pertunjukan yang dihiasi oleh selebgram sebagai actor dimedia social Instagram diperkirakan akan terus berkembang. Pasalnya, masih belum ada media sosial yang mengalahkan ciri khas Instagram yang memiliki sentuhan personal melalui visual foto ataupun video.[42]

C. Kerangka Berfikir

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berfikir dalam memecahkan masalah atau menyoroti masalahnya. Penyusunan kerangka teori untuk menyajikan pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana penelitian disoroti. Secara tertulis meliputi aspek-aspek yang terdapat didalam masalah atau sub-sub masalah.[43] Dalam penelitian ini hal-hal yang akan dibahas adalah pengelolaan kesan sebagai panggung depan di media sosial *Instagram* dan panggung belakang sebagai kehidupan nyata atau keseharian objek yang ingin diteliti oleh peneliti. Teori dramaturgi menjelaskan bahwa kehidupan seseorang di media sosial *Instagram* memiliki dua sisi yang berbeda saat memanfaatkan media sosial tersebut dengan perilaku di kehidupan yang sebenarnya atau dalam kesehariannya. Dimana dalam media sosial *selebgram* berlomba-lomba memberi kesan yang baik atau kesan yang meyakinkan sesuai keinginannya masing-masing untuk mencapai tujuan tertentu. Tidak jarang

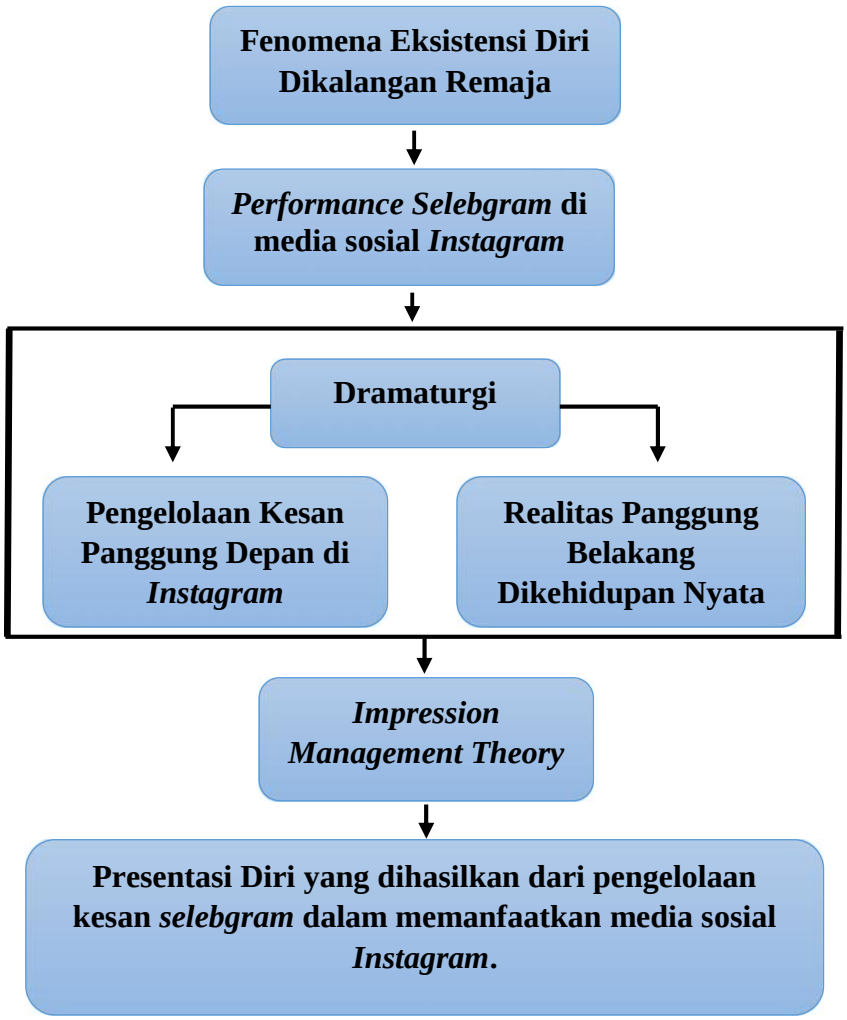
[42] Tri Susanto Setiawan, "Menguak Layar Bisnis Selebgram", https://vik.kompas.com/selebgram/, pada tanggal 23 Januari 2019 pukul 16:10

[43] Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2001), hlm. 39.

beberapa dari *selebgram* tersebut mengunggah foto atau video pribadinya diakun *Instagram* dengan situasi dan suasana yang terkesan mewah dan mahal, namun dikehidupan nyata *selebgram* tersebut hanyalah seseorang dengan kehidupan yang sangat sederhana. Atau seseorang yang sangat aktif di media sosial *Instagram* dengan foto dan videonya yang mencerminkan orang tersebut adalah orang yang sangat ceriwis namun dikehidupan nyata dan lingkungan sosialnnya seseorang tersebut hanyalah sosok pribadi yang pendiam dan sulit untuk bergaul dilingkungan sekitar. Disini peneliti tertarik untuk meneliti pengguna aktif *Instagram* dengan judul "Panggung Depan dan Panggung Belakang *Selebgram* Lokal dalam Memanfaarkan Media Sosial *Instagram* (Studi Dramaturgi melalui Pengelolaan Kesan *Selebgram* di kota Cilegon)". sesuai fenomena yang telah peneliti jelaskan diatas dan bagaimana ia membangun *image* didunia maya sebagai panggung depan mereka dimana panggung depan merupakan panggung sandiwara dalam memerankan peran yang diinginkan.

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



D. Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan studi penelitian terdahulu untuk menjadikan bahan acuan bagi pengembangan dan perbandingan untuk penelitan yang dilakukan. Dalam hal ini peneliti mencari studi penelitian yang berhubungan dengan penelitain peneliti dimana penelitian yang peneliti lakukan mengenai Dramaturgi dan pengelolaan kesan yang dilakukan selebgram di media sosial *Instagram*. Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu

yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan, pelengkap dan kajian. Beberapa hasil penelitian yang memiliki hubungan dengan penelitian peneliti antara lain:

1. Penelitian berjudul “Presentasi diri pekerja seks komersial Emporium Jakarta (Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial di Emporium Jakarta)” oleh Dhita Sekar Anisa, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penelitian ini meneliti tentang Presentasi diri pekerja seks komersial di Emporium Jakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa *front stage* (panggung depan) PSK yaitu menggunakan sebuah topeng dan diperankan di atas panggung pertunjukan dengan latar panggung pertunjukan mereka adalah emporium Jakarta. Kesamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti dengan menggunakan Studi Dramaturgi dengan pendekatan kualitatif yang digunakan oleh peneliti dalam menjelaskan suatu temuan yang terjadi dilapangan. Perbedaan terletak pada fokus penelitiannya, dalam penelitian sebelumnya lebih berfokus kepada panggung depan dan panggung belakang yang dilakukan oleh pekerja seks komersial dalam memerankan profesinya di emporium Jakarta. Dalam penelitian sebelumnya juga menggunakan teori interaksi simbolik yang digunakan oleh peneliti dalam menelaah suatu temuan yang berkaitan dengan pemaknaan symbol dalam fenomena yang terjadi pada lingkungan pekerja seks komersial. Sedangkan penelitian ini fokus penelitiannya yaitu panggung depan dan panggung belakang selebgram lokal dalam memanfaatkan media sosial Instagram dengan konsep proses pengelolaan kesan (*impression*

management), dimana dalam hal ini proses pengelolaan kesan yang dilakukan oleh selebgram sebagai subjek penelitian dalam mempresentasikan dirinya di media sosial Instagram dan membandingkannya dengan kehidupan sehari-harinya.

2. Penelitian berjudul "Dramaturgi Kehidupan Seorang SPG Rokok (Studi kualitatif Dengan Pendekatan Dramaturgi Kehidupan seorang SPG Rokok Berstatus Mahasiswi asal Bandung)" oleh Dimas Dwi Oktora Gusliawan, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Penelitian ini meneliti tentang Dramaturgi Kehidupan Seorang SPG Rokok yang memiliki status sebagai mahasiswi Dikota Bandung. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kehidupan seorang *sales promotion girls* merupakan satu topik utama yang dibicarakan di masyarakat yang awam dengan pekerjaan ini dan menimbulkan asumsi yang negatif. Ada sebagian SPG yang berperilaku keluar dari aturan atau norma-norma yang bertentangan dimasyarakat kita, baik itu secara sosial, budaya, maupun agama, di sini ia memakai pakaian yang begitu senonoh yang apabila dilihat masyarakat luar akan memberikan kesan negatif bagi pencitraan dirinya. Semuanya ia lakukan karena menuntut keprofesionalan pekerjaanya dan yang tidak lain karena kebutuhan *financial* atau kebutuhan materi. Kesamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti dengan menggunakan Studi Dramaturgi dengan pendekatan kualitatif yang digunakan oleh peneliti dalam menjelaskan suatu temuan yang terjadi dilapangan. Perbedaan terletak pada fokus penelitiannya, dalam penelitian sebelumnya lebih berfokus kepada citra diri yang dihasilkan dari apa yang

ditunjukan pada panggung depan dan panggung belakang yang dilakukan oleh mahasiswi dalam memerankan profesinya di kota Bandung sebagai SPG Rokok. Sedangkan penelitian ini fokus penelitiannya yaitu panggung depan dan panggung belakang selebgram lokal dalam memanfaatkan media sosial Instagram dan membatasi kajian dramaturgi lebih kepada proses pengelolaan kesan (*impression management)* yang dilakukan oleh subjek yang diteliti agar lebih terfokusnya penelitian ini dan mendapatkan hasil sesuai yang diharapkan, dimana dalam hal ini proses pengelolaan kesan yang dilakukan oleh selebgram sebagai subjek penelitian dalam mempresentasikan dirinya di media sosial Instagram dan membandingkannya dengan kehidupan sehari-harinya sebagai panggung belakang.

3. Penelitian berjudul "Citra Diri dan Popularitas Artis" oleh Esther Meilany Pattipeilohy, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung. Penelitian ini meneliti tentang fenomena yang terjadi dalam kehidupan dunia selebriti dalam menampilkan citra dirinya ketika berada dimedia massa. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa citra diri bagi artis menentukan kesan yang ingin dibentuk dalam media massa. Semakin baik citra diri yang ditampilkan, maka peluang untuk mendapatkan kesan yang baik di media massa juga akan tercapai. Kesamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti dengan menggunakan teori Dramaturgi dengan pendekatan kualitatif yang digunakan oleh peneliti dalam menjelaskan citra diri yang ditampilkan oleh seorang artis pada panggung depan sebagai panggung pertunjukan pada media massa. Perbedaan terletak pada fokus penelitiannya, dalam penelitian

sebelumnya lebih berfokus kepada panggung depan yang diteliti oleh penelitian sebelumnya mengenai citra diri yang ditampilkan pada media massa. Dalam penelitian sebelumnya juga peneliti menggunakan jenis fenomenologis dan menggunakan teori interaksionis simbolik dalam memahami terhadap symbol dalam penyampaian makna. Sedangkan penelitian ini fokus penelitiannya yaitu panggung depan dan panggung belakang selebgram lokal dalam memanfaatkan media sosial Instagram, dimana dalam hal ini proses pengelolaan kesan yang dilakukan oleh selebgram sebagai subjek penelitian dalam mempresentasikan dirinya pada panggung pertunjukannya yaitu media sosial Instagram dan membandingkannya dengan kehidupan sehari-harinya.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

ASPEK	**Nama Peneliti**		
	Dhita Sekar Anisa (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2016)	**Dimas Dwi Oktora Gusliawan (Universitas Islam Bandung, 2015)**	**Esther Meilany Pattipeilohy (Universitas Telkom, 2016)**
Judul Penelitian	Presentasi diri pekerja seks komersial Emporium Jakarta	Dramaturgi Kehidupan Seorang SPG Rokok (Studi kualitatif Dengan	Citra Diri dan Popularitas Artis

	(Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial di Emporium Jakarta)	Pendekatan Dramaturgi Kehidupan seorang SPG Rokok Berstatus Mahasiswi asal Bandung)	
Jenis Penelitian	Pendekatan kualitatif dengan metode studi Dramaturgi	Studi kualitatif Dengan Pendekatan Dramaturgi	Pendekatan Kualitatif penelitian Fenomenologis
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui panggung depan dan panggung belakang pekerja seks komersial di emporium jakarta, serta mengetahui presentasi diri pekerja seks komersial di emporium Jakarta.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui panggung depan (*front stage*) atau panggung belakang (*backstage*) dari seorang *sales promotion girls*	Untuk mengetahui bagaimana citra diri artis yang ditampilkan dimedia massa, bagaimana seorang artis mempersiapkan dirinya ditampilkan dimedia massa, serta memahami popularitasnya di

			public sebagai dampak pemberitaan yang dibingkai wartawan dimedia massa.
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukan bahwa *front stage* (panggung depan) PSK yaitu menggunakan sebuah topeng dan diperankan di atas panggung pertunjukan dengan latar panggung pertunjukan mereka adalah emporium Jakarta.	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kehidupan seorang *sales promotion girls* merupakan satu topik utama yang dibicarakan di masyarakat yang awam dengan pekerjaan ini dan menimbulkan asumsi yang negatif.	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa citra diri bagi artis menentukan kesan yang ingin dibentuk dalam media massa. Semakin baik citra diri yang ditampilkan, maka peluang untuk mendapatkan kesan yang baik di media massa juga akan tercapai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu).[44] Paradigma penelitian adalah pandangan atau model pola pikir yang menunjukkan permasalahan yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian.[45]

Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, maka paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Dimana dalam paradigma ini, kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial. Dalam penjelasan ontologi paradigma konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran dari suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh para pelaku sosial.[46]

---

[44] Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Bandung 2007), hlm. 49.
[45] Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 43
[46] Dedy Nur Hidayat, *"Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi"* Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol III, 1999.

Dalam perspektif paradigma penelitian dapat dibedakan dengan melihat nilai-nilai kegunaannya (aksiologi), realitas (ontologi), dan bagaimana mendapatkan realitas tersebut (epistimologi).

1. Ontologi

   Ontologi merupakan bagaimana peneliti memandang suatu realitas, dalam penelitian ini Paradigma konstruktivis memandang realitas sosial yang terjadi dilapangan.

2. Epistimologi

   Epistimologi merupakan posisi peneliti dalam menempatkan dirinya didalam penelitian apakah subjektif atau objektif. Dalam penelitian ini peneliti menempatkan dirinya pada situasi yang subjektif terhadap apa yang diteliti, dimana dalam perannya tersebut peneliti terikat dekat dan sangat interaktif terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan hasil dan mengungkap kebenaran pada penelitian.

3. Aksiologi

   Aksiologi dalam paradigma konstruktivis merupakan terikat nilai, terikat nilai disiini adalah peneliti berperan sebagai jembatan nilai orang yang diteliti, peneliti menyampaikan pikiran-pikiran mendalam atau keberpihakan peneliti terhadap seseorang yang diteliti. Dalam paradigma konstruktivis peneliti juga dapat disebut sebagai fasilitator dimana ia harus dapat merasakan apa yang mereka pikirkan.

Paradigma konstruktivis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi panggung depan, panggung belakang pengguna aktif media sosial *Instagram* khususnya *selebgram* (selebriti *Instagram*) dalam menjalani kehidupannya, dan dengan adanya paradigma konstruktivis, peneliti bisa mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari individu yang diteliti. Dimana bentuk kehidupan suatu individu dalam bermasyarakat berbeda dengan kehidupan individu di sosial media harus dipelajari melalui penafsiran serta pemahaman.

B. Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif.[47] Menurut Moleong penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dan dengan cara dekripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[48]

Metode penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang memiliki langkah-langkah yang sistematis. Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan

---

[47]Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*.(Bandung: Rosda Karya, 2011), hlm. 140.

[48] Moleong, Metode penelitian kualitatif, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 6.

dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.[49] Metode studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, sutau kelompok, sutau organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Setiap analisis kasus mengandung data berdasarkan wawancara, data berdasarkan pengamatan, data dokumenter, kesan dan pernyataan orang lain mengenai kasus tersebut. Akan tetapi semua informasi itu harus disunting, sementara bagian-bagian yang relevan dipadukan baik secara kronologis ataupun secara tematik, sehingga siap dianalisis.[50]

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi penelitian.[51]

1. Sumber Data

Sumber data adalah tempat data diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen.[52]

1. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau

[49] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm.6

[50] Dedy Mulyana, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 201.

[51] Sanjaya, *Model-Model Pembelajaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 84.

[52] Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Surakarta: UNS, 2006), hlm. 56-57.

tempat objek penelitian dilakukan. Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data primer bisa didapatkan dari kegiatan wawancara dan observasi.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.[53] Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Pada penelitian ini peneliti memiliki cara dengan membaca artikel tulisan yang memuat tentang subjek penelitian, mengetahui dari catatan serta bukti teman-temannya yang memahami dan sesuai dengan penelitian. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan, bentuk data yang sudah ada dalam pengambilan data dengan cara sekunder yaitu studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data melalui teks yang tertulis maupun *soft-copy edition* (buku, *e-book* atau artikel dalam majalah surat kabar, jurnal serta media lainnya). Dalam hal ini peneliti memperoleh beberapa informasi atau data yang diperoleh dari buku, *literature* lain dari internet dan artikel yang bisa diakses.

[53] Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 21.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam proses penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang diperlukan disini adalah teknik pengumpulan data mana yang paling tepat, sehingga benar-benar didapat data yang *valid* dan *reliable*. Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif secara umum dikelompokkan ke dalam dua jenis cara, yaitu teknik yang bersifat interaktif dan non-interaktif. Metode interaktif meliputi *interview* dan observasi berperan serta, sedangkan metode non interaktif meliputi observasi tak berperan serta, teknik kuesioner, mencatat dokumen, dan partisipasi tidak berperan. [54]

Proses pengumpulan data terhadap suatu penelitian, harus memiliki cara atau teknik untuk mendapatkan data atau informasi yang baik dan terstruktur serta akurat dari setiap apa yang diteliti, sehingga kebenaran informasi data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

   Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara secara garis besar dibagi dua, yakni

[54] Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: UNS,2006), hlm. 9.

wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka (*open ended interview*), sedangkan wawancara terstruktur sering juga disebut wawancara buku (*standardized interview*), yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya dengan pilihan-pilihan jawaban yang juga sudah disediakan. Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara tak terstruktur agar dapat menggali lebih dalam terkait dengan data yang dibutuhkan dari informan dengan wawancara mendalam.[55] Pada jenis wawancara tak terstruktur, pertanyaan yang diajukan sangat bergantung pada pewawancara itu sendiri, jadi bergantung pada spontanitasnya dalam mengajukan pertanyaan kepada terwawancara. Sewaktu pembicaraan berjalan, terwawancara malah bisa tidak mengetahui atau tidak menyadari bahwa ia sedang diwawancarai. Sedangkan untuk wawancara menggunakan pendekatan petunjuk umum mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. Petunjuk wawancara hanyalah berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat seluruhnya tercangkup.[56]

---

[55] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Ramaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 180.
[56] Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007), hlm. 187,

2. Observasi

Teknik observasi (*observation technical*) yang awalnya dipergunakan dalam etnografi merupakan studi tentang suatu kebudayaan (etnik tertentu) suatu bangsa, dan tujuannya adalah untuk memahami suatu cara hidup dari pandangan orang-orang yang terlibat didalamnya. Observasi dapat dirancang dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan, data primer dalam penelitian ilmiah selain melakukan *survey*, dan dapat melalui observasi (pengamatan).

Observasi yaitu proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda-benda) atau kejadian yang sistematik tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.[57] Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini untuk memperoleh data-data seputar mengenai panggung depan dan panggung belakang yang dilakukan oleh *selebgram* di media sosial *Instagram* dan kehidupannya dalam lingkungan sekitar.

3. Studi Dokumen

Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.

1. Dokumen dan *record* digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya, dan mendorong.
2. Berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian.

[57] Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 34.

3. Keduanya berguna dan sesuai dengan penelitian kualitatif karena sifatnya yang alamiah, sesuai dengan konteks, lahir dan berada dalam konteks.
4. *Record* relatif murah dan tidak sukar diperoleh, tetapi dokumen harus dicari dan ditemukan.
5. Keduanya tidak reaktif sehingga sukar ditemukan dengan teknik kajian isi.
6. Hasil pengkajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas engetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.[58]

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penggunaan dokumen seperti *record* dengan aplikasi *AZ Screen Recorder*, kamera, dan aplikasi *recording* lainnya yang dapat merekam segala bentuk audio visual sebagai teknik dalam pengumpulan data karena hal tersebut diperlukan untuk menyajikan bukti yang dihasilkan dari pengelolaan kesan yang terjadi pada panggung depan dan panggung belakang objek yang peneliti teliti di media sosial *Instagram* sebagai panggung depan, maupun dalam kehidupan sehari-harinya sebagai panggung belakang.

4. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi

[58] Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007), hlm. 217.

kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah.[59] Karena dalam menyusun suatu penelitian teknik ini merupakan teknik yang dibutuhkan untuk memperkuat data, terutama sebagai acuan pengecekan ulang kebenaran pengamatan.

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Kegunaan informan bagi peneliti ialah membantu agar secepatnya dan tetap seteliti mungkin dapat membenamkan diri dalam konteks setempat. Disamping itu pemanfaatan informan bagi peneliti ialah agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang terjaring, jadi sebagai *sampling internal*, karena informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran, atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya.[60]

Pada penelitian ini peneliti menggunakan informan penelitian atau narasumber untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *key* informan dan informan pendukung. *key* Informan penelitian disini adalah dua orang *selebgram* yang keduanya memiliki kesenjangan sosial yang berbeda antara panggung depan di media sosial *Instagram* dengan panggung belakang mereka.

Untuk *key* informan yang pertama yaitu lila darwis, ia cenderung menampilkan kesan mewah pada akun Instagram pribadinya sebagai panggung

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 291
[60] Bogdan, Biklen, *Pengantar Studi Penelitian*, (Bandung: PT. Alfabeta, 1982), hlm. 65.

depan, dimana ia rela melakukan apa saja agar terlihat oleh khalayak bahwa dirinya merupakan orang yang berada. Hal tersebut dapat dilihat dari bukti dokumentasi yang peneliti dapat dari akun Instagram pribadinya dimana ia pergi ketempat mewah seperti restaurant dibali atau ibu kota, menggunakan barang-barang ternama (*branded*) dan hiburan malam tanpa malu menunjukan sisi kehidupan negatifnya untuk ditampilkan dimedia sosial Instagram sebagai panggung depan agar eksistensi dalam pergaulan mendapat pengakuan oleh pengguna akun Instagram lainnya terhadap dirinya.

Kemudian untuk informan kedua yaitu Rian Dermawan, berbeda dengan kesenjangan sosial yang ditunjukan oleh lila sebagai informan pertama, rian disini lebih terlihat aktif ke arah yang positif seperti ia rutin memproduksi suatu video-video lucu yang diunggah ke akun Instagram pribadinya. Dengan aktivitas tersebut, rian mendapatkan banyak followers yang fantastis saat ini mencapai 39k, followers tersebut didapat rian dari rutinitas membuat video dikarenakan para netizen menyukai konten yang dibuat oleh rian diakun media sosial Instagram pribadinya sebagai panggung depan. Namun setelah peneliti melakukan pra-riset sebelumnya terhadap rian, hal ini memiliki kesenjangan sosial seperti apa yang ia lakukan dipanggung depan sebagai media sarana untuk rian menyalurkan kreativitasnya membuat video. Dipanggung belakang rian lebih terlihat pendiam, sulit bergaul dalam lingkungan sekitar, dan sangat selektif dalam memilih teman layaknya seorang *Introvert.* oleh karena itu, peneliti tertarik meneliti kedua infroman tersebut dikarenakan kedua informan tersebut memiliki kesenjangan yang berbeda antara panggung depan dan

panggung belakang. Peneliti juga tertarik untuk meneliti proses pengelolaan kesan yang mereka berdua lakukan sebagai hasil dari studi kasus dengan teori yang peneliti gunakan disini yaitu dramaturgi, yang membahas *self image* yang terjadi dipanggung depan dengan panggung belakang.

Selain fenomena kesenjangan sosial yang peneliti sebutkan sebelumnya, dalam penelitian ini kriteria selebgram yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Selebgram yang peneliti pilih merupakan seseorang yang memiliki jumlah followes aktif minimal 10.000
2. Jumlah *viewer* dalam setiap *post* (foto atau video yang mereka unggah) minimal mencapai 500.
3. Memiliki jumlah like minimal 200 dari setiap foto atau video yang mereka unggah terhitung dari tahun 2017-2018.
4. Keaktivan mereka dalam menggunakan media sosial Instagram setiap hari dilihat dari *insta story* yang mereka unggah setiap harinya.
5. Memiliki atribut sikap seperti dapat dipercaya, memiliki daya Tarik, dan keahlian sebagai acuan kriteria selebgram tersebut layak dikatakan sebagai endorser bagi suatu produk.
6. Pernah mendapatkan endorse dari suatu *brand* atau produk

Tabel 3.1

Tabel Informan Penelitian

No	Nama	Nama Instagram	Keterangan
1	Rian Dermawan	@riandermawan	Selebgram Lokal
2	Lila Darwis	@liladarwiis	Selebgram Lokal

Informan Pendukung

NO	Nama	Keterangan
1	Amal	Sahabat Rian
2	Meily	Sahabat Lila

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data.[61] Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.[62]

[61] Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D,* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2001), hlm. 103.
[62] Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 246.

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis *memo* dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pictogram*, dan sejenisnya. Melalui penyajian data ini, maka data akan terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan, sehingga, akan semakin mudah dipahami. Dengan penyajian data ini akan memudahkan memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan kesimpulan dan verifikasi)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut *Miles* dan *Huberman* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi terhadap data-data yang telah dirangkum dan ditampilkan. Data-data tersebut dihubungkan antara satu dengan yang lainnya sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sejak awal.

Selanjutnya data yang telah dianalisis, dijelaskan dan dimaknai dalam bentuk kata-kata untuk mendiskripsikan fakta yang ada di lapangan,

pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kemudian diambil intisarinya saja. Berdasarkan keterangan di atas, maka setiap tahap dalam proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber yang telah didapat dari lapangan dan dokumen pribadi, gambar, foto dan sebagainya melalui metode wawancara yang didukung dengan studi dokumentasi.

F. Teknik Keabsahan Data

Metode keabsahan data atau uji validitas data berfungsi sebagai pendeteksi kebenaran dan keakuratan data yang diperoleh peneliti. Untuk menghindari kesalahan data, perlu diadakan pemeriksaan kembali *(recheck)* terhadap data yang terkumpul sehingga dalam laporan penulisan data yang disajikan dapat terhindar dari kesalahan. Adapun teknik yang digunakan peneliti dalam memperoleh keabsahan atau kepercayaan dari kriteria kredibilitas, reliabilitas, dan obyektifitas data adalah dengan *triangulasi*.

Menurut Moleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain dari data tersebut sebagai bahan pembanding atau pengecekan dari data itu sendiri.[63] Metode triangulasi merupakan proses membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.

Pada penelitian ini triangulasi yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi data. Triangulasi data merupakan cara meningkatkan penelitian dengan mencari data dari sumber yang beragam yang masih terkait satu sama lain (Satori

[63] Moleong, Metode penelitian kualitatif, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2001) hlm 330.

& Komariah, 2010 : 170). Peneliti menggunakan triangulasi data untuk menguji kredibilitas dan keabsahan data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dengan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam. Hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari informan penelitian mengenai pengelolaan kesan selebgram yang terjadi pada panggung depan dan panggung belakangnya tersebut kemudian dikroscek kembali dengan menggunakan metode hasil observasi dan dokumentasi. Apabila hasil teknik pengumpulan data tersebut berbeda karena sudut pandang setiap sumber berbeda maka peneliti mendiskusikannya lagi kepada sumber data untuk mencari tahu mana yang dianggap benar atau memang semuanya benar.

G. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini berlokasi ditempat tinggal masing-masing informan dan beberapa tempat sesuai dengan keinginan informan pendukung lainnya dimana dalam hal ini peneliti menyesuaikan waktu dan keinginan informan pendukung.

H. Jadwal Penelitian

Tabel 3.2

Tabel Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Sept 2017	Okt 2017 - Des 2017	Des 2017 - Feb 2018	Mar - Mei 2018	Jun 2018	Jul - Sep 2018	Okt 2018	Nov-Des 2018	Jan 2019
1.	Pra Penelitian									
2.	Pengajuan Judul									
3.	ACC Judul									
4.	BAB I									
5.	BAB II									
6.	BAB III									
7.	Sidang Outline									
8.	Revisi Outline									
9.	Penelitian									
10.	BAB IV									
11.	BAB V									
12.	Sidang Skripsi									

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini berfokus kepada Pengelolaan kesan selebgram dalam memanfaatkan media sosial Instagram dimana dalam bab ini peneliti akan menguraikan hasil dari studi dramaturgi yang dilakukan selebgram lokal dalam mengelola kesan yang ada dimedia sosial Instagram dengan kehidupan sehari-harinya. Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan informan dalam bentuk observasi langsung dan data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis. Analisis ini sendiri terfokus pada pengelolaan kesan yang dilakukan selebgram local dalam media sosial Instagram dan membandingkan dengan realitas kehidupan mereka dipanggung belakang dan dikaitkan kepada beberapa unsur yang ada pada identifikasi masalah.

Selebgram local sebelumnya memiliki alasan mengapa mereka memilih untuk menjadi selebgram dengan menyajikan kesan-kesan yang menurut mereka layak untuk ditampilkan dimedia sosial Instagram sebagai panggung depan, serta bagaimana proses mereka dalam menampilkan kesan tersebut dan melihat perbandingan bagaimana dengan panggung belakang dalam kehidupan sehari-harinya mereka dalam bergaul maupun beraktivitas.

Kendala lainya dari beberapa selebgram yang peneliti teliti sebagai key informan mereka lebih cenderung defensive ketika diwawancarai oleh peneliti

yang berkaitan dengan bagaimana mereka melakukan proses pengelolaan kesan tersebut, apa yang ada dalam konten akun Instagram mereka, serta mengapa mereka melakukan hal tersebut yang jelas-jelas isi dari konten atau video yang mereka unggah tidak semuanya berkaitan dengan hal yang positif. Oleh karena itu, disini peneliti menggunakan beberapa informan pendukung yang merupakan sahabat baik atau seseorang yang telah mengenal lama informan utama tersebut yang bertujuan untuk mengungkap semua kebenaran yang ada berdasarkan bukti-bukti yang ada pada isi konten Instagram informan utama tersebut.

Kajian penelitian ini menggunakan teori dari Erving Goffman yaitu teori dramaturgi yang mengupas secara tuntas terkait dengan fenomena pengelolaan kesan yang terjadi pada panggung depan dimedia sosial Instagram dan membandingkan nya dengan panggung belakang dalam kehidupan realitas dirinya. Panggung depan dan panggung belakang memiliki kedua sisi yang berbeda, bagi selebgram local yang masih berada dalam usia remaja yang saat ini sebagian besar menggunakan media sosial Instagram sebagai mediator komunikasi dalam menunjukan gaya hidup mereka, instagram dimanfaatkan sebagai tempat untuk membentuk *image* diri , mengungkapkan perasaaan, maupun kritik terhadap suatu hal. Apapun yang ditampilkan oleh selebgram lokal dimedia sosial Instagram secara garis besar bertujuan agar semua orang/*followers* mengetahui apa yang ingin ia tampilkan. Akan tetapi, apapun yang ditampilkan oleh selebgram lokal dipanggung depan (*front stage*) hanyalah tampilan luarnya saja. Pada panggung belakang (*back stage*) yang terlihat hanya realitas diri bukan

layaknya seorang selebgram yang menampilkan kesan tersebut sesuai keinginan nya dimedia sosial instagram.

1. Profile Informan Kunci 1

Lila Darwis (Nama Instagram) adalah seorang remaja putri yang baru saja lulus dari sekolah tinggi design LaSalle Collage International yang bertempat dijakarta pusat, ia lulus dari pendidikan design nya pada bulan april 2018. LaSalle Collage merupakan sekolah tinggi design kelas international, yang merupakan bagian dari jaringan LCI Education yang berasal dari kanada. Dalam menempuh pendidikannya, lila mengambil program diploma dengan kelas paruh-waktu yang selesai dalam waktu tiga tahun. Setelah selesai mengecam pendidikan di ibu kota lila kembali membantu usaha keluarganya yang berjualan nasi padang dirumahnya yang bertempat di cilegon tepatnya depan SMPN3 Cilegon.

Dalam silsilah keluarga, lila merupakan wanita keturunan padang yang berasal dari kedua orang tuanya dan lahir ditanggerang pada 06 juli 1994 dan saat ini tinggal dicilegon. Di lingkungan keluarga, lila merupakan anak satu-satunya yang dimiliki oleh kedua orang tuanya. Tidak heran, dalam hal ini keluarga sungguh memprioritaskan dirinya dalam berbagai hal termasuk keinginan nya yang selalu dituruti. Wanita berparas cantik yang berusia 24 tahun saat ini mengakui dirinya sebagai freelance designer yang dimana ia memberanikan diri untuk mencoba menerima pesanan untuk membuat baju atau dress sesuai dengan kebutuhan client.

Lila juga merupakan seorang selebgram yang cukup nyentrik akan suatu hal yang ditampilkan dimedia sosial, mulai dari penampilan yang terkait dengan fashion yang ia gunakan, video yang diunggah pada insta story nya saat ia pergi ketempat hiburan malam, dan gaya bahasa dalam memarmerkan suatu barang yang branded seperti tas, kalung dan lain hal sebagainya dimedia sosial instagram. Tidak heran, dengan semua yang ia tampilkan diakun Instagram pribadinya tersebut, saat ini ia memiliki jumlah followers yang cukup banyak bagi pengguna instagram pada umumnya yaitu sebanyak 20 ribu followers aktif yang ada diakun pribadinya tersebut.

Dalam kehidupan sehari-hari lila jarang sekali bergaul dan berbaur dengan lingkungan rumahnya, ia lebih sering banyak menghabiskan waktu dengan teman-temannya diluar pada malam hari karena rutinitas ia saat ini dipagi hari adalah membantu kedua orangtuanya berjualan dari pagi sampai siang.

Lila menggunakan Instagram pertamakalinya pada tahun 2013-2014 dimana alasan ia pada saat itu adalah sudah mulai bosan dengan aplikasi sebelumnya yang ia pernah gunakan seperti facebook,twitter, dan path yang saat ini keberadaan nya tidak sepopuler Instagram. Saat awal ditemui dan ditanya mengapa hijrah ke Instagram dibanding aplikasi yang lainya, ia hanya menjawab mengikuti trend saat ini saja dan teman-teman sudah mulai menggunakan Instagram sebagai media untuk mengekspresikan diri.

2. Profile Informan Kunci 2

Rian Dermawan (@riandermawan) adalah seorang perantau dari ngawi jawa timur yang datang kecilegon pada awal tahun 2006, rian dan keluarga pindah ke Cilegon karena mendiang ayahnya mendapatkan pekerjaan di Cilegon yang memutuskan untuk keluarga dan dirinya pindah ke Cilegon. Rian merupakan anak ke dua dari empat bersaudara, setelah ia ditinggalkan oleh alm.ayahnya ia mendapatkan pekerjaan disini yaitu dikrakatau posco. Selama di Cilegon, Rian tinggal dengan kakaknya yang kebenaran kakaknya juga bekerja di pabrik atau perusahaan yang sama dengan Rian.

Sedangkan untuk ibunya dan kedua adiknya pulang kekampung halaman yang bertempat di ngawi jawa timur. Rian dan kakaknya yang bekerja di Krakatau posco saat ini, ia juga mencoba untuk membuka usaha *car wash* di daerah sumampir tepatnya di komplek Pondok Golf Asri. Setelah banyak mengalami pindah kontrakan sebelumnya, Rian dan kakaknya saat ini tinggal ditempat dimana ia mendirikan usaha dengan kakaknya tersebut.

Rian merupakan sosok yang cukup ramah saat pertama kali ditemui, Rian pribadi yang terlihat mudah berbaur dan memiliki banyak followers dimedia sosial Instagram nya akan tetapi agak pendiam saat ditemui. Dimata teman-temannya yang mengenal dia, dia seseorang yang tidak terlalu banyak bicara saat sedang bersama dengan teman-temannya, bahkan dari beberapa pertanyaan yang ditanyakan pada informan pendukung sendiri menyebutkan bahwa Rian lebih asik dengan dunia nya sendiri saat kumpul dengan teman-temannya, berbeda dengan apa yang ada diakun media sosial *Instagramnya* dia.

Rian merupakan salah satu selebgram lokal yang konsisten dalam mengunggah video, dalam konten videonya tersebut rian lebih banyak mengunggah video-video lucu yang dapat menghibur banyak orang sehingga dengan konsisten nya dia dalam membuat dan mengunggah video tersebut kini rian memiliki followers sebanyak 39 ribu followers aktif yang ada diakun Instagram pribadinya.

Rian sendiri tidak sungkan untuk mematok harga dalam memanfatkan media sosial Instagram miliknya untuk mendapatkan *endorse* dari beberapa macam produk. Rian juga termasuk selebgram lokal yang cukup aktif dalam mengembangkan karya-karya nya. Dalam pencapaian terakhir rian beberapa waktu lalu ia memiliki beberapa prestasi diantaranya Juara 1 video kontes honda banten, Juara 1 foto konten banten, Juara favorit video kontes sukro.

Rian telah berkecimpung didunia Instagram sejak tahun 2014, tidak berbeda jauh dengan informan utama sebelumnya yang mengenal Instagram dari beberapa temannya, namun rian disini melihat adanya potensi yang dapat digali dari media sosial tersebut. Awal pertamakali rian menggunakan Instagram hanya untuk mengunggah foto dan video sewajarnya saja, sejak rian melihat beberapa selebgram ternama diindonesia dia mulai mencoba membuat beberapa video lucu dan mendapatkan apresiasi dari beberapa teman dan followersnya sehingga ia mulai konsisten membuat video dengan tujuan untuk dapat menghibur banyak orang yang sampai sekarang ditekuni nya sebagai salah satu hobi dan mencari pundi-pundi rupiah sebagai penghasilan sampingan.

3. Profile Informan Pendukung 1

Siti Meily Khanzaruslan yang kerap dipanggil Meily ini merupakan informan pendukung yang peneliti pilih dikarenakan Meily merupakan sosok teman dekat nya lila yang mengenal Lila sudah sejak lama yaitu sekitar tahun 2011, dari sekian banyak pertemuan peneliti dengan informan utama tidak banyak orang yang mengetahui lila sebaik Meily dikarenakan sosok lila yang suka gunta-ganti teman dan sekian banyaknya tempat tongkrongan yang dikunjungi rata-rata teman yang ada pada saat itu hanya baru sekitar beberapa bulan saja mengenal lila dan itu pun tidak detail karena hanya ketemu Lila ditempat tongkrongan saja.

Meily merupakan sahabat Lila sejak ia masih duduk dibangku SMA, Meily mengenal Lila sejak tahun 2011 dan mulai sering main bareng semenjak 2012. Meily merupakan seseorang yang ceplas ceplos dalam berbicara dimana hal ini memudahkan peneliti dalam menggali informasi secara lebih luas. Saat melakukan wawancara yang mendalam tidak banyak sikap meily yang cenderung defensive ketika diberikan pertanyaan seputar dengan hidup lila sebagai informan utama.

Meily merupakan mahasiswi UNSERA yang berdomisili di Cilegon tepatnya di komplek Taman Cilegon, anak bungsu dari lima bersaudara ini mengaku bahwa keakraban dirinya dengan informan utama sangat dekat lebih dari sekedar teman. Tidak jarang mereka melakukan aktivitas bersama seperti hangout, workout, bahkan menjadikan diri mereka satu sama lain sebagai tempat curhat. Selama menjalin hubungan persahabatan antara mereka berdua, orang tua Lila juga mengenal betul sosok Meily seperti apa dan tidak jarang orang tua dari

informan utama yang peneliti teliti disini mempercayai Meily sebagai sahabat lila yang kerap menjadi kepercyaan untuk menanyakan keberadaan lila saat lila tidak ada dirumah dan pergi sama siapa. Oleh karena itu, meily merupakan informan pendukung yang sangat dibutuhkan oleh peneliti dalam menggali informasi terkait dengan data-data yang ada dilapangan.

4. Profile Informan Pendukung 2

Amalia Setiawati merupakan seorang wanita keturunan Jakarta yang lahir dibekasi tepatnya pada tanggal 8 April 1996, ia merupakan seseorang yang mengenal dekat Rian lebih dari 3 tahun yang lalu. Kedekatanya dengan Rian berawal dari ia memiliki pacar yang merupakan salah satu komunitas Banten Vidgram, dimana dalam hal tersebut Rian Dermawan sebagai informan utama 2 juga adalah sebagai salah satu anggota yang ada dikomunitas *creator video* tersebut. Awalnya Amal dengan Rian hanya memiliki ikatan sebagai teman saja, namun seiring berjalannya waktu keaktivan mereka dalam suatu komunitas tersebut membuatnya semakin dekat, terlebih lagi pacar Amal sendiri merupakan salah satu orang yang memiliki kontribusi yang tinggi dalam komunitas tersebut.

Tidak jarang mereka dan beberapa teman dari komunitas menghabiskan waktu bersama untuk membuat konten vidio menarik yang dapat dinikmati oleh netizen sebagai pengguna Instagram. Amal merupakan sosok yang paling dekat dengan Rian dikarenakan ia berdomisili disatu kota yang sama dengan Rian sebagai informan utama. Rian juga sering meminta jasa amal untuk bersedia menjadi talent videonya untuk diunggah ke Instagram, banyak aktivitas yang mereka lakukan bersama terlepas dari kesibukannya masing-masing seperti kerja

dan kuliah dikarenakan waktu mereka selepas itu hanya kumpul dengan komunitas, membuat video, dan habis itu hangout seperti makan di *cafe* sambil bertukar fikiran untuk menemukan ide-ide menarik lainnya.

Kedekatan Amal dengan Rian memudahkan peneliti untuk mencari informasi terkait dengan proses yang dilakukan rian dalam mengelola kesan yang ada diinstagram dengan kehidupan dirinya sebagai realitas yang ada. Amal juga menyadari bahwa apa yang seseorang tampilkan dimedia sosial Instagram merupakan bukan kepribadian yang sebenarnya.

Oleh karena itu, peneliti tertarik menjadikan amal sebagai informan pendukung dimana dalam hal tersebut amal merupakan sosok sahabat yang sangat dekat dengan rian. Tidak hanya dalam komunitas, saat proses pembuatan dan editing video pun amal mengetahui tentang bagaimana suatu proses pembentukan kesan yang rian ingin tampilkan dimedia sosial Instagram dan tentunya hal ini memudahkan peneliti untuk menggali informasi lebih dalam dikarenakan amal sosok yang dapat dipercaya terlebih tentang apa yang ada dilapangan sebagai identitas diri sebenarnya informan utama.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Pada pembahasan ini, peneliti akan memaparkan mengenai berbagai hal yang terjadi dilapangan berdasarkan dengan hasil sebenarnya yang ditemui dan dirasakan oleh peneliti dilapangan berkaitan dengan judul penelitian yaitu pengelolaan kesan selebgram dalam memanfaatkan media sosial Instagram menggunakan teori Dramaturgi dari Erving Goffman. Dalam pembahasan ini,

masalah yang peneliti teliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi.

Sebelum melakukan wawancara mendalam dan observasi, peneliti terlebih dahulu melakukan pendekatan kepada beberapa selebgram local yang dilihat dari apa yang mereka tampilkan dalam akun media sosial Instagram pribadinya memiliki nilai kesenjangan sosial yang berbeda dengan realitas dalam kehidupannya. Peneliti melakukan pendekatan dengan *key* informan sejak akhir tahun 2017 mulai dari melihat apa yang ia tampilkan dimedia sosial Instagram, mengenal lebih dekat, ikut dalam beberapa kegiatan dan aktivitasnya, hingga pada akhirnya mereka mulai terbuka dan bersedia untuk dijadikan informan dalam penelitian ini. Dari beberapa *key* informan yang peneliti teliti disini memiliki sedikit kendala diantaranya seperti dari tiap beberapa pertanyaan yang sensitif salah seorang dari *key* informan cenderung defensive untuk menjawab pertanyaan tersebut. Oleh karena itu, peneliti menggunakan informan pendukung sebagai saksi atau bukti untuk memperkuat data dalam penelitian ini.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan alat bantu penelitian yaitu perekam suara *handphone* dan dalam pengumpulan data juga peneliti menggunakan studi dokumen untuk mendapatkan bukti *record visual* berupa video yang ada diakun Instagram sebagai panggung depan *key* informan dalam menampilkan suatu kesan yang diinginkan dengan menggunakan aplikasi *AZ Screen Recorder* untuk memperkuat bukti serta mempermudah peneliti dalam mengolah data. Hasil wawancara langsung yang didapatkan melalui informan

merupakan sebuah data primer dan sumber pokok dalam penelitian, sedangkan hasil data observasi selama penelitian merupakan data sekunder.

Data yang diperoleh mengenai pengelolaan kesan selebgram dimedia sosial Instagram terjawab dengan jelas, sehingga dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini. Setelah berbagai macam data yang dibutuhkan telah terkumpul, peneliti menjabarkan hasil dari penelitian mengenai pengelolaan kesan selebgram dalam memanfaatkan media sosial Instagram melalui studi dramaturgi yang membahas tentang panggung depan dan panggung belakang terkait dengan kesenjangan sosial yang terjadi pada media sosial Instagram dengan realitas kehidupannya. Adapun daftar pertanyaan dan jawaban wawancara terlampir di dalam lampiran.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari jawaban informan, maka peneliti dapat menganalisis proses pengelolaan kesan selebgram menggunakan kajian Dramaturgi terkait dengan panggung depan dan panggung belakang yang dilakukan oleh selebgram local meliputi.

1. Pengelolaan Kesan Pada Panggung Depan

Dalam siklus kehidupan merupakan suatu panggung pertunjukan bagi khalayak manusia, didalam perjalanan hidupnya semua orang bebas berekspresi sesuai dengan yang mereka inginkan. Dalam realitas hidupnya manusia juga memiliki beberapa sisi dimana kita berhak memilih hal apa saja yang kita ingin tampilkan pada khalayak dan hal apa saja yang semestinya tidak harus diketahui oleh orang lain. Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi

wilayah panggung depan (*front stage*) dan wilayah panggung belakang (*back stage*).[64]

Kedua wilayah tersebut memiliki perbedaan dalam pertunjukan dimana seperti yang telah peneliti jelaskan bahwa panggung depan merupakan suatu tempat dimana seseorang dapat menampilkan suatu kesan yang ingin ditampilkan, berbeda dengan panggung belakang yang hanya diri sendiri atau beberapa orang saja yang bisa melihat apa yang tidak terjadi dipanggung depan maka hal tersebut hadir atau disembunyikan dipanggung belakang.

Panggung depan merupakan salah satu sisi atau bagian dari diri individu yang ingin ditampilkan dan diketahui oleh orang lain. Tentu saja pada panggung depan sendiri beberapa orang dalam menampilkan suatu kesan merasa perlu untuk mempersiapkan hal-hal yang dianggap perlu sebagai penunjang penampilan dalam berekspresi yang ingin ditampilkan pada panggung depan dipersiapkan. Pada panggung depan khususnya yang ada dalam media sosial Instagram merupakah sebuah peristiwa atau fenomena dimana selebriti Instagram yang kita kenal dengan selebgram sebagai *"performer"* tampil dengan materi yang sebelumnya sudah dipersiapkan dipanggung belakang (*backstage*) yang tidak semua khalayak dapat mengetahui hal itu.

Dalam penelitian ini, setting yang digunakan oleh *actor* atau *performer* yang kita sebut sebagai selebgram tidak lain dan tidak bukan yaitu suatu hal yang harus ada untuk ditampilkan oleh selebgram dalam menampilkan suatu kesan

---

[64] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 114

yang diinginkan seperti peralatan, kostum dan gaya Bahasa yang digunakan saat berada dalam panggung pertunjukan.

Dalam penelitian ini peneliti meneliti dua orang selebgram yang biasa dipanggil dengan nama panggilan Lila dan Rian sebagai key informan dan peneliti juga memiliki dua informan pendukung yang bernama Meily dan Amal dimana hal tersebut dibutuhkan dalam penelitian ini agar data yang didapat sesuai dengan kebenaran dan fakta yang ada dilapangan. Berikut adalah beberapa pengelolaan kesan yang peneliti temukan dipanggung depan sebagai panggung pertunjukan informan yang peneliti teliti.

a. Kesan Mewah *(Glamour)*

Kesan mewah dan *glamour* merupakan gaya hidup yang ditunjukan oleh seseorang atau individu secara berlebihan. Dalam menampilkan gaya hidup yang *glamour*, berbagai macam cara dilakukan setiap orang agar keberadaan nya diakui oleh khalayak untuk meningkatkan status sosial yang dialami dalam hidupnya. Dalam suatu aplikasi berbagi foto dan video yaitu Instagram, pelaku instagram berlomba-lomba untuk mengunggah konten semenarik mungkin agar mendapatkan pengakuan dari pengguna Instagram lainnya terkait dengan eksistensi individu tersebut.

Hal tersebut peneliti temukan dalam diri lila sebagai key informan yang pertama, dalam akun Instagram pribadinya lila kerap kali menampilkan suatu hal yang terkesan mewah atau *glamour* mulai dari fashion yang ia kenakan, pergi ke diskotik maupun tempat *hedon* lainnya, serta menunjukan barang-barang *branded* yang kerap kali ia tampilkan

pada *insta story* yang ada di akun Instagram pribadinya. Lila mengungkapkan bahwa dirinya juga ingin membangun kepercayaan followers terhadap pengelolaan kesan yang ia tampilkan dalam media sosial Instagram.

> *"Dengan cara kita mengunggah di feed Instagram kita orang sudah bisa menilai "oh gaya hidup kita seperti ini" tanpa harus gue membangun lagi kepercayaan orang lain yang ternyata, oh hidup kita itu seperti apa sih jadi followers itu sudah bisa menilai dengan apa yang kita lakukan di feed Instagram kita."*[65]

Gambar 4.1 *Feed* dan Insta *Story* dari akun pribadi Instagram lila

Melalui pengamatan peneliti dari apa yang telah disampaikan lila pada wawancara diatas, dirinya menganggap bahwa Instagram merupakan panggung yang sangat mengasyikan baginya sebagai *actor* atau *performer* yang dapat mengekspresikan dirinya dalam panggung pertunjukan tersebut. Dalam hal tersebut, lalu peneliti mengembangkan pertanyaan terkait apa yang ingin ditampilkan dalam akun Instagram lila dalam menunjang tujuan tersebut. Berikut lila menjawabnya.

[65] Lila dalam wawancara 2 september 2018

"Ya yang ingin gua tampilkan, ya gue sebagai designer gitu loh dan feed Instagram gue lebih ke yang fashionable gitu laah biar good looking juga kan. Terus gue juga suka update saat gue pergi ketempat-tempat yang dianggep orang high class atau saat gue sama temen-temen gue yang dijakarta dugem gitu juga gue suka update."[66]

Dalam pengelolaan kesan yang lila tampilkan pada panggung pertunjukan yaitu Instagram, lila berusaha menampilkan apa yang ingin ia lihat dimata *followers* dalam akun pribadinya, maka itulah apa yang ingin ia nilai dari followers dan pengguna Instagram lain terhadap dirinya. Oleh karena itu kesan mewah, Bahasa slank, serta perilaku yang kurang baik dari kehidupan malamnya yang kerap kali ia tampilkan dalam akun instagram pribadinya, merupakan suatu kepentingan pribadi yang sengaja ia buat dalam membentuk opini *followersnya* terhadap penilaian suatu image pada dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan sebagai seseorang yang berkecukupan untuk memiliki dan menikmati suatu hal dalam hidupnya yang memiliki kesan mewah serta memiliki pergaulan yang bebas dalam lingkungan nya seperti yang dapat dilihat diakun pribadinya.

Goffman membagi panggung depan ini menjadi dua bagian yaitu front pribadi (personal front), dan setting, yakni situasi fisik yang harus ada ketika actor harus melakukan pertunjukan. Tanpa setting actor biasanya tidak dapat melakukan pertunjukan.[67] Berikut adalah setting yang

[66] Lila dalam wawancara 2 september 2018
[67] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 114.

peneliti temukan dari diri key informan saat berada pada panggung pertunjukannya.

a. Setting

Front pribadi terdiri dari alat-alat yang dapat dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa actor kedalam setting. Personal front ini mencakup juga Bahasa verbal dan Bahasa tubuh sang actor, misalnya berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia, ciri-ciri fisik, dan sebagainya.[68] Dari beberapa contoh setting diatas yang mencerminkan jati diri lila sebagai selebgram lokal, peneliti menemukan gaya bahasa serta pakaian yang biasa ia gunakan dalam menampilkan suatu kesan yang lila ingin tampilkan dalam membangun suatu kesan yang terlihat mewah.

> *"kalo dari kosakata saat gue lagi didunia maya juga gue lakuin apa yang gue pengen aja. Toh dari beberapa perilaku gue yang bad girl gini followers gue malah nambah banyak."*[69]

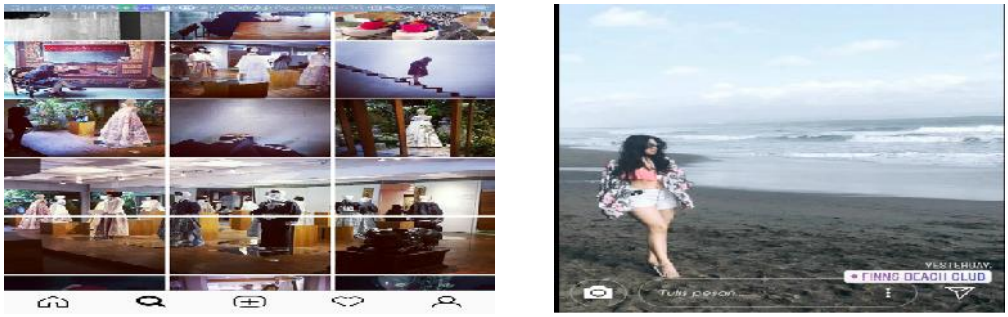
Dari pengamatan peneliti yang meneliti lila sebagai *key* informan dalam menampilkan suatu kesan yang ia lakukan dalam panggung pertunjukan diinstagram, lila lebih memprioritaskan arti followers dalam hidupnya dimana ia rela untuk menampilkan hal yang ia pun sadar bahwa itu merupakan suatu hal yang negatif dan tidak semestinya untuk diunggah dalam akun Instagram pribadinya tapi ia tetap mengunggahnya demi eksistensi diri yang ia dapat dan diakui oleh *followers* nya.

---

[68] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 115.
[69] Lila dalam wawancara 2 september 2018

Terlepas dari kosakata yang ia gunakan dalam mengelola kesan pada panggung depan, memperhatikan suatu penampilan merupakan suatu hal yang penting dalam membangun suatu kesan yang diinginkan khususnya bagi para selebgram. Berikut jawaban lila terkait perhatian dirinya terhadap *style* yang kerap kali ia gunakan dalam mengelola kesan diinstagram.

> *"kalo misalnya lagi acara party kaya misalnya ulang tahun temen, ke club, atau acara weeding itu masih memperhatikan fashion yang detail kaya gitu sih."*[70]



Gambar 4.2 *Feed* dari akun Instagram lila

Dalam setting yang lila tampilkan untuk menunjang suatu pengelolaan kesan yang ia tampilkan pada akun pribadinya juga ia menampilkan suatu hal yang terlihat modis, fashionable hal tersebut juga dilakukan lila agar pengguna Instagram lain khususnya followers bagi dirinya tau bahwa ia merupakan seseorang yang baru saja lulus dari jurusan fashion desainer dimana dalam hal tersebut seperti setting,peralatan, kostum yang ia tampilkan pada panggung depan harus meyakinkan khalayak akan suatu kesan yang ingin ia tampilkan.

[70] Lila dalam wawancara 2 september 2018

b. Penghargaan Terhadap Kualitas Diri

Penghargaan terhadap kualitas diri merupakan keinginan setiap individu dalam memperoleh pengakuan dari orang lain akan suatu hal yang telah ia buat atau ia capai dalam perjalanan hidupnya. Dalam pencapaian yang telah diraih, biasanya hal tersebut diapresiasi oleh lembaga berbentuk sertifikat pencapaian sebagai bukti authentic ataupun hanya pengakuan keahlian yang dipercaya oleh khalayak.

Dalam fenomena yang terjadi pada media sosial Instagram, penghargaan terhadap kualitas diri erat kaitannya dengan perilaku yang terjadi dalam menampilkan suatu kesan yang ada pada panggung depan sebagai panggung pertunjukan. Dalam menampilkan kesan tersebut, seorang selebgram sebagai *performer* disini menganggap bahwa integritas dirinya dapat dilihat dari seberapa banyak *followers* yang menyukai dan menonton unggahan konten yang berada dalam akun pribadinya.

Berbeda dengan arti followers menurut lila sebagai key informan pertama yang mengungkapkan bahwa arti followers bagi dirinya merupakan suatu hal yang penting dalam menunjang informasi dalam mempromosikan keahlian dirinya sebagai fashion designer serta menjadikan dirinya sebagai ajang eksistensi semata didunia maya dengan kesan *glamour* yang kerap kali melekat pada *image* yang ingin ia buat dalam akun pribadinya. Peneliti melihat Rian sebagai key informan yang

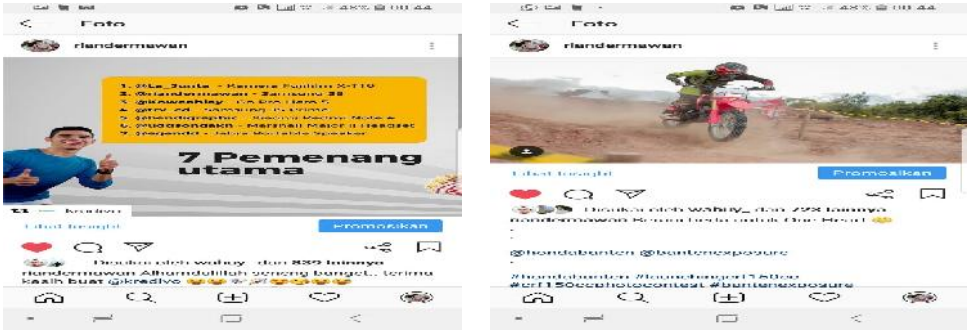
kedua terkait dengan aktivitas dirinya di media sosial instagram bahwa dirinya ingin diakui oleh followers nya dimana ketika Rian mengunggah suatu karya nya baik itu foto dan video ia ingin sekali diapresiasi dan dihargain oleh orang lain karena hal tersebut dapat membuatnya jadi lebih semangat lagi dalam berkarya. Menurut Rian, *followers* merupakan suatu tolak ukur bagi dirinya dalam membuat suatu konten yang akan diunggah dalam akun pribadinya.

> *"Kalo sebagai selebgram itu followers sangat penting sih, jadi gimana caranya followers kita itu suka sama karya kita dan bisa kaya memuji atau kasih support buat kita dan itu bisa buat kedepannya kita berkarya lebih baik lagi."*[71]

Dalam memanfaatkan media sosial Instagram, Rian juga mengungkapkan dirinya ingin dihargai dimata *followersnya* karena ia menganggap *followers* merupakan suatu tolak ukur baginya dalam menampilkan suatu pengelolaan kesan yang telah ia lakukan pada panggung depan dengan menyesuaikan keinginan *followers* sebagai pengikut setia Rian dalam penikmat karya pribadi tersebut terhadap video dan foto yang ia unggah kedalam media sosial Instagram sebagai panggung pertunjukan.

> *"Pasti kalo kita posting tuh, ya pengen banget dihargai karena kita tuh udah berkarya kaya kita udah buat foto bikin video nah hal yang pingin kita mau apa? Salah* satunya ingin dihargai dan diapresiasi sama followers kita gitu.*"*[72]

[71] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018
[72] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018



Gambar 4.3 *Feed* dari akun Instagram Rian

Dengan dihargai oleh followers terhadap karya-karya nya hal tersebut menjadikan Rian sebagai selebgram yang memiliki kompetensi dibidangnya serta dirinya dapat menjadi dikenal dan eksis dimata pengguna Instagram lainnya. Dalam pengamatan peneliti selama observasi dilapangan, rian mempunya keahlian dibidang editing foto dan video, dimana dalam hal tersebut kemampuannya dipergunakan dengan baik dalam membuat suatu konten yang menarik ber genre hiburan yang ada di akun Instagram pribadinya rian dalam usahanya untuk meningkatkan jumlah followers dan keinginannya untuk diakui bahwa dirinya sebagai selebgram yang memiliki kompetensi dibidangnya. Dari kemampuan yang dimilikinya tersebut, rian sering mengikuti berbagai jenis lomba yang diadakan oleh berbagai macam penyeleggara. Dari setiap lomba yang rian ikut sertakan, ia juga banyak menuai prestasi seperti hal nya ia pernah mendapat predikat sebagai Juara 1 video kontes honda banten, juara 1 foto konten banten, juara dua video iklan produk kartu kredit online yaitu kredivo. Dari semua pencapaian yang telah berhasil ia raih tersebut, ia dapatkan melalui Instagram sebagai media nya.

c. Humble (Mudah Bergaul)

Kehidupan bermasyarakat merupakan suatu kegiatan manusia yang tidak dapat dipisahkan dari setiap individu. Perkembangan teknologi saat ini menjadi wadah yang sangat memudahkan manusia untuk bersosialisasi melalui media sosial karena saat ini media sosial menjadi kebutuhan setiap orang dimanapun dan kapanpun mereka berada tanpa harus bertemu langsung untuk berkomunikasi secara tatap muka (*face to face*).

Dalam media sosial khususnya Instagram sebagai panggung pengelolaan kesan yang dilakukan oleh para selebgram, kesan mudah bergaul yang ditampilkan oleh para selebgram merupakan suatu kesan yang wajib dimiliki dalam hal menjaga citra baik dirinya dimata followersnya.

Dalam point ini peneliti menemukan beberapa pengelolaan kesan mudah bergaul *(humble)* yang dilakukan oleh Rian dan Lila sebagai *key* informan. Menjadi seseorang yang ramah dalam berkomunikasi dimedia sosial merupakan suatu cara untuk membangun suatu kesan yang baik pada diri mereka bagi para selebgram dimata *followers*, hal ini sama seperti yang rian lakukan dalam mengelola kesannya dimedia sosial Instagram. Saat berada pada panggung depan, rian sering berperilaku baik dan *friendly* terhadap followersnya, rian juga tidak jarang bersikap sok kenal dengan pengguna Instagram lainnya yang berkomentar terkait dengan unggahan yang ada diakun Instagram pribadinya. Dalam akun

Instagram pribadinya rian lebih sering menampilkan kesan bahwa dirinya humoris dalam konten comedi yang biasa dia unggah.

> *"Menampilkan kesan-kesan yang positif juga sih intinya, humble, dan mudah bergaul dengan orang di Instagram jadi membuat followers mengesankan gua nih orangnya baik,positif dan easy going gitu."*[73]

Menurut pengamatan peneliti terhadap rian saat berada pada panggung depan yaitu Instagram, perilaku dirinya dalam membangun *image* dimata followers ia sangat hyper aktif saat berada diinstagram. Dalam panggung pertunjukannya, rian berusaha menampilkan suatu kesan yang berpikir bahwa dirinya merupakan seseorang yang humble, mudah bergaul, memiliki banyak teman, dan berusaha menghilangkan kesan bahwa dirinya selektif dalam memilih teman, sulit berbaur dan sebagainya. Maka dari itu dalam membangung kesan yang ia inginkan, rian lebih sering memberi kesan positif dimana dalam hal positif tersebut ia menampilkan kedekatan emosional dengan followersnya karena apabila rian tidak pandai mengelola suatu kesan tersebut, mungkin dirinya tidak dapat menjadi seperti sekarang ini yang memiliki banyak followers dan endorse dari berbagai macam produk sebagai mata pencaharian sampingannya.

[73] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018

Berbeda dengan rian, perilaku lila saat berada diinstagram dalam menampilkan kesan humble lebih cenderung mengunggah aktivitas dirinya dengan teman-teman nya saat pergi ketempat-tempat mewah. Dalam aktivitasnya tersebut, lila sering menampilkan teman yang berbeda-beda dan terlihat dirinya sangat mudah untuk mengakrabkan diri dengan seseorang yang baru saja dikenalnya.

> *"Humble nya gua tuh ya kaya gue welcome sama orang lain, terus nunjukin kalo gue punya banyak temen, jadi kan secara gak langsung followers gue ngeliat gue tuh orang nya asik,eksis, punya banyak temen."*[74]

Menurut pengamatan peneliti pada akun Instagram pribadinya lila, dirinya sangat memilih teman untuk dapat diunggah bersamanya diakun pribadinya. Peneliti melihat saat tiap kali lila mengunggah suatu aktivitas bersama temannya, maka teman tersebut harus memiliki kesamaan denganya dalam arti seseorang yang dapat diunggah bersamanya dalam panggung pertunjukanya haruslah seseorang yang memiliki popularitas dan *hits* dalam pergaulan. Menurut pengamatan peneliti saat lila sering mengunggah kebersamaan dengan temannya, tidak jarang lila dunakan fitur *tag* yang ada di Instagram untuk *tag* orang-orang tersebut dalam moment bersama yang bertujuan untuk dirinya memperkenalkan temannya kepada followers bahwasanya teman-teman yang berada dalam lingkungan pergaulanya memiliki jumlah followers yang banyak pula dan hal tersebut dapat dijadikan alasan untuk lila jadikan panjat sosial.

[74] Lila dalam wawancara 2 september 2018

a. Setting

Setting yang digunakan oleh lila dan rian terlihat dari gaya Bahasa yang mereka lakukan pada panggung pertunjukan dalam mengelola kesannya masing-masing. Rian dalam menggunakan tutur kata dan Bahasa dalam mengelola kesan menjadi seseorang yang humble dan mudah bergaul lebih kepada dengan cara berbicara sopan, dan ia jarang sekali berkata kasar dipanggung pertunjukannya. Hal tersebut rian lakukan semata-mata untuk menyuguhkan pertunjukan sesuai dengan keinginannya, dalam mengelola kesannya dipanggung depan ia lebih terlihat hyper aktif dalam setiap unggahan video diakun Instagram pribadinya.

> *"kalo saya sendiri di Instagram itu lebih banyak omong ajasih, welcome sama orang jadi kaya gimana caranya gua tuh kalo diinstagram orangnya asik."*[75]

Dalam akun Instagram pribadinya, rian lebih banyak berinteraksi dengan para followersnya dalam hal berbagi pengalaman maupun hanya sekedar say hay dan berusaha untuk mengakrabkan diri, hyper aktif yang rian tunjukan juga hanya pada video yang ia buat yang bertujuan untuk memikat hati followers terhadap karya yang telah ia unggah. Sedangkan untuk lila, dirinya sering menampilkan aktivitas dan interaksi dengan teman-temannya saat berada ditempat-tempat mewah.

[75] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018

"gue biasanya emang kalo lagi nongkrong ditempat yang sekiranya hits menurut gue suka gue post ke ig, kalo dari gaya Bahasa sih gue sok asik aja sih. Yang penting gue lagi sama siapa dan dimana nya yang gue tampilin."[76]

Menurut pengamatan peneliti yang melihat lila dalam aktivitas diinstagram, dirinya lebih memperhatikan dengan siapa ia hangout dan dimana. Dalam gaya dimedia sosial Instagram ia lebih sering menggunakan kata-kata gaul seperti kata "kamu" diganti dengan "lau" kata "siapa" diganti dengan "sokap", dalam hal penggunaan kata-kata yang lila lakukan memang ia jarang menyebut kata-kata kotor saat berada dimedia sosial Instagram, hal tersebut dilakukan lila karena menurutnya ia masih perlu melakukan pengelolaan kesan yang positif walau citra yang ia sering tampilkan dalam akun Instagram pribadinya lebih banyak kearah yang negative.

d. Pundi-Pundi Rupiah

Pada dasarnya Instagram merupakan media sosial yang berfungsi berbagi foto dan video kepada khalayak. Seiring perkembangannya jaman dalam menggunakan media sosial tersebut, kini fitur yang ada diinstagram yaitu followers dimanfaatkan dengan baik bagi para produk ternama yang membutuhkan jasa endorse atau dukungan dari pengguna Instagram yang memiliki banyak masa dalam akun pribadinya. Hal tersebut jadi keuntungan sendiri bagi para selebgram local dalam memanfaatkan media sosial Instagram, dengan begitu kegiatan mereka didunia maya tidak hanya

[76] Lila dalam wawancara 2 september 2018

buang waktu semata melainkan dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah bagi mereka dalam hal jasa endorse dari berbagai macam produk maupun dari usaha mereka pribadi sebagai media promosi.

Dari pengelolaan kesan yang dilakukan oleh key informan yang diteliti terkait dengan popularitas dan ajang eksistensi diri, peneliti juga menemukan adanya tujuan lain dari key informan yang peneliti teliti terkait dengan pengelolaan kesan yang ia lakukan merupakan adanya keinginan dari mereka untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah dalam memanfaatkan media sosial Instagram.

> *"Ya adalah tujuan gue buat nyari duit lewat ig, lumayan juga kan manfaatin jumlah followers kalo pun gak dapet duit langsung minimal gue dapet produk atau clothing gratisan dari brand tersebut."*[77]

Gambar 4.4 *Feed* akun Instagram Lila

Pada hasil wawancara diatas, lila mengungkapkan bahwa dirinya dalam memanfaatkan media sosial Instagram memang punya keinginan sendiri dalam mendapatkan pundi-pundi rupiah. Dalam suatu pengelolaan

[77] Lila dalam wawancara 2 september 2018

kesan yang ia tampilkan, tanpa disadari hal tersebut telah membangun suatu image pada dirinya yang diminati oleh para pencari jasa endorse. menurut pengamatan peneliti, lila biasanya mendapati endorse dari suatu brand clothing yang memiliki target pasar seperti anak remaja yang hits dan kekinian. Hal yang sama juga diungkapkan oleh rian sebagai key informan yang kedua, dirinya menganggap Instagram merupakan suatu aplikasi yang dapat menjadi penghasilan kedua bagi hidupnya selain pekerjaan nya sebagai buruh karyawan.

> *"Itu penting banget buat menunjang karir gua, karena kalo gua kan sekarang Instagram merupakan aplikasi yang dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah tersendiri. Yang awalnya gua kerja seperti layaknya pegawai, kini Instagram sudah menjadi mata pencaharian sampingan gua."*[78]

Gambar 4.5 Feed akun Instagram Rian

Pada feed akun Instagram pribadi rian, terlihat jelas jumlah followersnya yang mencapai lebih dari 30ribu, hal tersebut wajar baginya untuk memanfaatkan Instagram sebagai mata pencaharian sampingan

[78] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018

dalam mendapatkan pundi-pundi rupiah. Menurut pengamatan peneliti dari aktivitas yang rian lakukan di media sosial Instagram, dirinya sangat konsisten dalam mengelola kesan yang ia bangun dalam mendapatkan suatu tujuan. Dimana dalam hal tersebut dirinya lebih sering mengunggah hasil karya-karya nya mulai dari membuat video-video lucu dan memenangkan beberapa event kompetisi fotografi yang diadakan melalui media sosial Instagram. Beberapa video rian sebagai iklan layanan masyarakat juga telah ditampilkan di XXI Mall Of Serang, dimana hal tersebut menjadi prestasi akan suatu karya yang membanggakan.

Eksistensi diri yang didapat dalam media sosial Instagram tak terlepas dari berapa jumlah followers yang mereka miliki, semakin banyak jumlah followers yang ada dalam akun Instagram mereka maka popularitas yang didapat pun semakin tinggi untuk diakui oleh pengguna Instagram lainnya.

2. Realitas Panggung Belakang

Panggung belakang merupakan suatu sisi dari individu dimana sisi yang ada didalam diri individu tersebut bertolak belakang dengan apa yang ada dipanggung depan. Panggung belakang biasanya berbatasan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Ini dimaksudkan untuk

melindungi rahasia pertunjukan, dan oleh karena itu, khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki panggung belakang, kecuali dalam keadaan darurat.[79]

Dalam media sosial Instagram seorang selebgram atau performer mempersiapkan sesuatu yang menunjang kesan yang ditampilkan pada panggung pertunjukan tersebut dipanggung belakang, dimana dalam panggung belakang tersebut ia mempersiapkan semua yang dibutuhkan seperti setting yang meliputi peralatan yang digunakan, kostum, makeup, serta gaya bahasa dan pengelolaan kesan yang ia siapkan sebelum ia tampil pada panggung depan sebagai panggung pertunjukannya. Ketika para performer atau actor sudah berada pada dipanggung depan, mereka telah siap memakai dan menggunakan setting dan pengelolaan kesan yang telah ia siapkan pada panggung belakang untuk ditampilkan pada panggung depan sebagai panggung pertunjukannya.

Panggung belakang juga bisa disebut sebagai realitas kehidupan bagi para actor atau performer dalam melakukan aktivitas sehari-hari, Biasanya seorang selebgram hanya memperbolehkan segelintir orang yang masuk kedalam panggung belakang seperti sahabat dekat dan seseorang yang dapat membuat dirinya merasa aman dan dibutuhkan akan suatu kamuflase yang ingin ditampilkan saat ia tampil dalam panggung pertunjukan yaitu media sosial Instagram. Dalam realitas kehidupan yang terjadi dipanggung belakang, peneliti menemukan beberapa point yang bertolak belakang dengan apa yang biasa ditampilkan oleh key informan dimedia sosial Instagram dengan saat mereka

[79] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif. Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 115.

berada pada panggung belakang sebagai realitas kehidupannya. Berikut beberapa point yang peneliti temukan dalam observasi ketika saat berada dalam panggung belakang selebgram dalam aktivitas sehari-harinya.

a. Keluarga

Keluarga merupakan factor penting dalam menunjang suatu tumbuh kembang seorang anak, dalam keluarga suatu individu belajar banyak hal dalam hidupnya dimana keluarga adalah tempat awal dalam mengecam suatu pendidikan yang ada dalam siklus kehidupan manusia. Dalam panggung belakang yang ada pada diri seorang selebgram yang peneliti teliti disini erat kaitannya dengan bagaimana perilaku ia ketika berada dalam rumah dengan keluarga. Bagaimana ia memproses pengelolaan kesan yang terjadi dilingkungan rumah saat berinteraksi dan berbaur bersama keluarga berbeda dengan pengelolaan kesan yang ia tunjukan dalam media sosial yang merupakan panggung pertunjukannya dipanggung depan.

Dalam lingkungan keluarga, lila sebagai key informan yang pertama mengelola kesan sebagai anak yang berbakti kepada orang tua. Tidak seperti apa yang kita lihat pada panggung depan yaitu media sosial Instagram dimana lila merupakan seorang selebgram yang ingin terlihat memiliki kehidupan yang berkelas dan memiliki eksistensi yang diakui oleh pengguna Instagram lainnya, berbeda dengan situasi saat dirinya berada didalam rumah dengan keluarga. Disini terlihat jelas penampilan

yang berbeda dimana pada kehidupan sehari-harinya lila yang biasa membantu bundanya yang berjualan nasi padang untuk mendapatkan uang jajan agar ia bisa main atau hangout dengan teman-temannya.

> *"Ya gue kalo dirumah sih biasa aja sih ya bantu-bantu bunda dari pagi sampe siang jualan, sore atau malemnya baru gue main sama temen."*[80]

Dilihat dari hasil pengamatan peneliti ketika informan berada didalam lingkungan keluarga, ia mempunya kepribadian yang baik dimana ketika berada didalam rumah lila merupakan sosok seorang perempuan yang taat kepada ibunya untuk mendapatkan sesuatu yang ia inginkan. Biasa nya ketika lila sudah membantu bundanya ia selalu dikasih uang jajan untuk main dengan teman-temannya maupun ditabung untuk kebutuhan dirinya.

Komunikasi yang terjadi saat lila berada didalam rumah dengan keluarga sama seperti remaja pada umumnya, namun disini lila lebih sering berkomunikasi dengan bunda nya dikarenakan setiap harinya ia membantu bunda nya berjualan dari pagi hingga siang. Terlepas dari hal tersebut, peneliti juga menanyakan tentang bagaimana pakaian yang biasa lila gunakan saat berada didalam rumah ketika membantu bundanya berjualan kepada meily sebagai informan pendukung dari key informan yang pertama.

> *"ya dia kalo lagi dirumah tuh pakean apa adanya banget, pas main sama gue juga biasa aja. Dia tuh pake pakean modis atau*

[80] Lila dalam wawancara 2 september 2018

mewah gitu cuma pas kalo mau update di ig aja sama kalo dia nemu tempat hits atau baru gitu buat poto."[81]

Dari hasil wawancara diatas, peneliti mengembangkan pertanyaan kepada meily mengenai apa yang lila sering tampilkan dimedia sosial Instagram yang cenderung terkesan mewah dan negative, bagaimana cara lila sebagai selebgram untuk mendapatkan sesuatu barang yang biasa ia tampilkan dalam akun pribadinya, apakah hal tersebut didapat dirinya dari hasil kerja keras melalui bakatnya sebagai fashion designer atau hanya sebatas menjadi selebgram dan ia dapat mewujudkan semua keinginan nya untuk dapat ditampilkan dalam media sosial Instagram.

"Dia gak kerja, lila itu anak emas banget menurut gua dikeluarganya apapun yang lila pengen dan lila butuhkan selalu dipenuhi sama keluarganya secara emang dia anak satu-satunya juga ya mungkin itu. Gua juga sering banget liat lila ngerengek kalo lagi minta apapun yang ia mau sama bundanya."[82]

Dari hasil pengamatan peneliti dilapangan sosok lila didalam lingkungan keluarga memang terlihat apa adanya dalam hal berpakaian, berbeda dengan apa yang lila tampilkan saat berada pada panggung pertunjukannya yaitu media sosial Instagram, dirinya lebih tampil dominan dengan pakaian yang glamour dan terkesan mewah dimata pengguna Instagram lainnya. Dilihat dari gaya bahasa ketika lila berbicara dengan bundanya, ia lebih kepada menjadi anak yang manja dengan intonasi bicara seperti anak kecil. Seperti hal nya ketika ia meminta uang jajan kepada bunda nya "bu dede minta uang dong buat main sama temen"

[81] Meily dalam wawancara 9 september 2018
[82] Meily dalam wawancara 9 september 2018

hal tersebut menurut peneliti agak terkesan tidak pantas dengan apa yang peneliti lihat dipanggung depan nya yaitu media sosial Instagram. Namun, hal tersebut mungkin juga disebabkan karena ia merupakan anak satu-satunya yang ada dalam keluarganya. Seperti yang telah diungkapkan oleh meily sebagai informan pendukung dari lila, dirinya sering melihat lila "ngerengek" meminta suatu hal yang ia inginkan kepada bunda nya.

Seperti yang telah dijelaskan diatas, Gaya bahasa yang key informan gunakan ketika berkomunikasi dalam lingkungan keluarga juga memiliki beberapa perbedaan dimana dalam situasi dipanggung depan yaitu media sosial Instagram, ia lebih menunjukan kelasnya sebagai wanita yang glamour ,modis, hits dan eksis seakan memiliki banyak teman, dalam hal berbicara juga lila sering menggunakan Bahasa slank dalam arti yang tidak baku dan tidak sopan. Namun ketika lila berada dalam lingkungan keluarganya, ia lebih cenderung berbicara sebagai mana mestinya anak terhadap orang tua, ia juga terlihat manja dengan bunda nya dan ia juga sering bilang dirinya "dede" ke bundanya, misalnya seperti kalimat " bun dede mau main ya ntar malem sama temen". Terlepas dari hal tersebut, peneliti juga menanyakan terkait dengan hal yang sama kepada key informan yang kedua yaitu rian dalam aktivitasnya didalam keluarga.

> *"Sebenernya karakter baik di Instagram dan dirumah gak ada bedanya. Cuma kalo disosmed gua lebih keliatan humble dan*

senang punya banyak teman sih ya. Kalo dirumah ya gua pulang kerja, ngedit video buat diupload, tidur. Kalo ada waktu dan gua gak cape baru main keluar sama temen komunitas buat video gitu."[83]

Dari hasil wawancara diatas, terlihat jelas pengelolaan kesan yang rian gunakan ketika dirinya berada disosial media Instagram dimana dirinya ingin terlihat humble, memiliki banyak teman, dan terkesan humoris. Namun dalam kehidupan aslinya dalam keluarga rian merupakan seseorang yang sulit bergaul, selektif dalam memilih teman, dan ia lebih senang mengerjakan suatu hal sendiri. Ketika peneliti mengamati aktivitas rian dirumah, rian jarang sekali mengobrol dengan kakak nya, padahal dirumah tersebut rian hanya tinggal dengan kakak nya saja yang sama-sama bekerja dicilegon. Sedangkan untuk ayahnya rian sudah meninggal dunia dan ibu nya berada dikampung tepatnya daerah ngawi jawa timur.

Dalam hal penampilan saat rian berada dirumah, rian juga hanya tampil seadanya kecuali sedang membuat suatu konten video karena rian terkadang suka membuat video dirumahnya sendiri menggunakan green screen buatan nya. Menurutnya, ketika usaha dan hasil karya nya dihargai oleh followers-followersnya maka ia pun semakin semangat untuk membuat suatu karya karena dari pemanfaatan Instagram sendiri bagi dirinya yaitu untuk diakui bahwa dirinya memiliki keahlian dalam menampilkan suatu kesan dan karya, memiliki daya Tarik sebagai

[83] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018

selebgram, serta kualitas yang ingin dihargain dari suatu hal yang ia unggah kedalam akun Instagram pribadinya.

b. Lingkungan Tempat Tinggal

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia harus dapat bersosialisasi dengan lingkungan sekitar dalam membangun relasi antar sesama individu. Dalam bersosialisasi, key informan yang pertama yaitu lila lebih sering menghabiskan waktunya main keluar dengan teman untuk *hangout* atau nongkrong di*cafe* yang menurut dirinya keren dan bagus ketika situasi tempat tersebut memungkinkan untuk diunggah kedalam akun Instagram pribadinya dengan men-tag teman-temanya yang berada saat moment bersama.

> *"Iya dibandingkan dilingkungan rumah atau tetangga lebih sering keluar untuk upload di Instagram juga soalnya, lumayan kan kita bisa dapet foto baru buat diupload. Terus juga gue bisa nunjukin gue lagi dimana pake fitur insta story."*[84]

Lila juga mengungkapkan alasan mengapa dirinya jarang untuk berbaur dengan tetangga yang berada dekat dengan tempat tinggalnya.

> *"Kalo aku kan tinggalnya ngontrak diruko gitu bantu bunda jualan, jadi kurang berbaur dilingkungan rumah jadi kalo ada orang yang main kerumah baru gue berbaur tapi kalo untuk main ke tetangga atau lingkungan sekitar sih gapernah*."[85]

[84] Lila dalam wawancara 2 september 2018
[85] Lila dalam wawancara 2 september 2018

Hal senada juga diungkapkan meily sebagai informan pendukung dan sahabat baiknya lila ketika ditanya tentang bagaimana interaksi yang terjadi ketika lila bersosialisasi disekitar rumahnya dengan tetangga.

> *"Oh gak pernah dia, dia lebih sering main keluar ya dari pada dilingkungan tetanggga gitu dan gue rasa dia gak banyak kenal dengan tetangga-tetangga nya gitu."*[86]

Dilihat dari hasil pengamatan peneliti ketika berada dilingkungan rumah dengan informan, dalam bersosialisasi dilingkungan tempat tinggalnya lila hanya berinteraksi dengan beberapa pembeli saja, jarang sekali peneliti melihat lila saat berada dirumah keluar untuk berkunjung kerumah tetangga atau menyapa tetangganya. Ia lebih memilih untuk hangout bersama temannya ditempat yang cenderung mewah dan glamour dalam bersosialisasi sekaligus memanfaatkan tempat tersebut untuk diunggah kedalam media sosial Instagram ketimbang dirinya harus bersosialisasi pada lingkungan tempat tinggal nya.

Hal tersebut sama seperti rian sebagai key informan yang kedua, rian juga dalam bersosialisasi dilingkungan rumahnya terbilang jarang bahkan tidak pernah, rian lebih sering menghabiskan waktunya membuat video dengan teman komunitas, kerja, dan beristirahat.

> *"Oh kalo itu jarang malah gak pernah, saya lebih sering main sama temen keluar gitu ketemuan dimana gitu. Soalnya kalo untuk keseharian dirumah ini saya pulang kerja langsung ngedit, dan kalo ada waktu main saya sempetin main sama temen keluar kumpul dengan yang lainnya."*[87]

---

[86] Meily dalam wawancara 9 september 2018
[87] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018

Dari pengamatan peneliti melihat aktivitas yang biasa rian lakukan ketika berada dilingkungan rumah, dirinya jarang sekali berbaur dengan tetangga disekitar rumahnya. Ia lebih sering menghabiskan waktunya dikamar dan mengerjakan editan videonya untuk diunggah kedalam media sosial Instagram.

Hal senada juga diungkapkan oleh amal sebagai informan pendukung dari key informan kedua yaitu rian, amal mengungkapkan bahwa rian merupakan seseorang yang sulit bergaul baik dalam lingkungan rumah maupun dalam lingkungan pertemanan. Namun, ketika apa yang kita lihat pada media sosial instagram sebagai panggung depannya, rian merupakan seseorang yang sangat aktif, mudah bergaul, dan memiliki banyak teman karena dari pengelolaan kesan yang ada pada panggung depan tersebut rian terlihat seseorang yang *easy going* dan *welcome* terhadap orang baru.

> *"Mungkin kalo yang asli dengan yang di Instagram gitu pasti ada perbedaan lah kalo menurut gua. Jadi rian tuh kalo yang diinstagram itu dari sikap aja ketauan dia tuh tipe orang yang pengen dikenal orang humble,asik, mudah berbaur. Kadang dia kalo lagi ngumpul sama temen dikehidupan aslinya tuh gak se asik sama apa yang gue liat rian di Instagram gitu."*[88]

Dari hasil pengamatan peneliti dilapangan, rian memiliki perilaku yang berbeda antara panggung depan dan panggung belakangnya, dalam hal ini perbedaan yang terlihat pada pengelolaan kesan rian saat berada di panggung pertunjukannya yaitu instagram. Dalam akun pribadinya rian

[88] Amal dalam wawancara 30 Agustus, 2018

mengelola kesannya seolah dirinya merupakan individu yang memiliki kepribadian mudah bergaul terhadap sesama, sedangkan dalam panggung belakang yang peneliti lihat dari rian merupakan seseorang layaknya introvert yang bergaul hanya seperlunya, pendiam, dan sangat selektif dalam memilih teman.

c. **Realitas Dalam Pergaulan**

Selain keluarga, apa yang ada dipanggung belakang adalah suatu hal yang biasa dilakukan individu tersebut dalam menjalankan suatu aktivitas kesehariannya. Dalam menjalankan suatu aktivitas sehari-harinya, terdapat perbedaan pengelolaan kesan yang terjadi dipanggung depan yang kita sebut dengan panggung pertunjukan dan panggung belakang sebagai realitas aktivitas sehari-hari dalam melakukan suatu hal maupun kebiasaan yang dilakukan dalam hidupnya. Pada point ini peneliti membahas tentang kegiatan sehari-hari selebgram local sebagai realita kehidupan terlepas dengan apa yang kita lihat didunia maya yang kita sebut sebagai panggung pertunjukannya.

Berikut jawaban key informan yang pertama yaitu lila terkait dengan seberapa sering dirinya mengunggah suatu tempat ketika dirinya pergi dengan teman untuk *hangout*, apakah yang kita lihat diakun instagram pribadinya sama hal nya dengan realita kehidupan dirinya ketika ia kumpul dengan teman-temanya untuk menghabiskan waktu bersama.

"Yang jelas kalo untuk ditampilin di ig ya gue pilih-pilih lah, tapi kalo Cuma untuk nongkrong atau main sehari-hari kalo gue gabut gini ya gue lebih milih tempat yang biasa aja sih, yang murah juga biar gue bisa lebih lama stay disitu."[89]

Dari hasil wawancara diatas terlihat jelas perbedaan yang terjadi antara lila diakun instagramnya dan lila dengan kesehariannya. Didalam panggung pertunjukan, lila merupakan seseorang yang kita lihat sebagai suatu individu yang memiliki kehidupan yang glamour,eksis, dan apapun yang diunggahnya merupakan tampilan kesan yang berusaha ia tunjukan untuk membangun karakter dirinya terhadap pengguna Instagram lainnya.

Namun, menurut pengamatan peneliti dengan apa yang terjadi pada key informan dilapangan lila merupakan seseorang yang biasa saja yang tidak semua tempat mewah kerap ia kunjungi dalam bersosialisasi dengan teman untuk hangout bersama. Hal ini dilakukan lila karena dirinya tidak mau menganggap bahwa dirinya merupakan seseorang yang biasa saja dalam bergaul, ia ingin bahwa dirinya diakui akan suatu eksistensi yang ia ingin dapatkan dari pengguna instagram lainnya.

Selain dari perbedaan yang kita lihat diatas bagaimana lila dalam mem proses suatu pengelolaan kesan yang terjadi pada panggung depan, peneliti juga tertarik akan bagaimana ia memupuk citra yang ada pada dirinya untuk menggabungkan keduanya antara berbakti dengan orang tua yang ia lakukan setiap harinya dari pagi hingga siang berjualan nasi

[89] Lila dalam wawancara 2 september 2018

padang, dengan apa yang terjadi dalam pergaulan bebas nya yang biasa lila unggah kedalam media sosial instagram tersebut.

> *"kalo dalam keluarga ya gue sebagaimana mestinya jadi anak aja yang suka bantu orang tua jualan, main, hangout, Cuma tanpa sepengetahuan orang tua gue suka dugem terus diupload ke ig."*[90]

Dari hasil pengamatan peneliti terhadap key informan pertama, lila adalah seorang perempuan yang pintar dalam mengelola kesan nya. Dalam proses pengelolaan kesannya tersebut, dirinya dapat menggabungkan antara keduanya sekaligus dimana ketika ia dapat uang jajan dari orang tuanya ia langsung pergi main dengan temenya seperti apa yang diunggah dalam media sosial instagramnya. Untuk aktivitas dirinya yang sering keluar malem atau pergi ke club, orang tuanya tidak diberitahui hal yang sebenarnya melainkan hanya ia bilang main nginap dirumah temen bersama meily.

Orang tuanya tidak begitu curiga dengan dirinya karena ia percaya kepada sahabat dekatnya yaitu meily merupakan seorang teman yang baik namun tidak jarang lila bilang seperti itu namun nyatanya ia tidak pergi bersama meily melainkan bersama teman yang lainnya. Hal ini juga didukung karena orang tua lila tidak menggunakan instagram, sehingga lila bisa dengan bebas menampilkan apapun diinstagram sesuai dengan keinginan nya.

[90] Lila dalam wawancara 2 september 2018

Gambar 4.6 Insta story akun Instagram lila

Awalnya mungkin saya melihat bahwa lila memang merupakan seseorang yang berada dan memiliki kelebihan dalam segi materi seperti yang kita lihat pada gambar diatas menunjukan aktivitas dirinya ketika berada dibali dalam rangka liburan bersama temannya, kita melihat sosok dirinya yang ingin menampilkan kesan mewah dan juga pergaulan yang bebas ketika ia pergi kesuatu club malam dibali.

> *"Hee emm iyasih sempet ya dia minjem gitu.Ya intinya gitu sih kaya waktu itu dia liburan kebali yang setiap hari update di insta story bahkan story nya sampe banyak banget titik titik kecil gitu jadi kaya awkarin gitu kita juga kan ngeliat yang dia update gitu mewah kan ya, menunjukan kalo dirinya tuh orang kaya. Padahal dibalik itu semua mah dia gak begitu-begitu amat sampe duit minjem."*[91]

Pada liburannya tersebut, meily mengungkapkan bahwa ia izin kebunda pergi bersama meily dan teman yang lainya, namun pada saat itu meily memang sempat diajak dan ia tidak ikut lantaran waktunya yang dadakan. Meily juga mengungkapkan tindakan lila yang begitu maksa karena ada promo tiket pesawat murah dan ia rela meminjam uang pada temannya yang saat itu pergi bersamanya.

[91] Meily dalam wawancara 9 september 2018

Hampir sama seperti key informan pertama diatas, namun disini rian sebagai key informan yang kedua mengungkapkan bagaiamana dirinya menjaga kesan baik ketika berada dipanggung depan instagram dengan panggung belakangnya dalam mengelola kesan dengan teman.

> *"Jadi intinya citra yang gua bangun disini kalo dikehidupan aslinya gua tuh orangnya kaya lebih milih gitu ya, beda kaya di Instagram yang gua asik kepada semuanya dan welcome sama semuanya gitu mau dia baik mau dia buruk yang penting dia followers gua hahaha."*[92]

Dalam pengamatan peneliti yang melihat langsung aktivitas yang terjadi dengan diri informan, rian selaku key informan yang kedua merupakan seseorang yang pintar dalam mengelola kesannya diinstagram. Hal ini dilakukan rian dalam memupuk suatu kesan yang positif agar dirinya dapat diterima oleh khalayak akan suatu karya yang ia unggah kedalam akun instagram pribadinya. Ketika ia berada dalam media sosial instagram, rian berusaha bersikap baik kepada semua followersnya, jarang bagi dirinya tidak membalas semua komen atau DM terkait dengan pujian atau apapun yang diberikan oleh followers kepada dirinya. Hal ini dilakukan rian karena dirinya merasa sama-sama membutuhkan dimana followers membutuhkan konten creator dalam menonton video yang menghibur dan bermanfaat, sedangkan *creator* membutuhkan followers dalam meningkatkan eksistensi dirinya di media sosial instagram.

[92] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018

Ketika berada dipanggung belakang, sosok rian adalah seseorang yang pendiam dan sulit untuk bergaul. Dirinya menghabiskan waktu hanya untuk bekerja dan mengedit videonya tersebut. Tidak jarang ketika rian membuat video, video tersebut untuk *stock shoot* beberapa waktu kedepan. Tidak banyak sahabat yang rian miliki, hal ini dikarenakan memang sulitnya rian dalam berbaur dan rian merupakan seseorang yang sedikit pendiam saat berada pada panggung belakang.

> *"Iya gua orangnya selektif sih, jadi gua pilih mana yang baik dan mana yang engga. Pertama kali ketemu pasti ngerasa sih kaya wah gua cocok nih sama dia nih, dan gua nilai orang ini wah kayanya gak cocok nih sama gua nih, jadi gua agak ngurangin main sama dia atau gimana gitu sih*."[93]

Menurut pengamatan peneliti yang terjadi dilapangan kesenjangan yang terjadi antara panggung depan dan panggung belakang yang ada pada key informan kedua disini adalah tentang bagaimana perilaku dirinya di panggung depan sebagai panggung pertunjukannya, dan panggung belakang sebagai realitas dalam kehidupannya.

Terdapat beberapa hal yang berbeda disini antara panggung depan dan panggung belakang yang rian kelola dalam pengelolaan kesannya. Rian merupakan seseorang yang hyper aktif ketika berada dipanggung depan yaitu media sosial instagram, keaktifan rian disini ingin menunjukan bahwa dirinya merupakan seseorang yang humble, humoris, mempunyai banyak teman dan ingin karya nya dihargai atau diapresiasi dengan mendapatkan pujian serta followers yang bertambah untuk dirinya.

[93] Rian dalam wawancara 27 Agustus, 2018

Ketika berada di panggung belakang, aktifitas rian merupakan seseorang dengan kepribadian yang pendiam, berbicara seperlunya, dan ia mempunyai kebiasaan yang selektif dalam memilih teman. Hal ini berbeda sekali ketika kita lihat apa yang ada diinstagramnya rian dengan sikap yang ada pada kehidupan realitasnya.

Hal senada diungkapkan oleh amal sebagai informan pendukung dari rian mengenai presentasi diri yang rian tunjukan pada panggung depan dan panggung belakangnya.

> *"Rian itu kalo misalkan diinstagram dia pengen selalu nunjukin rian yang punya karya, rian yang sebagai konten creator vidgram kaya gitu, dan yang gue liat cara dia nampilin itu semua dengan jadi rian yang humble, humoris gitu sih. Tapi kalo dikehidupan aslinya yang gue liat dari rian tuh ya gitu orangnya cuek, sulit berbaur kalo misalnya gue bawa temen yang gak dia kenal, pendiem juga."*[94]

Amal juga mengungkapkan arti followers bagi rian merupakan segalanya dalam menentukan tolak ukur setiap konten yang ia unggah. Bahkan dalam mengelola kesanya yang seperti itu tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan jumlah followers yang ada pada akun Instagram pribadinya yang ia sendiri mendapatkan feedback berupa eksistensi dikalangan selebgram local lainnya dan juga pundi-pundi rupiah yang ia dapat dari banyaknya jumlah followers yang ada.

[94] Amal dalam wawancara 30 Agustus, 2018

"Penting banget haha, dia kalo udah bikin konten video gitu prosesnya harus terstruktur harus ya terniat gitu lah kalo menurut gue dan hasilnya juga emang bagus sih kalo menurut gue."[95]

Dalam kehidupan sehari-harinya rian merupakan seseorang yang pendiam, jarang sekali bagi dirinya welcome terhadap orang yang baru saja dikenalnya atau nongkrong bersama nya. Rian merupakan seseorang yang sangat selektif dalam memilih teman karena ia sadar mungkin waktu yang dihabiskan lebih banyak untuk mengedit suatu video ketimbang ia main bersama teman atau hangout sebagai mana mestinya remaja pada umumnya. Awalnya peneliti juga agak memiliki kesulitan untuk membuat dirinya terbuka akan suatu pertanyaan yang peneliti berikan, namun setelah dibantu dengan amal sebagai informan pendukung disini yang awalnya ia sungkan tetapi lama kelamaan ia menjadi terbuka dan memberikan jawaban sesuai dengan apa yang peneliti rasakan ketika berada dilapangan.

C. Pembahasan

Dalam pembahasan ini, peneliti akan menguraikan bagaimana hasil dari pengelolaan kesan yang dilakukan oleh selebgram lokal ketika berada dipanggung depan yaitu media sosial Instagram dan membandingkannya dengan apa yang peneliti temukan dalam observasi dilapangan kektika berada pada kehidupan sehari-hari informan yang peneliti teliti sebagai panggung belakangnya dengan mengacu pada rumusan masalah dan fokus penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya. Pada dasarnya setiap orang akan melakukan pengelolaan kesan

[95] Amal dalam wawancara 30 Agustus, 2018

sesuai dengan apa yang ia ingin tampilkan dipanggung depan sebagai panggung pertunjukannya, baik itu sangat berbanding terbalik dengan realitas kehidupan dipanggung belakang atau hanya terdapat sedikit perbedaan saja.

Instagram merupakan suatu tempat berlangsungnya proses pengelolaan kesan yang dilakukan oleh informan yang peneliti teliti. Instagram merupakan suatu aplikasi yang dapat dibilang untuk saat ini keberadaannya sebagai suatu krisis pembentukan kesan yang dilakukan oleh para pelaku Instagram untuk berlomba-lomba menaikan pamor akan keberadaan dirinya pada aplikasi tersebut, fenomena tersebut dikarenakan seiring perkembangannya waktu yang semula Instagram berfungsi sebagai media sosial untuk berbagi foto dan video yang bertujuan untuk dilihat oleh teman-teman kita, kini apa yang ditampilkan dalam aplikasi tersebut sudah menjadi apa yang ingin followers lihat maka pengguna Instagram tersebut berusaha untuk menampilkan yang followers inginkan, hal tersebut dilakukan agar sang *actor* atau *performer* yang kita kenal sebagai selebgram tersebut mendapat popularitas dan pengakuan akan suatu eksistensi dirinya dari pengguna Instagram lainnya.

1. **Penampilan panggung depan dan panggung belakang Selebgram local dalam perspektif Dramaturgi**

Dalam perspektif dramaturgi Goffman menyebut aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai "pertunjukan" (performance).[96] Seperti fenomena yang terjadi pada panggung pertunjukan yang peneliti teliti yaitu media sosial instagram, banyak orang yang memerankan dirinya layaknya seorang actor

[96] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Ramaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 113.

dalam media sosial tersebut sebagai panggung pertunjukannya yang bertujuan untuk mendapatkan pengakuan dari pengguna Instagram lainnya.

Pada key informan yang peneliti teliti yaitu Lila dan Rian, keduanya memulai terjun dalam dunia *entertaint* yang ada dimedia sosial Instagram dan dikenal banyak orang saat tahun 2015, dimana pada saat itu keduanya telah menggunakan Instagram secara aktif dan dapat memanfaatkan Instagram dengan baik sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Penampilan yang dilakukan oleh Lila sebagai key informan yang pertama pada panggung depan nya dimedia sosial Instagram, dirinya kerap kali menampilkan suatu kesan yang terlihat mewah dan *glamour* dalam akun Instagram pribadinya. Hal tersebut dilakukan lila karena dirinya merasa popularitas merupakan segalanya, ia menganggap suatu hal yang dapat meningkatkan popularitas dan meningkatkan jumlah followersnya, maka keberadaan dirinya semakin diakui oleh para pengguna Instagram lainnya.

Dalam memupuk kesannya pada panggung depan, lila juga sangat memperhatikan suatu penampilan dan gaya bahasa dalam menunjang suatu peran yang akan ia tampilkan pada panggung pertunjukannya. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan kesan” (impression management), yakni teknik-teknik yang digunakan actor

untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.[97]

Dalam mengelola kesannya tersebut, lila rela untuk menampilkan suatu kesan yang cenderung *negative* yang mengesankan dirinya *bad girl, glamour*, dan seakan memiliki pergaulan yang bebas hanya untuk dapat diakui oleh para *followersnya* sesuai dengan kepentingan pribadi yang sengaja ia buat dalam membentuk opini *followersnya* terhadap penilaian suatu *image* terhadap dirinya. Dalam melakukan pertunjukan tertentu actor mungkin harus mengabaikan standar lain (missal menyembunyikan hinaan, pelecehan, atau perundingan yang dibuat sehingga pertunjukan dapat berlangsung)[98] hal tersebut mungkin kerap kali lila rasakan hanya untuk mendapatkan tujuannya yaitu menjadi selebgram yang diakui oleh pengguna Instagram lainnya sebagai seseorang yang memiliki ekonomi berkecukupan, gaya hidup dengan pergaulan yang bebas, dan pendidikan formal sebagai fashion designer.

Berbeda dengan apa yang lila tampilkan pada akun pribadinya, Rian sebagai key informan yang kedua mengelola kesanya lebih kepada bagaimana menjaga *image* dirinya sebagai seorang selebgram yang memiliki kesan humble, mudah bergaul, ramah terhadap sesama, dan selalu berperilaku baik dalam panggung pertunjukan. Hal tersebut dapat dilihat dari apa yang ia tampilkan saat mengelola kesannya. Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan

---

[97] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Ramaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 113.
[98] George Ritzer-Douglas J.Goodman, Teori Sosiologi Modern, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004) hlm 298

identitas social bagi para actor.[99] Dalam mempresentasikan dirinya dipanggung depan, ia membangun kesan yang bertujuan untuk kredibilitas dirinya dalam memanfaatkan media social Instagram diakui oleh khalayak. Pengakuan terhadap dirinya didapatkan dengan cara berbagai macam prestasi yang telah ia dapatkan dalam memanfaatkan media sosial tersebut. Kondisi ideal, dipanggung depan akan berubah drastis dan tidak mungkin ditemukan dipanggung belakang. Cara mereka mempresentasikan diri di panggung depan penuh dengan *settingan* dan perencanaan yang matang. Kemampuan dalam mengelola kesan sangat dibutuhkan agar suatu penampilan dapat terjadi secara sempurna.

Aspek lain dalam dramaturgi dipanggung depan adalah bahwa *actor* sering berusha menyampaikan kesan bahwa mereka punya hubungan khusus atau jarak sosial lebih dekat dengan khalayak daripada jarak sosial yang sebenarnya.[100] Dalam hal ini Rian sebagai key informan yang kedua memposisikan dirinya untuk dapat memiliki hubungan emosional terhadap dirinya dengan *followersnya*, hal tersebut dilakukan Rian untuk terikat dekat dan menjaga relasi antara dirinya dengan *followers* nya.

Dalam realitas kehidupan panggung belakang, lila merupakan seorang anak yang berbakti pada orang tua dimana ia sering membantu bundanya berjualan dari pagi hingga siang. Saat peneliti melakukan observasi dalam aktivitas kesehariannya, lila juga merupakan seorang anak yang sederhana, tidak menampilkan kesan mewah dalam berbaur bersama teman untuk *hangout*. Hal

---

[99] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif*: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, PT. Ramaja Rosdakarya, Bandung, 2003, hlm 112.
[100] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Ramaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 114.

tersebut sangat berbeda dengan apa yang ia coba tampilkan dalam mempresentasikan dirinya pada media sosial Instagram sebagai panggung pertunjukan. Dalam lingkungan keluarga, lila juga merupakan seorang anak yang manja terhadap bundanya, hal tersebut peneliti sudah jelaskan pada hasil penelitian dimana dalam kasus tersebut apa yang peneliti lihat pada panggung depan sangat berbeda dengan realitas sosial yang terjadi dipanggung belakang.

Pada realitas panggung belakang dari key informan yang kedua, Rian merupakan salah satu selebgram yang sangat memperhatikan arti *followers* dalam hidupnya, menurutnya followers merupakan suatu tolak ukur dirinya dalam menentukan suatu konten seperti apa yang akan ia unggah dalam akun Instagram pribadinya. Berbeda dengan apa yang ditampilkan pada panggung depan, dalam beraktivitas sehari-hari rian merupakan seorang yang pendiam, sulit untuk berbaur dengan sesama, hal tersebut sangat berbeda dengan apa yang ditampilkannya dalam mempresentasikan dirinya disosial media.

2. Pangguh Tengah (*Middle Stage*)

Panggung tengah merupakan suatu panggung lain yang berbeda dengan panggung depan (*front stage*) maupun panggung belakang (*back stage*). Panggung tengah bisa juga disebut sebagai tahap transisi dari panggung belakang menuju panggung depan. Dalam tahap ini, seluruh actor yang ingin menampilkan suatu pengelolaan kesan yang terjadi dipanggung depan maka harus dipersiapkan terlebih dahulu dipanggung tengah (*middle stage*).

Dalam proses persiapan yang dilakukan oleh selebgram sebagai *actor* yang ingin tampil pada panggung pertunjukan yaitu Instagram, mereka harus

mempersiapkan berbagai macam hal yang menunjang pengelolaan kesannya saat berada dipanggung depan. Hal tersebut hampir mirip dengan setting yang ia gunakan saat berada dipanggung depan yakni situasi fisik yang harus ada ketika actor harus melakukan pertunjukan. Namun perbedaanya adalah, Panggung tengah merupakan sebuah panggung lain diluar panggung resmi saat sang actor mengkomunikasikan presentasi diri, yakni panggung depan (front stage) saat mereka beraksi didepan khalayak tetapi juga diluar panggung belakang (back stage) saat mereka mempersiapkan pesan-pesannya.[101] Keduanya memang sama-sama suatu hal penunjang untuk menghiasi keindahan teatrikal yang terjadi pada panggung pertunjukan.

Pada diri lila sebagai selebgram local yang peneliti teliti disini, suatu hal yang dapat menunjang penampilannya ketika berada dipanggung pertunjukan sangatlah diperhatikan. Hal tersebut peneliti rasakan ketika melakukan observasi dilapangan dimana ia mempersiapkan semuanya dipanggung tengah (*middle stage*) untuk menunjang penampilannya di panggung depan (*front stage*). Dalam mempersiapkan dirinya, peneliti melihat bagaimana ia melakukan tahap persiapan seperti edit foto, make up, serta kostum yang ia lakukan dipangguh tengah (*middle stage*). Dalam tahap edit foto, lila sangat memperhatikan *detail-detail shoot* yang diunggah kedalam Instagram pribadinya. tidak hanya itu ia juga sangat selektif dalam pemilihan foto yang menurut nya baik untuk diunggah keinstagram sesuai dengan pengelolaan kesan yang ia butuhkan untuk *followers* menilai dirinya. Pada setiap foto yang ia unggah, dirinya menggunakan berbagai macam aplikasi edit

[101] Dedy Mulyana,Metodologi Penelitian Komunikasi. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008) hlm.58

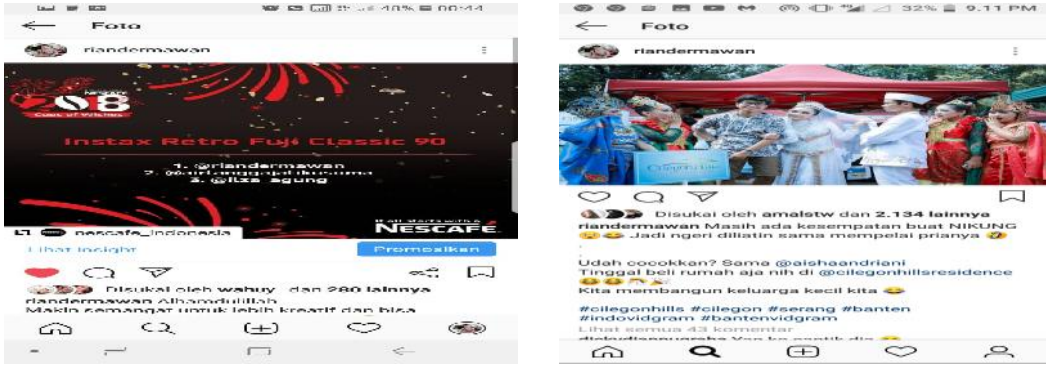
foto seperti photoshop, dan filter yang tersedia pada fitur Instagram. Kamera yang digunakan dalam pengambilan foto disini ia memakai kamera Mirrorless Canon M3. Menurutnya kamera tersebut cukup kecil dan mudah dibawa kemana-mana.

Gambar 4.7 *Feed* akun Instagram lila

Selain foto yang ia persiapkan di panggung tengah (*middle stage*), ia juga tak lupa dengan mempersiapkan make up yang ia gunakan saat tampil dipanggung pertunjukan. Dipanggung tengah ia mempersiapkan *make up* yang menurut dirinya *se-natural* mungkin. Menurutnya, make up yang minimal harus ia gunakan saat dirinya foto shoot untuk diunggah pada akun Instagram pribadinya yaitu liptint, bedak, maskara, dan *eyeliner*. Sedangkan untuk softlens ia hanya menggunakan di saat-saat tertentu saja sesuai dengan kebutuhan.

Ada sedikit perbedaan yang dipersiapkan dipanggung tengah antara informan yang pertama yaitu lila dengan informan yang kedua yaitu rian. Dalam tahap edit fotonya rian lebih sering menggunakan aplikasi *lightroom* yang tersedia di *playstore* dan digunakan di *hand phone* nya saja. Dari observasi yang peneliti lakukan dengan rian, dirinya menggunakan software dilaptop hanya untuk

edit video saja. Untuk foto ia lebih sering gunakan aplikasi yang ada pada *play store* lalu di filter ulang dengan fitur yang ada diinstagram. Dalam proses *editing video* yang terjadi dipanggung tengah, rian mempersiapkan suatu konten video menggunakan *software adobe premier* dan *adobe after effect*. Rian merupakan seseorang yang tekun dan perfeksionis, hal ini terbukti dengan konsisten nya ia dalam mengunggah tiap konten yang ada pada akun Instagram pribadinya, serta banyak menorehkan banyak prestasi dan *endorse* yang ia dapat dari memanfaatkan media sosial Instagram.



Gambar 4.8 *Feed* akun Instagram Rian

Untuk kamera yang rian gunakan saat mengabadikan foto dan menggunakanya dalam proses pembuatan video yaitu DSLR Canon 700D. Dalam proses pengambilan gambar tersebut, rian mengakui bahwa ia masih memilih menggunakan kamera DSLR karena kualitas yang lebih baik dan lebih awet dari pada mirrorless. Kamera DSLR juga lebih mudah untuk di upgrade dan lebih murah dibandingkan dengan Mirrorless.

3. Pengelolaan Kesan Sebagai Kebutuhan Selebgram dalam Membangun Eksistensi Diri dan Popularitas

Dalam suatu fenomena yang terjadi pada media sosial Instagram sebagai *stage* dalam menampilkan suatu pertunjukan yang ingin ditunjukan oleh *performer* atau *selebgram* dalam menampilkan suatu kesan dimana pada situasi disini seseorang yang ingin tampil dalam suatu panggung pertunjukan yang dapat meekspresikan dirinya sesuai keinginan sang *actor* atau *performer* maka individu tersebut akan melakukan suatu proses dimana dia akan menseleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan untuk mencapai suatu kepentingan dan tujuan individu tersebut.

Apa yang ada pada media sosial Instagram, melakukan suatu proses pengelolaan kesan merupakan suatu hal yang lumrah terjadi dalam meraih suatu kepentingan pribadi yang bisa didapat dalam media sosial tersebut. Banyak cara dalam melakukan pengelolaan kesan untuk dapat merubah perilaku sesuai dengan apa yang diinginkan *performer* dalam menampilkan kesan guna mendapat dan mengikat followers sebanyak banyaknya.

Suatu proses pengelolaan kesan merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh mereka sebagai *actor* atau *performer*, dalam menampilkan suatu kesan yang berada dipanggung depan mereka harus tau keinginan *audience* hal seperti apa yang mereka suka dan dapat mendatangkan feedback tersendiri kepada actor tersebut. Berikut adalah beberapa fitur instagram yang *selebgram* gunakan ketika berada dipanggung pertunjukannya.

1. Pengikut / *Followers*

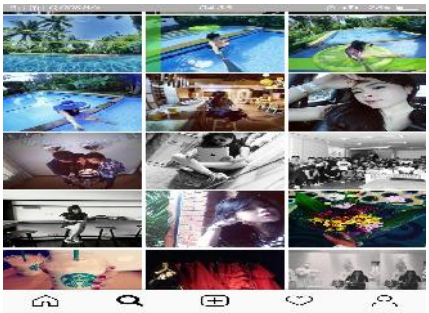
   Dari kedua selebgram lokal yang peneliti teliti, keduanya sangat memperhatikan arti followers pada akun Instagram pribadi mereka. Tidak jarang followers menjadikan tolak ukur bagi mereka untuk mengunggah konten seperti apa yang akan ditampilkan dalam akun pribadinya.

2. Unggah Foto

   Fitur pengunggah merupakan salah satu fitur yang paling utama dari media social instagram. Dalam mengunggah foto, subjek yang peneliti teliti sangat berlomba-lomba dalam menghiasi *feed* pada akun pribadi masing-masing. Mereka percaya, semakin baik kualitas foto yang mereka unggah maka semakin banyak pula pengikut yang bertambah setiap harinya.

3. Efek foto

   Efek foto merupakan fitur pendukung dalam tiap unggahan foto yang dilakukan oleh para pelaku Instagram. Dengan efek foto yang tersedia, memudahkan bagi para pengguna untuk mengkoreksi dan menyunting foto sebelum diunggah.



Gambar 4.9 *Feed* akun Instagram *key* Informan

Dilihat dari hasil unggahan informan yang diteliti, keduanya lebih sering *mengedit* foto mereka menggunakan *software photoshop* atau *lightroom* dan jarang menggunakan efek foto yang ada dimedia social Instagram. Hal tersebut dikarenakan hasil yang didapat lebih bagus dibandingkan dengan mengedit foto menggunakan efek yang ada diinstagram.

4. Judul Foto / Nama Foto

   Judul foto atau caption merupakan hal yang tidak kalah penting dalam menunjang suatu pengelolaan kesan yang dilakukan oleh para selebgram. Dalam mempresentasikan dirinya, judul foto merupakan komunikasi verbal yang dilakukan oleh informan dalam memupuk kesan dari sisi gaya Bahasa penulisan. Selebgram dapat menulis seuai dengan keinginannya untuk memperoleh kepentingan atau tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

5. Publikasi kegiatan sosial (#/ *hashtag)*

   Kegiatan publikasi yang dilakukan oleh para selebgram antara lain dengan cara membagikannya postingan mereka kepada aplikasi lainnya seperti

facebook, twitter, dan yang lainnya. Hal ini bertujuan untuk mempromosikan dirinya tidak hanya dari satu media yaitu Instagram. Dengan membagikannya keseluruh sosial media yang dimiliki, maka tingkat popularitas yang diperoleh semakin baik. Dengan fitur hashtag yang ada di Instagram segala macam kegiatan kita muncul dipencaharian general sesuai dengan caption yang kita gunakan pada hashtag.

Kebutuhan akan suatu pengelolaan kesan bagi selebgram tidak terlepas dari tujuan mereka sebagai *endorser*, tidak dapat dipungkiri mencari pundi-pundi rupiah merupakan salah satu dari tujuan mereka yang ingin mereka dapatkan dari memanfaatkan media sosial Instagram. Menurut Shimp (2007:304) Beberapa atribut sebagai endorser yaitu harus dapat dipercaya, memiliki keahlian, daya tarik, kualitas dihargai, serta memiliki kesamaan dengan *audiens* yang dituju.[102] Dari kedua selebgram lokal yang peneliti teliti, beberapa atribut yang ada pada diri mereka masing-masing antara lain memiliki keahlian yang ditampilkan oleh informan yang kedua, daya tarik bagi informan pertama, kualitas ingin dihargai yang ada pada diri informan yang kedua, dan *similarity* atau kesamaan dengan audiens yang dituju merupakan ada dalam diri kedua informan yang diteliti.

Dalam menampilkan karyanya tersebut, suatu pengelolaan kesan sangat dibutuhkan untuk dirinya dalam menampilkan suatu *image* yang positif terhadap *audience* sebagai target pasar suatu konten yang diunggah. Dalam mengelola kesannya tersebut Rian bersikap seolah-olah dirinya memiliki kepribadian yang *friendly* dalam arti mudah bergaul, humoris, dan baik hati agar tidak terkesan

[102] Terrence A Shimp, *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (Jakarta: Salemba Empat 2007), hlm. 304.

sombong. Dalam penampilannya dipanggung depan apakah seorang *performer* jujur ingin menyampaikan kebenaran atau apakah seorang performer tidak jujur ingin menyampaikan kepalsuan, keduanya harus berhati-hati menghiasi pertunjukan mereka dengan ekspresi yang sesuai, menghindari ekpresi yang mungkin mendeskriditkan kesan yang diperoleh dan berhati-hati agar khalayak tidak memberikan makna yang tidak dimaksudkan.[103]

Dilihat dari sudut pandang penulis sebagai peneliti dalam mengobservasi kegiatan dilapangan dan sosial media *key* informan yang diteliti. Untuk key informan yang pertama yaitu Lila, peneliti melihat dirinya dalam memanfaatkan media sosial Instagram hanyalah untuk ajang eksistensi diri semata, dan daya tarik dari dirinya diakui oleh pengguna Instagram lainnya sebagai popularitas yang ia dapatkan dari media sosial Instagram. Sedangkan untuk rian sebagai key informan yang kedua, dilihat dari apa yang ia tampilkan dan observasi peneliti dilapangan, rian memanfaatkan media sosial Instagram untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah dan tidak menutup kemungkinan untuk popularitas semata.

Dari berbagai macam tujuan tersebut, para actor atau performer mengelola kesan nya masing-masing sesuai dengan kebutuhannya dalam mendapatkan tujuan tersebut. Menurut Goffman, bahwa umumnya orang-orang berusaha menyajikan diri mereka yang diidealisasikan dalam pertunjukan mereka dipanggung depan, mereka merasa bahwa mereka harus menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukannya.[104]

---

[103] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Ramaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 113.
[104] Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT. Ramaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm 116.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengelolaan Kesan Selebgram Lokal Dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram “Studi Dramaturgi Selebgram Lokal Dikota Cilegon” Penulis menemukan beberapa kesenjangan sosial yang terjadi antara panggung depan dalam media sosial Instagram dengan realita kehidupanya dipanggung belakang. Maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pengelolaan kesan yang terjadi pada key informan yang pertama yaitu Lila, terdapat kesenjangan sosial atau ketidak sesuaian antara apa yang ia tampilkan dalam panggung depan yaitu media sosial Instagram, dengan panggung belakang dalam realitas kehidupannya. Hal tersebut peneliti temukan saat observasi dimana kesan mewah dan *glamour* yang berusaha lila presentasikan dalam membangun karakter dirinya dimata followers, berbanding terbalik dengan realitas hidupnya dipanggung belakang yang sangat sederhana. Dalam lingkungan keluarga juga Lila merupakan anak yang manja terhadap orang tuanya, sangat jelas terlihat berbeda dengan apa yang ada pada panggung pertunjukannya yang selalu tampil *bad girl*, memiliki pergaulan yang bebas, serta *humble* terhadap sesama.

2. Proses pengelolaan kesan yang terjadi pada key informan yang kedua yaitu Rian, terdapat kesenjangan sosial atau ketidak sesuaian antara apa yang ia tampilkan dalam panggung depan yaitu media sosial Instagram dengan panggung belakang sebagai realitas kehidupannya. Dalam hal ini rian mempresentasikan dirinya sebagai selebgram yang tidak sombong, peduli terhadap sesama, dan hal tersebut rian lakukan dengan cara mengelola kesannya agar dirinya mudah bergaul dengan followers, menyapa dan bersikap sok kenal dengan seseorang yang tidak dikenalnya dimedia sosial Instagram. Dalam realitas kehidupannya rian merupakan seseorang yang pendiam dan sulit untuk bergaul, berbeda dengan *hyper* aktif nya perilaku rian yang ia lakukan dalam panggung depan, pada kenyataan nya ia lebih cenderung seperti seseorang introvert yang sulit untuk berbaur dengan orang yang baru saja dikenal nya, serta selektif dalam memilih teman.
3. Proses pengelolaan kesan yang dilakukan oleh kedua subjek yang diteliti disini untuk mendapatkan keinginan dalam memanfaatkan Instagram sesuai dengan kepentingannya masing-masing. Dalam diri lila peneliti menemukan adanya keinginan dari dirinya dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk dapat menjadikan dirinya sebagai ajang eksistensi diri serta mendapatkan popularitas dan

pengakuan dari pengguna Instagram lainnya. Sedangkan untuk rian, peneliti menemukan adanya keinginan dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk dirinya sebagai mendapatkan pundi-pundi rupiah dari hasil endorse beberapa produk serta popularitas yang didapatkan dari jumlah followers yang ada, oleh karena itu rian sangat mementingkan arti sebuah followers, menurutnya followers meupakan suatu tolak ukur bagi dirinya dalam menampilkan suatu konten tertentu.

B. Saran

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan bisa dipergunakan dalam keperluan keilmuan dalam bidang akademik. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka saran teoritis yang dapat peneliti berikan kepada peneliti lain yang ingin melakukan penelitian mengenai pengelolaan kesan selebgram lokal dalam memanfaatkan media sosial Instagram pada studi dramaturgi selebgram local dikota cilegon adalah sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

1. Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang memiliki karakteristik yang sama, penulis menyarankan untuk melakukan observasi secara mendalam sekaligus kajian literature yang berfokus pada penelitian sebelumnya mengingat buku teks yang khusus membawahi studi dramaturgi dalam ranah komunikasi sangat terbatas.

2. Penelitian ini mengambil subjek penelitian yang sangat terbatas dalam pendekatan kualitatif. Diharapkan untuk peneliti lain yang mengambil subjek yang sama berkaitan dengan selebgram dan menggunakan teori Dramaturgi, untuk lebih memperdalam tahap persiapan (*middle stage*).

2. Saran Praktis

1. Kepada selebgram local khususnya dikota serang-cilegon, tampilkan lah suatu kesan yang positif dalam media sosial Instagram mulai dari tutur Bahasa,pakaian, serta tingkah laku kalian. Karena dengan jumlah followers yang kalian miliki dapat dikatakan kalian merupakan salah satu influencer bagi pengguna Instagram lainnya.
2. Tampilkan suatu karya yang dapat membuat pengguna Instagram lainnya termotivasi dengan karya yang kalian buat, manfaatkan sebaik mungkin media sosial sebagai mana mestinya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini penulis telah banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya :

1. Bapak Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Ibu Dr. Rahmi Winangsih, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta.
3. Bapak Dr.Ing. (FH) Rangga Galura Gumelar M.Si selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas waktu, kesempatan, kesabaran, bimbingan dan arahannya yang sangat berarti bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Husnan Nurjuman, S.Ag.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas waktu, kesempatan, kesabaran, bimbingan dan arahannya yang sangat berarti bagi penulis.
5. Bapak Ari Pandu Witantra, S.Sos selaku pembimbing akademis, terima kasih atas arahan dan bimbingan yang selama ini diberikan dari semester awal hingga semester akhir.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Fisip Untirta yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis. Semoga ilmu yang telah diberikan dapat menjadi ilmu yang bermanfaat.

7. Seluruh staf karyawan FISIP Untirta yang melayani kepentingan penulis dalam berbagai hal untuk memperlancar jalannya perkuliahan dan penyusunan skripsi.
8. Mama dan papa tersayang, yang dalam setiap doanya selalu menyelipkan nama penulis. Darah, keringat, dan air mata papa dan mama selalu menjadi kekuatan penulis untuk terus melangkah dalam keadaan sulit. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, kepercayaan, ketulusan, hingga nasehat yang membuat penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak tersayang, yang selalu mendukung penulis dengan cara yang berbeda. Segala dukungan moril maupun materil, omelan, hingga kasih sayang sangat berarti bagi penulis. Hanya kata-kata 'maaf dan terima kasih' yang mampu penulis ucapkan untuk membalas segalanya.
10. Lila Darwis & Rian Dermawan, terima kasih atas segala informasi, bantuan dan waktu yang telah diberikan. Kalian luar biasa karena dapat memanfaatkan media sosial instagram dengan baik sesuai dengan kebutuhan masing-masing.
11. Siti Meily Khanzaruslan & Amalia Setiawati, Terimakasih kasih atas segala informasi, bantuan dan waktu yang telah diberikan sebagai data pendukung yang peneliti butuhkan dalam penyusunan Skripsi ini.
12. Galin Mario Bimantara & Siti Rofikoh sahabat terbaik penulis, atas segala bantuan dan semangat yang selalu diberikan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah memberikan saran dan dukungannya selama pengerjaan skripsi ini.

13. Ferdinand Putra, atas saran, waktu, doa, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
14. Teman-teman mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Untirta angkatan 2013.
15. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini, baik itu berupa saran, do'a, maupun dukungan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih semuanya

DAFTAR PUSTAKA

Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi penelitian kualitatif.* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya

Brogan, Chris. 2011. *Social Media: Tactic and Tips to Develop your Business Online*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

McQuail. Denis. 2008. *Teori Komunikasi Massa.* Jakarta: Erlangga

Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial.* Jakarta: Prenadamedia Group

_____. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.

A Shimp, Terence. 2007. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)* Jilid I, edisi Terjemahan. Jakarta : Erlangga

_____. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT. RemajaRosdakarya.

Ritzer, George. Douglas J. Goodman, *Dari Sosiologi klasik sampai perkembangan terakhir postmodern* . 2012. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Belch, G.E and M.A. Belch. 2004. *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Commnunications Perspective*, Sixth Edition, The McGraw Hill/Irwin: New York

Dominick, Joseph R. 2002. *The Dynamic Mass Communiaction: Media In The Digital Age*, 7th Edition. New York: The Mc Graw-Hill Companies

Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju

_____-. 2001. *Ilmu Komunikasi Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi penelitian kualitatif.* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

_____- 2002. *Metodologi penelitian kualitatif.* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Hidayat, Dedy Nur. 1999. *Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi.* Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol III.

Arifin, Zainal 2011. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

_____-.2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sanjaya, Wina. 2011. *Model-Model Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara

Sutopo. H.B. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif.* Surakarta: UNS

Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya.* Bogor: Ghalia Indonesia

Ruslan, Rosady. 2008. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Bogdan, Biklen. 1982. *Pengantar Studi Penelitian.* Bandung: PT. Alfabeta

Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi penelitian kualitatif.* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Sumber-sumber lain:

Suardi, "Antara Media Sosial Dengan Komunikasi Politik": diakses dari http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/2516/1596. Pada tanggal 7 September 2017 pukul 22:14

Bambang Priyo Jatmiko, "Menjadi Miliarder berkat Instagram": Diakses dari http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2017/04/19/101024326/menjadi.miliarder.berkat.instagram. Pada tanggal 7 September 2017 pukul 23.34

Reska K. Nistanto, Deliusno "Sehari, 100 Juta Orang Tonton Video Instagram Stories", CNET: diakses dari http://tekno.kompas.com/read/2016/10/07/11350027/sehari.100.juta.orang.tonton.video.instagram.stories Pada tanggal 8 September 2017 pukul 00.31

Nimba, "Apa itu media sosial ", http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/, diakses pada tanggal 9 Februari 2018 pukul 1:35

Artikelsiana,"Pengertian Media Sosial Menurut para Ahli",

http://www.artikelsiana.com/2017/09/pengertian-media-sosial-fungsi.html, pada tanggal 12 Februari pukul 2:12

Anshar Tawaulu, "Peran Media Sosial Dalam Membentuk Karakter Generasi Muda", https://www.kompasiana.com/pojokjalan/59b81bc6830de00acf4b98f2/peranan-media-sosial-dalam-membentuk-karakter-generasi-muda, pada tanggal 12 Februari 2018 pukul 2:32

Lina Indriyani, "Makalah Sosial Instagram", http://linaindri.blogspot.co.id/2015/01/makalah-sosial-media-instagram.html, pada tanggal 12 Februari 2018 pukul 2:58

Bambang Priyo Jatmiko, “Menjadi Miliarder berkat Instagram”, http://ekonomi.kompas.com/read/2017/04/19/101024326/menjadi.miliarder.berkat.instagram, , pada tanggal 12 Februari 2018 pukul 3:03

https://www.academia.edu/9730116/Komunikasi_verbal_dan_non_verbal. Diakses pada tanggal 23 Januari 2018, pukul 01:50

Tri Susanto Setiawan, “Menguak Layar Bisnis Selebgram”, https://vik.kompas.com/selebgram/, pada tanggal 23 Januari 2019 pukul 16:05

LAMPIRAN A

Pedoman Wawancara Key Informan

- Judul Skripsi :Studi Dramaturgi Selebgram Lokal dalam memanfaatkan Instagram melalui pengelolaan kesan (Studi Kasus Pengelolaan Kesan)

- Fokus Wawancara : Front Stage (Panggung Depan) Selebgram Lokal Back Stage (Panggung Belakang) Selebgram Lokal

➢ **Data Umum**

1. Sejak kapan anda tertarik untuk menggunakan aplikasi Instagram ?
2. Apa alasan anda menggunakan aplikasi instagram ?
3. Menurut anda, Instagram itu aplikasi yang bagaimana ? apa yang unik dari instagram ?
4. Apa pendapat anda tentang selebgram yang saat ini keberadaan nya semakin eksis diinstagram ?
5. Apa pendapat anda Melihat fenomena yang terjadi dikalangan remaja saat ini dimana Instagram sudah menjadi ajang eksistensi diri?
6. Jenis kamera yang seperti apa yang anda gunakan dalam mengabadikan gambar saat ingin diunggah diinstagram?

- **Pertanyaan untuk focus wawancara: Fronst Stage(Panggung Depan)**

1. Apa yang melatarbelakangi anda untuk menjadi selebgram local ?
2. Menurut anda, seberapa penting arti followers dalam akun Instagram pribadi anda ?
3. Treatment khusus seperti apa yang anda lakukan saat ingin mengunggah foto di akun Instagram pribadi anda?
4. Apa pendapat anda tentang efek foto yang ada di fitur Instagram?
5. Seberapa penting anda menandai teman anda dengan arroba (et/@) saat moment bersama dan diunggah kedalam instagram ?
6. Menurut anda aktivitas yang seperti apa saja yang wajib diunggah dimedia sosial Instagram dan kegiatan keseharian apa saja yang sebaiknya tidak perlu dipublish diinstagram?
7. Apakah ada perbedaan cara atau gaya Bahasa yang dilakukan anda di Instagram dengan realitas kehidupan anda dalam bersosialisasi?
8. Bagaimana peralatan yang anda gunakan saat ingin mengekspresikan diri dalam hal penampilan yang akan anda unggah ke media sosial Instagram?

- **Pertanyaan untuk focus wawancara: Back Stage (Panggung Belakang**)

1. Ada hal lain tidak yang melatar belakangi alasan anda mengapa anda memilih menjadi selebgram local ?
2. Bagaimana perilaku anda ketika berada didalam rumah dengan keluarga?
3. Bagaimana karakter yang anda tunjukan dalam bersosialisasi di lingkungan rumah?
4. Dalam kehidupan sehari-hari apakah anda mengedepankan hal-hal yang mewah selayaknya apa yang anda tampilkan seperti make up, pakaian, ekspresi wajah, gestur, dan hal lainnya seperti dimedia sosial Instagram?
5. Apa profesi anda selain aktifitas yang anda lakukan di media sosial Instagram?
6. Bagaimana karakter yang anda tunjukan dalam bersosialisasi dengan teman?
7. Menurut anda, citra yang seperti apa yang digunakan saat berbaur dengan keluarga atau sahabat terlepas dari apa yang ada diinstagram?

- **selebgram**

1. Bagaimana cara anda dalam mengindentifikasi diri anda sebagai selebgram?
2. Adakah tujuan anda sebagai selebgram untuk mendapat pundi-pundi rupiah dari endorse berbagai macam produk ?
3. Sebagai seorang selebgram yang memiliki jumlah followers banyak, apakah anda mencoba untuk membangun kepercayaan followers anda terhadap anda bahwa anda itu memiliki gaya hidup seperti yang anda tunjukan di feed Instagram anda ?
4. Sebagai seorang selebgram yang memiliki jumlah followers yang banyak, apakah anda mencoba untuk membangun kepercayaan followers anda terhadap keahlian anda seperti yang anda tunjukan di feed Instagram anda?
5. Jika anda pernah meng endorse beberapa produk, menurut anda apakah anda memiliki kesamaan dengan audiens yang anda tuju sebagai endorser brand suatu produk tersebut?
6. Sebagai selebgram yang memiliki puluhan atau ratusan feed, adakah keinginan anda dalam menampilkan kesan tersebut sebagai daya tarik dan ingin dihargai ?
7. Bagaimana proses anda untuk dapat menjadi selebgram local ?

- **Impression management**

1. Pengelolaan kesan seperti apa yang anda tampilkan di akun media sosial pribadi anda untuk mendapatkan banyak followers seperti sekarang ini?
2. Apa yang ingin anda tampilkan di media sosial instagarm terkait dengan penampilan anda yang ada didalamnya ?
3. Citra apa yang ingin ditampilkan oleh diri anda kepada followers anda dimedia sosial Instagram ?
4. Apa tujuan anda menampilkan kesan tersebut di Instagram ?
5. Bagaimana proses yang anda lakukan dalam menampilkan kesan tersebut diinstagram?

PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG 1 (MEILY)

- Judul Skripsi : Studi Dramaturgi Selebgram Lokal dalam memanfaatkan Instagram melalui pengelolaan kesan (Studi Kasus Pengelolaan Kesan)

- Fokus Wawancara : Front Stage (Panggung Depan) Selebgram lokal
  Back Stage (Panggung Belakang) Selebgram lokal

➢ **Data Umum**

1. Apa pendapat anda tentang selebgram yang saat ini keberadaan nya semakin eksis diinstagram ?
2. Apa pendapat anda melihat fenomena yang terjadi dikalangan remaja saat ini dimana Instagram sudah menjadi ajang eksistensi diri ?
3. Sejak kapan anda mengenal Lila ?
4. First impression melihat Lila seperti apa ?
5. Dari awal hingga sekarang anda mengenal Lila, menurut anda Lila itu orang yang seperti apa ?

➢ **Frons stage & Impression management**

1. Menurut sepengetahuan anda sebagai sahabat dekat lila, seberapa penting arti followers untuk dirinya ?

2. Dari sudut pandang anda sebagai informan pendukung disini, citra seperti apa yang berusaha lila tampilkan menurut anda dimedia sosial Instagram ?
3. Benarkah lila tidak begitu memperhatikan makeup dan hanya tampil seadanya saat dimedia sosial Instagram?
4. Dari apa yang anda lihat tentang akun Instagram lila, apakah semua konten yang diunggah lila semuanya hal yang positif baik dari insta story maupun feed instagramnya ?
5. Menurut anda, bagaimana gaya Bahasa atau retorika yang lila tunjukan diakun Instagram pribadinya ?
6. Menurut meily lila itu tipe orang yang suka panjat sosial gak sih diinstagram? Soalnya saat gua wawancarai dia, lila bilang bahwa dia lebih sering menaikan drajat seseorang dengan cara nge tag nama temenya dan dipromosikan di akun pribadi lila, dia bilang tidak mungkin untuk seorang gue (lila) manjat sosial.
7. benarkah apa yang ditampilkan lila dalam aplikasi instagram sama halnya dengan kehidupan sehari-harinya ? apa ada perbedaan lain menurut meily sendiri ?
8. pernahkah meily meilihat diakun Instagram pribadi lila melihat lila mengunggah video tutorial memasak atau semacamnya ?
9. apakah benar lila tidak pernah mengunggah suatu hal yang emosional saat dirinya sedang marah ?
10. menurut meily sendiri, apa tujuan lila sebenarnya menampilkan hal tersebut diakun Instagram pribadinya?

- **Backstage**

1. Terlepas dari apa yang ada di Instagram saat anda bergaul atau bersosialisasi dengan lila secara langsung, lila itu tipe orang yang bagaimana ?
2. Adakah perbedaan sikap dan perilaku yang ada diinstagram dengan kehidupan aslinya lila yang anda ketahui sebagai teman dekatnya lila ?
3. Menurut anda, bagaimana sifat lila dalam bersosialisasi dirumah dan lingkungan teman-temannya? Benarkah ia tidak pernah menjaga image dalam arti selalu terlihat apa adanya ?
4. kesan apa yang lila tunjukan dilingkungan teman-temannya ? dan bagaimana menurut meily citra lila diinstagram ?
5. Saya sebagai peneliti yang memantau aktivitas lila diinstagram melihat apa yang lila tampilkan semua terkesan mewah mulai dari dia hangout,cara berpakaian, bahkan sampai dia makan pun jarang sekali dicafe saya melihat lebih sering direstaurant. Apa benar keseharian lila lebih sering mencari makan direstaurant dibanding makan dirumahnya sendiri?
6. Apa profesi lila saat ini yang mely ketahui ? apakah benar dia seorang desainer?
7. menurut meily, lila itu tipe orang yang ribet gak saat sedang menyiapkan suatu hal baik dirinya maupun atribut lainnya saat proses ingin diunggah ke Instagram? Bisa berikan contohnya ?

8. apa benar lila tipe orang yang easy going dan punya banyak teman ?
9. bagaimana menurut penilaian meily dalam mengindentifikasikan lila sebagai selebgram local dan sahabat dalam pertemanan ?
10. Menurut anda dari ke 5 atribut seseorang yang pantas menjadi selebgram seperti dapat dipercaya, memiliki keahlian, daya Tarik, kualitas dihargai, dan memiliki kesamaan dengan audience, sikap manakah yang ada dalam diri lila menurut anda ?

PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG 2 (AMAL)

- Judul Skripsi : Studi Dramaturgi Selebgram Lokal dalam memanfaatkan Instagram melalui pengelolaan kesan (Studi Kasus Pengelolaan Kesan)

- Fokus Wawancara : Front Stage (Panggung Depan) Selebgram lokal
  Back Stage (Panggung Belakang) Selebgram lokal

➢ **Data Umum**

1. Apa pendapat anda tentang selebgram yang saat ini keberadaan nya semakin eksis diinstagram ?
2. Apa pendapat anda melihat fenomena yang terjadi dikalangan remaja saat ini dimana Instagram sudah menjadi ajang eksistensi diri ?
3. Sejak kapan anda mengenal rian ?
4. First impression melihat rian seperti apa ?
5. Dari awal hingga sekarang anda mengenal rian, menurut anda rian itu orang yang seperti apa ?

➢ **Frons stage**

1. Menurut sepengetahuan anda sebagai sahabat dekat rian, seberapa penting arti followers untuk dirinya ?
2. Pernahkah anda melihat perjuangan rian dalam mendapatkan followers ? contoh yang pernah anda lihat seperti apa?
3. Dari sudut pandang anda sebagai informan pendukung disini, citra seperti apa yang berusaha rian tampilkan menurut anda dimedia sosial Instagram?

4. Apakah anda pernah diajak kolaborasi dengan rian dan diunggah di feed Instagram pribadinya ?
5. Dari apa yang anda lihat tentang akun Instagram rian, apakah semua konten yang diunggah rian semuanya hal yang positif baik dari insta story maupun feed instagramnya ?
6. Menurut anda, bagaimana gaya Bahasa atau retorika yang rian tunjukan diakun Instagram pribadinya ?
7. Dari feed video dan foto yang rian unggah, pernahkah anda melihat komen negative dari netizen/followers terhadap rian ?

- **Backstage**

1. Saat anda diajak kolaborasi dengan rian, menurut anda rian tipe orang yang seperti apa dikehidupan aslinya terlepas dengan yang ada dimedia sosial Instagram ?
2. Saat anda diajak kolaborasi dengan rian, adakah bagian fee khusus antara anda dengan nya layaknya talent yang dibayar dalam suatu produksi film ?
3. Adakah feedback khusus yang terjadi selama anda mengenal rian ?
4. Saat anda bergaul atau bersosialisasi dengan rian secara langsung, rian itu tipe orang yang bagaimana ?
5. Adakah perbedaan sikap dan perilaku yang ada diinstagram dengan kehidupan aslinya rian yang anda ketahui sebagai teman dekatnya rian ?
6. Menurut anda, bagaimana sifat rian dalam bersosialisasi dirumah dan lingkungan teman-temannya? Benarkah rian selalu menjaga image ?

7. Citra apa yang rian tunjukan dilingkungan teman-temannya ? dan bagaimana menurut amal citra rian diinstagram ?
8. Benarkah rian tipe orang yang selektif dalam memilih teman ?
9. Menurut anda, benarkah tujuan rian dalam menggunakan Instagram sebagai ajang eksistensi diri dan bertujuan untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah dari endorse ?
10. Menurut anda dari ke 5 atribut seseorang yang pantas menjadi selebgram seperti dapat dipercaya, memiliki keahlian, daya Tarik, kualitas dihargai, dan memiliki kesamaan dengan audience, sikap manakah yang ada dalam diri rian menurut anda ?

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN UTAMA 1

Informan Utama 1

Tanggal Wawancara : 2 September, 2018

Tempat Wawancara : Salah satu caffe dicilegon

Identitas Informan Utama 1

Nama : Lila

Umur : 24 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Riwayat Pendidikan : - SMA AL-ISHLAH Cilegon

- Lasalle Collage Jakarta Indonesia

Pekerjaan : Fashion Designer

Kode Informan : L

Hasil Wawancara

- **Data Umum Mengenai Instagram**

1. Sejak kapan anda tertarik untuk menggunakan aplikasi Instagram ?

L **:** *Sejak gue bosan dengan twitter tepatnya sekitar tahun 2013an gue mulai buat akun Instagram,terus temen-temen banyak yang bikin akun Instagram dan gue memulai untuk bikin akun Instagram tapi gak yang fanatic kaya yang sekarang ini, jadi sekarang ini gue udah ninggalin path dan twitter dan focus untuk main Instagram karena Instagram tuh seru kalo menurut gue dimana gue bisa bebas ber ekspresi dalam media sosial itu dan gue juga bisa kenal banyak orang dari Instagram*

2. Apa alasan anda menggunakan aplikasi instagram ?

L : *Awal awal gue make Instagram buat nge post foto doang, Cuma yang sekarang-sekarang udah beda yang memperhatikan feed agar lebih rapih dan*

enak dilihat oleh orang lain. Alasan nya ya karena menurut gue Instagram itu aplikasi yang dapat mendatangkan banyak keuntungan dari materi maupun ajang eksistensi diri dimana Instagram kan semua orang bebas berekspresi apa saja dalam media sosial tersebut.

3. Menurut anda, Instagram itu aplikasi yang bagaimana ? apa yang unik dari instagram ?

L : *Hmmmm Instagram itu sebenernya, balik lagi ke pengguna ya kalo misalnya buat eeee akun-akun yang gak bener kaya misalnya akun-akun porno kaya gitu gak bagus sih, tapi kalo misalnya buat kita selebgram atau online shop itu bagus sih banyak positifnya gituu.*

4. Apa pendapat anda tentang selebgram yang saat ini keberadaan nya semakin eksis diinstagram ?

L : *Bagus sih kalo misalnya anak remaja sekarang udah banyak menggunakan Instagram yak arena kadang dia lebih pandai menggunakan Instagram disbanding kita yang udah lama menggunakan, karena menurut gue mereka lebih kreatif, kaya semacem dia buat musically terus dia upload lagi ke Instagram*

5. Apa pendapat anda Melihat fenomena yang terjadi dikalangan remaja saat ini dimana Instagram sudah menjadi ajang eksistensi diri?

L : *Hmmm kaya gitu sih, ya udah udah gak awam lagi sih yang kaya gitu soalnya anak remaja sekarang lebih kreatif gitu loh jadi yang untuk eksis-eksis gitu mereka lebih apasih ya menurut gue anak remaja sekarang tidak seperti kita yang bisa memilah-memilih mana yang pantas buat di upload dan mana yang tidak, Cuma anak remaja sekarang lebih banyak eksisnya begitu dibanding kita karena mereka lebih kreatif tapi kan kadang karena mereka tidak dapat memilih jadi kadang ada hatters yang gak suka, jadi malah karena kebanyakan hatters dimanfaatkan untuk pamor mereka semakin naik nah iya kaya gitu menurut gue sih masih batas wajar ya karena mereka anak-anak yang senang membuat viral dan mencoba-coba hal hal viral untuk naik.*

6. Berarti segalamacam yang menjadi viral diinstagram menurut lila positif gitu ya? Terus jika kita melihat kasus bowo yang viral di aplikasi tiktok dan membuatnya viral juga di Instagram dengan akun yang tidak berbobot namun sangat melejit eksistensinya di Instagram itu menurut lila salah satu hal yang positif juga ?

L : *Sebenernya kan gak ada positif-positifnya ya untuk kaya gitu kan, banyak juga selebgram lain yang lebih lama menjadi youtuber atau lebih lama*

menjadi influencer mewawancarai dia (bowo), sebenarnya ia masih anak 13 tahun yang kaget video miliknya tiba-tiba viral gitu kan jadi gak ada salahnya di dia Cuma dia namanya iseng aaa mencari apasih aktivitas sendiri sepulang dia sekolah gitu kan dan menjadi viral. Memang sebenarnya kalo untuk kita yang sudah dewasa mengerti mana itu baik mana itu buruk sebenernya itu gak bermanfaat si buat kita tapi karena dia masih kecil belom ngerti apa-apa jadi menurut dia ya asik-asik aja.

7. Jenis kamera yang seperti apa yang anda gunakan dalam mengabadikan gambar saat ingin diunggah diinstagram?

L : *Kalo aku sih pake mirrorless sih ya merk canon untuk di feed instagramnya, sedangkan kalo insta story gue pake hp aja.*

- **Pertanyaan untuk focus wawancara: Fronst Stage(Panggung Depan)**

1. Apa yang melatarbelakangi anda untuk menjadi selebgram local ?

L : *Itu sejak aku main-main sama selebgram sih kaya temen gue aron jadi kaya followers gue pun bertambah karena niat menjadi selebgram emang gak ada Cuma kalo emang akun pribadi aku ada yang berniat untuk endorse atau segala macem aku terima, tapi untuk aku show up untuk open endorse dan narif harga itu engga, tapi kalo temen kalo emang minta tolong untuk endorse aku welcome aja.*

2. Menurut anda, seberapa penting arti followers dalam akun Instagram pribadi anda ?

L: *Hmmhh aku ada cerita sedikit dulu ya, aku dulu mengambil fashion design waktu kuliah aku dan menurut aku followers itu penting karena dimana followers aku semakin banyak aaa jadi client aku juga semakin banyak karena itu manfaatnya dimana orang yang nanti butuh dalam bidang fashion aku kaya misalnya nanti dia butuh mau bikin dress, jas segala macem apapun cloth yang mereka butuhkan dia bisa menghubungi aku kaya gitu jadi manfaatnya followers itu berperan penting banget.*

3. Treatment khusus seperti apa yang anda lakukan saat ingin mengunggah foto di akun Instagram pribadi anda?

L : *Paling edit-edit sedikit sama mengatur warna yaa.*

4. Kalo untuk kostum atau pakaian, makeup wardrobe dan lainya itu sangat diperhatikan gak untuk lila sendiri ?

L : *Gak juga sih gak terlalu sih, kalo misalnya aku lagi holiday kemana-kemana sih make up gak terlalu penting tapi kalo misalnya lagi acara party kaya misalnya ulang tahun temen, ke club, atau acara weeding itu masih memperhatikan kaya gitu.*

5. Apa pendapat anda tentang efek foto yang ada di fitur Instagram?

L : *Apa gimana-gimana ? hmm gini ya kalo misalnya efek Instagram kadang make kadang engga kalo buat feed ya, kalo buat yang di insta story aku pasti make efek yang untuk menerangkan kaya gitu, tapi kalo misalnya di feeed aku jarang-jarang make jadi aku ngedit dulu diaplikasi lain baru nanti aku masukin ke feed kadang ditambah lagi efek yang ada di feednya kadang gak usah gitu.*

6. Seberapa penting anda menandai teman anda dengan arroba (et/@) saat moment bersama dan diunggah kedalam instagram ?

L : *Penting juga sih, ya kalo gue lagi sama temen-tmene gue suka tag mereka gitu untuk ngenalin ke followers-followers gue.*

7. Kalo lagi sama temen gitu lila biasanya ngapain aja, suka buat insta story juga gak sama temen terus diunggah ke Instagram?

L : *Ya sering, gue biasanya emang kalo lagi nongkrong ditempat yang sekiranya hits menurut gue suka gue post ke ig, kalo dari gaya Bahasa sih gue sok asik aja sih asal gak ngomong kotor ya gue post. Yang penting gue lagi sama siapa dan dimana nya yang gue tampilin.*

8. Pernah gak lila menggunakan arooba (et/@) itu untuk manjat sosial atau orang yang pengen manjat sosial ke lila ?

L : *Tapi kalo aku yang manjat sosial itu imposible sih, karena gak mungkin manjat sosial dengan nge tag orang kecuali aku yang minta di tag di media sosialnya dia. Cuma kalo aku yang nge tag orang lebih sering sih dibanding aku minta di tag ke orang lain itu jarang. Tapi kalo emang dianya yang mau ngetagg yaa lumayan apalagi ke temen-temen selebgram.*

9. Menurut anda aktivitas yang seperti apa saja yang wajib diunggah dimedia sosial Instagram dan kegiatan keseharian apa saja yang sebaiknya tidak perlu dipublish diinstagram?

L : *Eee kalo misalnya kegiatan ya, kaya misalnya kita hang out terus atau kita work out tapi ya sewajarnya ajasih, tapi yang gak baik itu kaya yang kita punya masalah pribadi gitu loh terus kita gak harus update yang marah-marah segala macem karena kita hmm apayaa ngeshare hal negative itu kaya*

kurang diliat orang gak baik, jadi mending yang kita upload yang bahagia-bahagia ajaa, hal positif kaya gitu

10. Kalu galau gitu pernah gak lila update ? kayanya gua pernah tuh liat insta story lila lagi galau ?

L : *Kalu galau pernah sih, kalo galau sih wajar sih semua manusia pasti yaa wajar yaa tapi kalo yang arogan-arogan gitu aku kurang suka sih gitu.*

11. Suka gak sih lila kalo diinstagram itu jaga image dan mengelola kesan gitu?

L : *Kalo jaga image sih engga ya, kalo dari kosakata saat gue lagi didunia maya juga gue lakuin apa yang gue pengen aja. Toh dari beberapa perilaku gue yang bad girl gini followers gue malah nambah banyak.*

12. Bagaimana peralatan yang anda gunakan saat ingin mengekspresikan diri dalam hal penampilan yang akan anda unggah ke media sosial Instagram?

L : *Kalo di feed ya paling kaya apa yang aku temuin aku masukin ke Instagram, kaya kemarin lagi main ke bandung terus liat suasana alam yang bagus ya terus dimasukin suasana alam pepohonan nya gitu, gak perlu harus diri kita yang diunggah ke intagram tapi kalo misalnya kita lagi snapgram kaya gitu ya misalnya kita lagi diluar lagi hang out sama temen atau apa itu upload seadanya aja sih jadi gak perlu ribet harus ada peralatan ini atau itu.*

- **Pertanyaan untuk focus wawancara: Back Stage (Panggung Belakang**)

1. Ada hal lain tidak yang melatar belakangi alasan anda mengapa anda memilih menjadi selebgram local ?

L : *Sebenernya ya itu tujuannya semakin banyak followers semakin banyak manfaatnya buat gue gitu, jadi kaya kalo gua bisnis ternyata gue buka restaurant jadi bisa ngasih tau ke orang lain oh gua buka restaurant nih kaya lebih mudah membuka peluang bisnis, nah terus juga dimana gua ngambil fashion design jadi kan mungkin ada yang mau make jasa gue untuk jadi selebgram kan gaada niat, awalnya bikin Instagram ya itu iseng-iseng aja karna udah bosen main path, bosen main twitter jadi move ke Instagram ditambah lagi ada fitur snapgram di Instagram jadi makin meninggalkan aplikasi yang lain gitu.*

2. Bagaimana perilaku anda ketika berada didalam rumah dengan keluarga?

L : *Ya gue kalo dirumah sih biasa aja sih ya bantu-bantu bunda dari pagi sampe siang jualan, sore atau malemnya baru gue main sama temen.*

3. Bagaimana karakter yang anda tunjukan dalam bersosialisasi di lingkungan rumah?

L : *Kalo aku kan tinggalnya ngontrak diruko gitu bantu bunda jualan, jadi kurang berbaur dilingkungan rumah jadi kalo ada orang yang main kerumah baru berbaur tapi kalo untuk main ke tetangga atau lingkungan sekitar sih gapernah.*

4. Jadi lila kalo berbaur dengan teman lebih main keluar untuk hangout gitu ya ?

L : *Iya dibandingkan dilingkungan rumah atau tetangga lebih sering keluar untuk upload di Instagram juga soalnya, lumayan kan kita bisa dapet foto baru buat diupload. Terus juga gue bisa nunjukin gue lagi dimana pake fitur insta story.*

5. Dalam kehidupan sehari-hari apakah anda mengedepankan hal-hal yang mewah kaya apa yang lila sering tampilin di media sosial instagram?

L *: Eeeemmmm gimana ya, tergantung gue lagi main sama siapa. Yang jelas kalo untuk ditampilin di ig ya gue pilih-pilih lah, tapi kalo Cuma untuk nongkrong atau main sehari-hari kalo gue gabut gini ya gue lebih milih tempat yang biasa aja sih, yang murah juga biar gue bisa lebih lama stay disitu.*

6. Jadi kalo pas makanan nya gak enak atau gak bagus di upload mah engga ya?

L : *Hmmmm hahahaha yaa, seperti itulah. Tapi gak yang terlalu eeeee apa yaaa mementingkan image gitu yang gue harus update hal mewah ini mewah itu mewah. Walaupun lebih seringnya meng update hal yang mewah yak karena memang lingkungan ya.*

7. Apa profesi anda selain aktifitas yang anda lakukan di media sosial Instagram?

L : *Untuk sekarang kan gue baru lulus dari fashion design dari Lasalle Collage nah disitu ya sekarang gue nerima-nerima bisnis aja kaya misalnya job-job bikin jas atau orang mau bikin dress gitu.*

8. Bagaimana karakter yang anda tunjukan dalam bersosialisasi dengan teman?

L : *Karakter yang gue tunjukin untuk bersosialisasi dengan temen ? hmmm ya apa adanya ajasih, gak yang harus eeee di jaga image gitu loh. Beda kaya diinstagram gue lebih hati-hati dalam berbicara tapi kalo sama temen sih gue blak-blakan aja kalo ngomong.*

9. Menurut anda, citra yang seperti apa yang digunakan saat berbaur dengan keluarga atau sahabat terlepas dari apa yang ada diinstagram?

L : *Ya tergantung sih, kalo dalam keluarga ya gue sebagaimana mestinya jadi anak aja yang suka bantu orang tua jualan, main, hangout, Cuma tanpa sepengetahuan orang tua gue suka dugem terus diupload ke ig. Kalo citra ke temen gue sih kalo sahabat gue pasti tau sebenernya gue orangnya biasa aja dalam materi juga karena gue belum kerja juga kan, kalo temen-temen yang baru kenal dan nongkrong bareng ya mungkin taunya mereka gue orang berada gitu.*

10. Oh jadi orang tua gatau kalo lila suka dugem, emang orang tua lila gapunya Instagram buat mantau lila ?

L : *Ortu gue gapunya ig Cuma sepupu gue yang dari padang dan kerja dicilegon punya ig, jadi tiap gue mau dugem atau pulang malem ya gue hide dulu ig dia dari insta story gue.*

- **Selebgram**

1. Bagaimana cara anda dalam mengindentifikasi diri anda sebagai selebgram?

L: *Kalo gue balik lagi ke pertanyaan yang tadi ya, gue gak terlalu jaga imge kaya gitu. Jadi untuk gue mengidentifikasikan diri gue tuh ya gue orang nya apa adanya aja gitu tapi gue yang lebih jaga image nya untuk yang karena gua juga kan hangout itu ada hangout yang kaya pergi ketempat malem club (dugem) kaya gitu tapi gua gak upload gue lagi dugem kaya gitu karena gua takut kaya yang netizen gitu yang karena omongan-omongan netizen itu lebih pedes kritik-kritikan nya itu lebih pedes dan mereka ngeliat hanya yang mereka liat aja tapi mereka gak tau apa yang terjadi didalam sana. Jadi gua menilai diri gua itu ya yang apa adanya aja tapi gue gak mau diri gue yang kaya gitu di upload ke Instagram gituu.*

2. Adakah tujuan anda sebagai selebgram untuk mendapat pundi-pundi rupiah dari endorse berbagai macam produk ?

L : *Ya adalah tujuan gue buat nyari duit lewat ig, lumayan juga kan manfaatin jumlah followers kalo pun gak dapet duit langsung minimal gue dapet produk atau clothing gratisan dari brand tersebut.*

3. Udah berapa kali sih lila mendapat endorse ?

L : *Duh gatau yaa udah lupa, dulu sih lumayan sering gitu dapet endorse Cuma sekarang aku gak buka jasa open endorse tapi kalo misalnya ada temen membutuhkan jasa endorse aku siap welcome buat temen-temen. Bahkan ada yang eeee tanpa dibayar pun aku gak papa dan kalo dibayar ya alhamdulillah karena barangnya tuh lebih banyak dibanding fee yang diinginkan jadi ya its ok lah.*

4. Jadi tujuan lila menjadi selebgram itu salah satunya untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah dari endorse dan mengembangkan bisnis lila itu mungkin ya ? bisnis nya apa tadi ?

L : *Iyaa gituu, bisnisnya untuk sekarang itu saya jualan online shop gitu ada enam akun online shop jualan kecantikan, baju, segala macem nah terus juga sekarang lagi baru mau bikin brand sendiri tapi masih proses photo shoot.*

5. Sebagai seorang selebgram yang memiliki jumlah followers banyak, apakah anda mencoba untuk membangun kepercayaan followers anda terhadap anda bahwa anda itu memiliki gaya hidup seperti yang anda tunjukan di feed Instagram anda ?

L : *Untuk membangun kepercacyaan sih sebenernya iya, tapi dengan cara kita mengunggah di feed Instagram kita orang sudah bisa menilai "oh gaya hidup kita seperti ini" tanpa harus gue membangun lagi kepercayaan orang lain yang ternyata, oh hidup kita itu seperti apa sih jadi followers itu sudah bisa menilai dengan apa yang kita lakukan di feed Instagram kita.*

6. Sebagai seorang selebgram yang memiliki jumlah followers yang banyak, apakah anda mencoba untuk membangun kepercayaan followers anda terhadap keahlian anda seperti yang anda tunjukan di feed Instagram anda?

L : *Eeee untuk membangung kepercayaan tentang keahlian sih sebenernya gua udah membuat itu di bio Instagram gua kalo gua sebagai fashion designer tapi kalo untuk mengunggah desain-desain gue Cuma beberapa sih. Jadi gue post lebih kepada keseharian sih dibanding keahlian gitu.*

7. Jika anda pernah di endorse beberapa produk, menurut anda apakah anda memiliki kesamaan dengan audiens yang anda tuju sebagai endorser brand suatu produk tersebut?

L : *Kalo kaya clothingan gitu ya memiliki kesamaan sih kadang gue juga emang suka pake kaos dan tshirt kaya gitu lah.*

8. Sebagai selebgram yang memiliki puluhan atau ratusan feed, adakah keinginan anda dalam menampilkan kesan tersebut sebagai daya tarik dan ingin dihargai ?

L : *Iya adasih*

9. Bagaimana proses anda untuk dapat menjadi selebgram local ?

L : *Lebih enak banyak bergaul dan bersosialisasi sama orang sih kaya temen-temen selebgram gitu jadi selain nambah ilmu bakal narik banyak followers juga.*

- **Impression management**

1. Pengelolaan kesan seperti apa yang anda tampilkan di akun media sosial pribadi anda untuk mendapatkan banyak followers seperti sekarang ini?

L : *Ya kesan baik, kesan yang memperlihatkan gua ini apa adanya, easy going, humble ya seperti itulah. Humble nya gua tuh ya kaya gue welcome sama orang lain, terus nunjukin kalo gue punya banyak temen, jadi kan secara gak langsung followers gue ngeliat gue tuh orang nya asik,eksis, punya banyak temen.*

2. Jadi lebih kaya kepada menjaga image dimana supaya kesan apa yang lila tampilkan dimedia sosial Instagram itu selalu baik dan dapat merangkul semua followers yang memfollow lila gitu ya ?

L : *He'emm iya gitu*

3. Apa yang ingin anda tampilkan di media sosial instagarm terkait dengan penampilan anda yang ada didalamnya ?

L : *Ya yang ingin gua tampilkan, ya gue sebagai designer gitu loh dan feed Instagram gue lebih ke yang fashionable gitu laah biar good looking juga kan. Terus gue juga suka update saat gue pergi ketempat-tempat yang dianggep orang high class atau saat gue sama temen-temen gue yang dijakarta dugem gitu juga gue suka update. Tapi kalo update dugem gitu gue gak lama langsung hapus sih.*

4. Citra apa yang ingin ditampilkan oleh diri anda kepada followers anda dimedia sosial Instagram ?

L : *Ya pasti harus citra yang baik lah, supaya followers-followers gue tuh mengikuti eeeeee apa yaa jadi influence yang baik agar followers kita tuh mengikuti hal-hal yang baik yang ada di diri kita gitu loh .*

5. Apa tujuan anda menampilkan kesan tersebut di Instagram ?

L : *Tujuan nya yaaa, supaya followers kita tuh ngikutin apa yang bagus dari kita tuh diikutin sama followers gitu loh jadi memberikan kesan yang positif walaupun sebagian ada yang negative tapi kan yang negative lebih ditutup-tutupin gitu lohh. Lagian saat gua nampilin sesuatu yang kurang baik atau negative, followers gue gada yang komen negatif dan mereka asik-asik aja malah followers gue dari waktu ke waktu semakin bertambah.*

6. Bagaimana proses yang anda lakukan dalam menampilkan kesan tersebut diinstagram?

L : *Prosesnya yaa, kita harus memberikan hmm eeee hal-hal yang positif gitu. Ya kaya gitu-gitu aja sih sebenernya gitu.*

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN UTAMA 2

Informan Utama 2

Tanggal Wawancara : 27 Agustus, 2018

Tempat Wawancara : Tempat tinggal rian

Identitas Informan Utama 2

Nama	: Rian Dermawan
Umur	: 24 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Riwayat Pendidikan	: - SMK YPWKS Cilegon
Pekerjaan	: - Pegawai BUMS PT.Krakatau Posco
	- Wiraswasta
Kode Informan	: R

Hasil Wawancara

- **Data Umum Mengenai Instagram**

1. Sejak kapan anda tertarik untuk menggunakan aplikasi Instagram ?

R : *Kalo menggunakan sih dari 2012 itu udah menggunakan, tapi belum aktif buat bikin video-video gitu mulai aktif sejak 2014 ketika ngeliat chandraliaw menginspirasi saya untuk membuat bikin video bergenre komedi-komedi gitu.*

2. Apa alasan anda menggunakan aplikasi instagram ?

R : *Mungkin sekarang alasan menggunakan instagram lebih ke entertaint aja sih, dimana gua disitu bisa memanfaatkan Instagram yang gak banyak orang bisa memanfaatkan media sosial tersebut untuk mendapat pundi-pundi rupiah dan gak hanya untuk jadi ajang eksistensi diri.*

3. Menurut anda, Instagram itu aplikasi yang bagaimana ? apa yang unik dari instagram ?

R : *Aplikasi yang menurut gua bermanfaat banget buat berkarya, usaha, terus ajang kita tanda kutip pamer ya kaya eksistensi gitu*

4. Apa pendapat anda tentang selebgram yang saat ini keberadaan nya semakin eksis diinstagram ?

R : *Kalo sekarang kan orang itu kebanyakan untuk pengen dikenal, nah dengan mudahnya tuh Instagram membuat kita dikenal banyak orang. Jadi orang-orang tuh pengen diliat emmm apa jadi kaya seseorang atau selebgram ini ingin menunjukan agar dilihat orang kaya foto video dengan kreasi diri dia sendiri nah tapi dia diapresiasi dengan baik di Instagram dengan keahlianya itu.*

5. Apa pendapat anda Melihat fenomena yang terjadi dikalangan remaja saat ini dimana Instagram sudah menjadi ajang eksistensi diri?

R : *Excited banget dan luar biasa sih, soalnya emmm dari remaja-remaja itu dia bisa manfaatin fasilitas yang ada di Instagram yang gak ada di aplikasi lain.*

6. Hmmm jadi anda setuju ya melihat banyak kalangan remaja menuangkan eksistensi dirinya di media sosial Instagram?

R : *Iya, setuju banget sih*

7. Jenis kamera yang seperti apa yang anda gunakan dalam mengabadikan gambar saat ingin diunggah diinstagram?

R : *Kalo gua biasanya pake kamera pribadi gua canon 700D*

8. Kalo untuk hp sendiri anda jarang menggunakan kamera hp dan mengunggah di instagram ?

R : *Untuk pertama kali sih tahun 2014 itu saya satu tahun menggunakan hp dulu, nah ketika udah punya dana buat diupgrade lagi saya baru beli DSLR gitu*

- **Pertanyaan untuk focus wawancara: Fronst Stage(Panggung Depan)**

1. Apa yang melatarbelakangi anda untuk menjadi selebgram local ?

R : *Pertama saya ingin dikenal orang, terus pengen karya saya itu diapresiasi sama orang-orang dan diakui oleh khalayak.*

2. Menurut anda, seberapa penting arti followers dalam akun Instagram pribadi anda ?

R : *Kalo sebagai selebgram itu followers sangat penting sih, jadi gimana caranya followers kita itu suka sama karya kita dan bisa kaya memuji atau kasih support buat kita dan itu bisa buat kedepannya kita berkarya lebih baik lagi*

3. Treatment khusus seperti apa yang anda lakukan saat ingin mengunggah foto di akun Instagram pribadi anda?

R : *Pertama menyeleksi bahan yang akan diupload. Contohnya foto, nah orang-orang itu kan ada yang suka dan ada yang engga jadi dari followers kita itu kita tau emmhh followers kita itu sukanya yang mana jadi kita seleksi dulu baru kita edit. Kalo saya itu editnya di lightroom baru ke tahap upload gitu.*

4. Seberapa penting anda menandai teman anda dengan arroba (et/@) saat moment bersama dan diunggah kedalam instagram ?

R *: Pertama kalo itu kebanggaan tersendiri sih, misalnya kalo kita ketemu orang-orang penting itu jadi kebanggaan tersendiri dan kita nge tag orangnya. Kalo ketemen sendiri itu kenapa kita nge tag ya karena emmhh pengen ngasih tau orang-orang kalo eeeee nih gua foto sama temen gua nih gitu.biar orang-orang tau juga temen kita tuh kaya gimana atau ada yang mau kepo sama temen-temen kita dan lingkungan nya gitu.*

5. Menurut anda aktivitas yang seperti apa saja yang wajib diunggah dimedia sosial Instagram dan kegiatan keseharian apa saja yang sebaiknya tidak perlu dipublish diinstagram?

R : *Harusnya sih kalo kegiatan gitu kegiatan yang positif, yang bisa ngajak followers kita buat kearah lebih baik ya contohnya kaya gak harus ngerokok, gak minum-minum ya, hal yang negative gitu seharusnya gak usah diposting.*

6. Jadi lebih menunjukan keahlian ketika kita sedang buat video jadi hanya hasil karya kita aja gitu ya yang ditampilkan ? terus bagaimana cara kita bergaul dan membaur dengan lingkungan ya?

R : *Hmm iyaa gitu, hee ehh iya gitu*

7. Apakah ada perbedaan cara atau gaya Bahasa yang dilakukan anda di Instagram dengan realitas kehidupan anda dalam bersosialisasi?

R : *kalo saya sendiri di Instagram itu lebih banyak omong ajasih, welcome sama orang jadi kaya gimana caranya gua tuh kalo diinstagram orangnya*

asik. Beda yang kaya aslinya gua lebih kaya sulit untuk berbaur dengan orang yang baru kenal. Jadi ya sebenernya temen gua itu itu aja. Kalo diinstagram kan gua dikenal tanpa gua kenal itu orang.

8. Bagaimana peralatan yang anda gunakan saat ingin mengekspresikan diri dalam hal penampilan yang akan anda unggah ke media sosial Instagram?

R : *Kalo dari kostum sendiri sih menurut gua yang menunjang penampilan yang penting sopan, elegan yang gak malu-maluin sih intinya. Yang jelas emang gua sangat memperhatikan suatu penampilan, tapi gak ribet ya paling kaya gua harus pake pomade untuk gaya rambut, sepatu, ya dicocokin aja sih sesuai sama style gua gitu.*

- **Pertanyaan untuk focus wawancara: Back Stage (Panggung Belakang**)

1. Ada hal lain tidak yang melatar belakangi alasan anda mengapa anda memilih menjadi selebgram local ?

R : *Pertama sih karena hobi, dari awal nya yang ngerasa asik buat video dan menjadi hobi dan sekarang malah hobi itu menghasilkan, jadi malah ada hal lain yang saya dapatkan dari hobi tersebut seperti income tersendiri. Sebelum ada vidgram sih awalnya ngeliat dari temen, dan saya nanya itu aplikasi apa, teman saya jawab ini Instagram nih keren tau coba deh cobain install. Dan oke setelah saya instal dan makin kesini emang bermanfaat sih, jadi dulu kana da fb,twitter yang Cuma kaya gitu-gitu aja nah menurut saya Instagram itu berinovasi lebih baik lagi dari aplikasi-aplikasi sebelumnya jadi oh oke juga sih kalo menurut gua. Lalu semakin kesini saya semakin bisa manfaatin fitur yang ada diaplikasi Instagram itu sendiri.*

2. lalu teman rian yang menginfluence rian untuk menggunakan aplikasi Instagram itu saat ini dia masih menggunakan Instagram juga ?

R : *masih, oh kalo temen sih sering banget menggunakan Instagram malah dia jadi selebgram local juga sekarang.*

3. Bagaimana perilaku anda ketika berada didalam rumah dengan keluarga?

R : *Baik-baik aja sih, bahagia. Soalnya saya sendiri merantau dari ngawi jawa timur dari kelas 6 sd saya dicilegon, saya juga disini tinggal hanya dengan kakak dan sekarang saya kuliah sambil kerja. Tapi ya gua orangnya jarang ngobrol gitu sama kakak jadi seperlunya aja kalo lagi dirumah juga.*

4. Bagaimana karakter yang anda tunjukan dalam bersosialisasi di lingkungan rumah?

R : *Sebenernya karakter baik di Instagram dan dirumah gak ada bedanya. Cuma kalo disosmed gua lebih keliatan humble dan senang punya banyak teman sih ya. Kalo dirumah ya gua pulang kerja, ngedit video buat diupload, tidur. Kalo ada waktu dan gua gak cape baru main keluar sama temen komunitas buat video gitu.*

5. Kalo untuk keluar rumah berbaur dengan sekitar dan tetangga gitu sering rian berbaur dengan mereka ?

R : *Oh kalo itu jarang malah gak pernah, saya lebih sering main sama temen keluar gitu ketemuan dimana gitu. Soalnya kalo untuk keseharian dirumah ini saya pulang kerja langsung ngedit, kuliah, dan kalo ada waktu main saya sempetin main sama temen keluar kumpul dengan yang lainnya.*

6. Dalam kehidupan sehari-hari apakah anda mengedepankan hal-hal yang mewah selayaknya apa yang anda tampilkan seperti make up, pakaian, ekspresi wajah, gestur, dan hal lainnya seperti dimedia sosial Instagram?

R *: Sama semuanya kaya tadi ya, paling saya lebih mengedepankan penampilan seperti pakean, gaya rambut ya itu yang paling penting sih.*

7. Apa profesi anda selain aktifitas yang anda lakukan di media sosial Instagram?

R : *Saya tuh sekarang kerja diwiraswasta di PT.Krakatau Posco, terus sambil kuliah difakultas teknik STTF Fatahilah Serdang.*

8. Menurut anda, citra yang seperti apa yang digunakan saat berbaur dengan keluarga atau sahabat terlepas dari apa yang ada diinstagram?

R : *Kalo di Instagram tuh saya agak lebih baik sih emhh bagaimana ya, agak pura-pura baik gitu ke orang-orang dan lebih jaga image jadi biar gak dikira sombong gitu. Kalo citra gua menurut gua di temen-temen tuh baik, pendiem, suka bercandain temen, suka disukain temen hahaha. Jadi intinya citra yang gua bangun disini kalo dikehidupan aslinya gua tuh orangnya kaya lebih milih gitu ya, beda kaya di Instagram yang gua asik kepada semuanya dan welcome sama semuanya gitu mau dia baik mau dia buruk yang penting dia followers gua hahaha.*

9. Kalo dalam hal memilih teman gitu, rian tipe orang yang selektif gitu gak sih ?

R : *Iya gua orangnya selektif sih, jadi gua pilih mana yang baik dan mana yang engga. Pertama kali ketemu pasti ngerasa sih kaya wah gua cocok nih*

sama dia nih, dan gua nilai orang ini wah kayanya gak cocok nih sama gua nih, jadi gua agak ngurangin main sama dia atau gimana gitu sih.

- **selebgram**

1. Bagaimana cara anda dalam mengindentifikasi diri anda sebagai selebgram?

R : *Gua mengidentifikasi diri gua sebagai selebgram menurut gua sendiri gua kalo diinstagram terkesan baik, lebih mengedepankan followers contohnya saat orang komen itu pasti gua bales siapapun itu apalagi kalo dia nge DM. gua juga orangnya gaenakan kaya misalnya ada orang minta fullback ya pasti gua fullback ya gitu lah kurang lebihnya karna sulit sih kalo mengidentifikasi diri sendiri.*

2. Adakah tujuan anda sebagai selebgram untuk mendapat pundi-pundi rupiah dari endorse berbagai macam produk ?

R : *Adalah, ada pasti itu mah. Itu penting banget buat menunjang karir gua, karena kalo gua kan sekarang Instagram merupakan aplikasi yang dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah tersendiri. Yang awalnya gua kerja seperti layaknya pegawai, kini Instagram sudah menjadi mata pencaharian sampingan gua.*

3. Sebagai seorang selebgram yang memiliki jumlah followers banyak, apakah anda mencoba untuk membangun kepercayaan followers anda terhadap anda bahwa anda itu memiliki gaya hidup seperti yang anda tunjukan di feed Instagram anda ?

R : *Iya, yaa karena dengan image gua yang menurut gua baik apa yang ditampilkan diinstagram nah orang tuh biar percaya dengan gua. "kaya oh rian nih baik nih orangnya gitu" dengan gua nunjukin kaya contohnya video-video gua yang seperti ini dan mungkin membuat orang berpikir oh rian nih baik nih orangnya gitu. Menampilkan kesan-kesan yang positif juga sih intinya, humble, dan mudah bergaul dengan orang di Instagram jadi membuat followers mengesankan gua nih orangnya baik,positif dan easy going gitu, beda sama apa yang gua tampilkan pada keseharian gua yang lebih pendiem.*

4. Sebagai seorang selebgram yang memiliki jumlah followers yang banyak, apakah anda mencoba untuk membangun kepercayaan followers anda terhadap keahlian anda seperti yang anda tunjukan di feed Instagram anda?

R : *Yaa, eemmhh kalo pengen nunjukin kaya video-video atau karya gua, gua tuh pengen nunjukin keahlian gua dan pengen membuat followers bahwa diri gua ini jadi contoh yang baik dan followers juga tertarik untuk bikin*

konten video-video yang menarik seperti karya gua yang gua unggah di Instagram gitu. Gua sih pengennya kaya gitu, gak Cuma yang ngeliat "oh bagus hasilnya atau enggak gitu" jadi biar bisa jadi influencer bagi mereka juga gitu, jadi ya sama-sama belajar lah kita.

5. Sebagai selebgram yang memiliki puluhan atau ratusan feed, adakah keinginan anda dalam menampilkan kesan tersebut sebagai daya tarik dan ingin dihargai ?

R : *Pasti kalo kita posting tuh, ya pengen banget dihargai karena kita tuh udah berkarya kaya kita udah buat foto bikin video nah hal yang pingin kita mau apa? Salah satunya ingin dihargai dan diapresiasi sama followers kita gitu.*

6. Lalu selain itu dari rian sendiri ada tujuan untuk ingin direppost gak dengan akun besar atau apapun itu yang isi kontennya memang sesuai dengan video rian, dan ada tujuan untuk panjat sosial gak melalui itu ?

R : *Nah itu penting juga sih, dan kalo dulu tuh ada akun yang namanya dagelan, terus lucu-lucu video. Nah kan karena video-video gua lebih banyak bergenre komedi pasti punya keinginan buat direppost, nah sekarang kita mikir gimana caranya nampilin video yang baik dan memenuhi kriteria buat direppost sama akun besar itu. Jadi berkarya yang baik dan positif biar dihargain terus direppost emang sih caranya panjat sosial yaa harus direppost dengan akun besar kaya gitu hehehe.*

7. Bagaimana proses anda untuk dapat menjadi selebgram local ? tentunya kan gak mudah ya untuk menjadi selebgram local, untuk followers sendiri rian sekarang berapa ?

R : *Untuk sekarang sih followers udah 37.000 (37K), untuk proses gua menjadi selebgram local sih untuk pertama followers gua dulu itu Cuma 400, nah gua ngeliat orang bikin video contohnya Chandraliaw yang gua jelasin tadi, oh kok bisa ya orang kaya gini ya, terus followersnya juga banyak. Dan gua mikir kenapa gua gak bisa seperti dia, terus saat itu gua bikin, terus pas udah sampe setengah tahun tuh ada peningkatan gua jadi 1.000 followers. Dan gua mikir, oh berarti orang-orang suka nih yang seperti ini dan gua mikir apasih daya Tarik yang ada di gua nih. Dan ternyata pas gua cari tau ternyata video gua tuh lucu dan mulai dari situ gua mengira followers gua senang mengkonsumsi tontonan hiburan bergenre komedi dengan durasi singkat yang ada diinstargam ini. Dan sekarang sudah lebih dari 2 tahun udah menjadi self image gua, dan gua pertahanin ini tapi gua improve lagi biar lebih baik dari ini itu gimana gitu. Jadi ya sampe sekarang orang-orang*

percaya sama gua yang bikin video terus diapresiasi dan buat followers naik, ya kaya gitu aja terus orang-orang nge tag ke temen nya dan temen-temenya jadi tau terus viral dan pada follow gua.

8. Terus menurut rian dari semua video yang ada di feed Instagram rian itu semuanya ber genre komedi atau gimana ?

R : *Menurut gua sekitar 70% itu humoris kaya komedi gitu, 30% nya tentang percintaan yang sering dialami kalangan remaja saat ini ya gitu lah. Kaya galau-galauan gitu ngikutin musim ya memperhitungkan target pasar yang sedang laku saaat ini tuh video yang kaya gimana gitu.*

- **Impression management**

1. Pengelolaan kesan seperti apa yang anda tampilkan di akun media sosial pribadi anda untuk mendapatkan banyak followers seperti sekarang ini?

R : *Ya gua diinstagram agar terkesan baik itu ya dengan penampilan, ya gimana yaa gua pengen dilihat followers gua itu terkesan baik ya dengan penampilan dan apa yang gua unggah ajasih. Misalnya dalam hal penampilan gua yang terlihat rapih, modis, dan tidak berkata kasar saat gua mengunggah suatu video yang ada di ig gua itu merupakan salah satu cara gua agar citra gua dikenal baik dimata followers-followers gua.*

2. Apa yang ingin anda tampilkan di media sosial instagarm terkait dengan penampilan anda yang ada didalamnya ?

R : *Yang pengen gua tampilkan ya karya gua, terus ajang pamer atau eksistensi diri, jadi kaya misalnya gua kedufan, gua pengen followers gua tau kalo gua lagi main kedufan jadi yaudah gua upload nih suasana gua saat lagi didufan, gua kedufan dengan siapa. Jadi biar gak dikira norak atau kuper mengira gua yang dirumah aja gitu.*

3. Citra apa yang ingin ditampilkan oleh diri anda kepada followers anda dimedia sosial Instagram ?

R : *Citra apa yaa, hmm ya yang gua pengen sih citra baik, citra yang positif ya gitu sih. Jadi sesuatu apapun yang baik, ya itu yang berusaha gua tunjukin.*

4. Apa tujuan anda menampilkan kesan tersebut di Instagram ?

R : *Selain untuk menggaet followers sih tujuanya untuk menginspirasi biar orang-orang semangat soalnya sekarang-sekarang ini setiap gua upload video atau foto orang itu emmhh suka kaya gitu terus bisa terinspirasi jadi dia bisa semangat buat hidup hahaha. Tapi emang gitu, pasti ada aja yang begitu.*

5. Ada menampilkan kesan yang bertujuan untuk nyari cewe gak nih diinstagram sendiri buat rian pribadi ?

R : *Nah diinstagram juga gua dapet cewek wkwk,*

6. Haha seriusan dapet cewek ? itu gimana ceritanya bisa sampe seperti itu ?

R : *Ya mungkin karena kesan gua baik ya, terus gua liat ceweknya cakep juga.*

7. Emang kesan yang menurut rian baik itu kesan yang bagaimana sampai bisa dapet cewek gitu?

R : *Ya menunjukan kepribadian yang kalem, cool, baik, ya karena muka gua cakep juga kali ya wkwk terus suka jawabin komenan orang-orang, terus pas liat ada cewek cakep komen foto atau video gua nih terus gua DM gitu, terus dia ngebales juga mungkin ngeliat gua dengan followers gua yang banyak gitu kan yaa jadi mungkin menjadi daya Tarik sendiri buat gua.*

8. Menurut rian sendiri sebagai selebgram perawatan muka itu penting gak kaya facial dan lain-lain?

R *: Kalo facial sih gak pernah sih gua ya, paling ya kaya maskeran wkakaka emang agak jijik sih sebenernya kaya lo gini denger cowok maskeran tapi kalo menurut gua itu hal yang wajar. Terus gua juga pernah pake bedak saat shot jadi biar keliatan maksimal gitu di videonya biar keliatan lebih bersih.*

9. Bagaimana proses yang anda lakukan dalam menampilkan kesan tersebut diinstagram?

R : *Ya kita harus pinter menseleksi suatu hal yang baik dan gak baik buat ditampilin diinstagram. Dimana dalam menseleksi tersebut gua edit segala macem hal tersebut agar hal baiknya saja yang gua tampilin diinstagram. Dan kita juga harus bisa memperhitungkan pola pikir followers sekiranya wah kira-kira mereka suka gak ya dengan gua yang begini gitu. Dan jadi diri sendiri biar gak terlalu munafik gitu.*

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG 1

Informan Pendukung 1

Tanggal Wawancara : 9 september, 2018

Tempat Wawancara : Tempat tinggal Meily

Identitas Informan Pendukung 1

Nama : Siti Meily khanzaruslan

Umur : 24 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Riwayat Pendidikan : - SMA Al-Islah Cilegon

- Universitas Serang Raya

Pekerjaan : Mahasiswi

Kode Informan : M

<u>Hasil Wawancara</u>

- **Data Umum**

1. Apa pendapat anda tentang selebgram yang saat ini keberadaan nya semakin eksis diinstagram ?

M : *Eeee menurut gua sih bagus ya, ajang kompetisi juga kalo menurut gua dengan endorse dari selebgram itu kan lebih banyak dan kita juga lebih banyak mengetahui ya, mana yang popularitasnya tinggi dan mana yang rendah itu sih kalo menurut gua.*

2. Apa pendapat meily nih melihat fenomena yang terjadi dikalangan remaja saat ini dimana Instagram sudah menjadi ajang eksistensi diri ?

M : *Ya menurut gua sih sekarang emang instagram nomor 1 ya media sosial yang paling tinggi popularitasnya, fenomena yang gua liat sih makin kesini semakin kurang dampak positifnya kalo menurut gue.*

3. Jadi menurut meily sekarang ini gimana si perkembangan instagram saat ini, kenapa bisa berkurang dampak positifnya ?

M : *Kalo menurut gue sekarang instagram itu bukan lagi untuk menunjukan gaya hidup yang apa adanya, tapi lebih kepada kepencitraan diri masing-masing kalo menurut gue sih gitu ya.*

4. Jadi lebih kepencitraan seseorang yang dituangkan dalam media sosial instagram gitu ya ?

M : *Nah iya, belum tentu kan selebgram yang kita lihat diinstagram nya menampilkan sesuatu yang mewah atau apa kaya gimana itu belum tentu juga itu mereka tuh dibelakangnya sama.*

5. Sejak kapan anda mengenal Lila ?

M : *Semenjak sma sih, semenjak gue sma itu sekitaran tahun 2010, Cuma mulai main bareng sama dia itu sekitar tahun 2012 jadi waktu 2010 tuh hanya sekedar tau aja.*

6. First impression melihat Lila seperti apa ?

M : *Sombong, menurut gue dia sombong waktu pertama kali lihat. Cuma semakin kesini sih emang asik orangnya, kalo dari sifat sombong nya sih masih menurut gue kalo untuk orang yang baru-baru kenal.*

7. Kenapa bisa bilang sombong seperti itu? Sikap sombong kaya gimana yang meily lihat pada saat itu ?

M : *Yaaa karena orangnya kalo buat temen dia orangnya pilih-pilih sih awalnya gua mengenal dia ya lebih selektif gitu memilih teman. Entah dia memilih dari gaya hidup, entah dari apa gitu loh. Tapi mulai deket sama gue itu karena dulu kita sering kekantin bareng aja waktu sma, mulai dari situ gua sama dia sering main bareng juga akhirnya sampe sekarang.*

8. Dari awal hingga sekarang anda mengenal Lila, menurut anda Lila itu orang yang seperti apa ?

M : *Ya awalnya yang first impression gua nilai dia sombong, setelah gua kenal ya dia orangnya baik sih kalo untuk temen, care juga. Tapi kalo emang sombong atau omonganya selalu tinggi sih masih sampe sekarang juga dia masih kaya gitu.*

- **Frons stage & Impression management**

1. Menurut sepengetahuan anda sebagai sahabat dekat lila, seberapa penting arti followers untuk dirinya ?

M : *Uhhh itu penting banget sih kalo menurut gue, kaya halnya dia suka bikin insta story itu pun di filter ulang supaya biar tau bagus enggaknya dan itu dia kaya harus memastikan banget banyak yang liat dari followers-followersnya gitu. Jadi kalo menurut gue sih arti followers penting banget buat dia sampe dia harus merhatikan hal-hal yang detail itu.*

2. Oh jadi lebih ke perfectionist yang bertujuan untuk menaikan popularitasnya dia ya ?

M : *Nah iya bener seperti itu*

3. Menurut meily sebagai informan pendukung disini, apa benar pengelolaan kesan yang lila tampilkan dimedia sosial Instagram merupakan suatu hal positif dan memiliki kesan yang baik ?

M : *Menurut gue sih berbeda ya, ya mungkin suatu hal yang baik itu menurut lila dan keinginan dia berusaha untuk menampilkan kesan yang baik. Tapi nyata nya ya gak seperti itu dari apa yang gua lihat. Di unggahan video yang sering lila update ke insta story dia banyak juga tuh yang nunjukin kalo dia suka pergi ke club malem, nunjukin kalo dia memiliki kehidupan yang glamour, ya gitu lah lo juga followers dia pasti tau kan gak semuanya yang dia unggah positif dan kalo menurut gue sih lebih banyak ke hal yang negatifnya.*

4. Bisa diceritain gak misalnya kaya apa aja sih yang biasa lila tampilin diakun instagram pribadinya?

M : *Ya contohya kaya gini ya, kaya misalnya dia kalo lagi main sama temen-temennya yang high class itu pasti dia yang setiap detik atau setiap menit itu dia harus update. Ataupun tongkrongan yang menurut dia high class juga ya kalo kata bahasa kitanya hedon ya itu harus update banget gitu loh entah itu dia ketemu temanya yang memang selebgram juga, itu dia sering update.*

5. Hmm jadi dia lebih kaya suka memperhatikan hal-hal yang menurut dia penting gitu ya untuk diupdate?

M : *Iyaa gitu kaya mengklasifikasikan juga*

6. Benarkah lila tidak begitu memperhatikan makeup dan hanya tampil seadanya saat dimedia sosial Instagram?

M : *Oh enggak beda, dia tanpa liptint pun gak bisa bikin snapgram. Dia biasanya harus minimal ya dia minimal harus pake liptint dulu lah, kalo bedak itu bagian kedua dia sih biasa nya gitu. Dia tuh biasanya liptint eyeliner, maskara itu harus.*

7. Dari apa yang anda lihat tentang akun Instagram lila, apakah semua konten yang diunggah lila semuanya hal yang positif baik dari insta story maupun feed instagramnya ?

M : *Iya positif sih ya kalo menurut gua positif, tapi kadang kalo misalkan dia update yang negatif kadang gua juga suka komen sih kaya gitu jadi gak semuanya positif.*

8. Menurut anda, bagaimana gaya Bahasa atau retorika yang lila tunjukan diakun Instagram pribadinya ?

M : *Dia lebih ke insta story ya kalo menurut gue, lebih ke snapgram kalo dari retorika nya sendiri hmmm ya gini loh kalo misalnya dia update kaya usaha online shop nya dia, dia kalo dari online shop nya itu dia bahasanya baku ya, jadi dia punya dua akun yang satunya hanya untuk dia berjualan online shop nya dia. Jadi retorika yang ada di online shop nya dia tuh kata-kata yang dia ucapkan itu baku sedangkan untuk akun pribadinya sendiri dia lebih kepada lepas mengekspresikan diri mulai dari dia mengucapkan kata-kata kotor atau binatang di akun instagram pribadinya. Terus juga kan kalo di akun jualanya dia tuh dia suka bilang aku kasih review ya, sedangkan kalo diakun instagram pribadinya dia jarang banget bilang kata aku.*

9. Menurut meily lila itu tipe orang yang suka panjat sosial gak sih diinstagram? Soalnya saat gua wawancarai dia, lila bilang bahwa dia lebih sering menaikan drajat seseorang dengan cara nge tag nama temenya dan dipromosikan di akun pribadi lila, dia bilang tidak mungkin untuk seorang gue (lila) manjat sosial.

M *: Manjat sosial hahaha kalo dari segi gue melihat dia ya, ya okay dia ngetag ya emang ngetag tapi kan ngetag hanya untuk sebatas saat main, tidak setiap hari kan dia harus ngetag semua teman dia. Entah dari kepribadian dia sendiri, mungkin kalo dia ngetag temen dia karena dia updatenya chatingan gitu loh, kaya lagi chatingan sama temenya terus di screenshot pastikan dia update di snapgram terus ngetag orang yang saat itu lagi chatingan dengan dia gitu loh. Tapi misalkan kalo menurut gua dari panjat sosial gitu, dia emang panjat sosial banget. Misalkan dia baru beli sepatu, brand apa gitu dia langsung update gituu, terus ya intinya dia panjat sosial lah.*

10. Terus menurut meily nih dengan lila mengetag seseorang itu tujuanya untuk apasih dari apa yang ditampilkan oleh lila diinstagram ?

M : *Ya yang gue tau sih kalo emang lagi kumpul dia Cuma pengen ngasih tau ke medsos nya dia klo dia lagi sama gue gitu, misalkan gue nih yang lagi di tag sama dia ya mungkin biar orang-orang tau aja kalo dia lagi disini, dengan siapa kalo menurut gue Cuma sebates itu doang kali ya.*

11. benarkah apa yang ditampilkan lila dalam aplikasi instagram sama halnya dengan kehidupan sehari-harinya ? apa ada perbedaan lain menurut meily sendiri ?

M : *ya menurut gue sih gak semuanya sama, tapi ya adalah sebagian yang sama Cuma ya terlalu banyak yang gak samanya kalo menurut gue.*

12. Contohnya kira-kira bisa dicontohin gak gimana ?

M : *Contohnya, hmm gimana yaaa gini aja deh gausah jauh-jauh disaat kalo misalnya gue yang ngajak main dia selalu beralasan kaya masalah uang ya. Kaya bilang gua gak punya uang mel gini gini gini, intinya dia gak bisa jajan lebih dari 100rb misalkan gitu loh. Update pun jarang banget, tapi kalo misalnya kaya main sama temen-temennya tadi yang menurut gua high class tadi dia selalu mamerin apa yang menurut dia bahwa dirinya bisa dianggep atau diakuin bahwa dia orang kaya gitu. Misalnya dia update di snapgram buang-buang duit, pamerin kartu kreditnya yang banyak, atau bahkan dia suka beli brand sesuatu dengan temanya yang jauh lebih memiliki banyak followers dari dirinya lalu dia tag namanya selain untuk ajang pamer ya mungkin sekalian dia untuk panjat sosial juga gitu, sedangkan untuk kalo lagi main sama temen-temenya yang biasa aja kaya sama gue gitu dia lebih cenderung jarang update dan bilang gak punya duit. Tapi kalo misalkan dia udah main ke jakarta atau temen-temenya yang dijakarta yang high class itu menurut gue bukan lila karna lila yang gue tau ya anakanya sederhana banget dari ekonomi keluarga juga kan kita juga bisa liat biasa aja.*

13. Apakah benar saat dia beberapa kali liburan ini, dia bela-belain minjem duit temenya buat nemenin temenya jalan jalan atau liburan gitu?

M : *Hee emm iyasih sempet ya dia minjem gitu, terus gue sekarang jadi ngomongin dia dong.ya intinya gitu sih kaya waktu itu dia liburan kebali yang setiap hari update di insta story bahkan story nya sampe banyak banget titik titik kecil gitu jadi kaya awkarin gitu kita juga kan ngeliat yang dia update gitu mewah kan ya, menunjukan kalo dirinya tuh orang kaya. Padahal dibalik itu semua mahdia gak begitu-begitu amat sampe duit minjem segala kalo gue*

sih mikir kecuali gue udah bisa idup dari gaji gue sendiri gak minta dari orang tua iya aja.

14. pernahkah meily meilihat diakun Instagram pribadi lila melihat lila mengunggah video tutorial memasak atau semacamnya ?

M : *pernah sih, tapi menurut gue gak sering malah menurut gue lebih banyak update mengenai apa yaa main lah gitu lebih banyak main dari pada dirumah gitu.*

15. apakah benar lila tidak pernah mengunggah suatu hal yang emosional saat dirinya sedang marah ?

M : *pernah ko, kaya galau juga gitu pernah. Ya kalo misalnya kaya kasar gitu dia lebih sering kaya ketikan gitu sih ya di update di insta story. Kaya misalnya dia bilang anjing tapi di sensor jadi ANJ*NG gitu.*

16. menurut meily sendiri, apa tujuan lila sebenarnya menampilkan hal tersebut diakun Instagram pribadinya?

M : *Ya kalo menurut gua apa ya, ya supaya ingin diketahui orang aja membuat karakter kalo ini gue loh seperti itu. Jadi dia ingin terlihat sama orang itu lila yang high class tidak bisa direndahkan kalo menurut gue seperti itu sih.*

- **Backstage**

1. Terlepas dari apa yang ada di Instagram saat anda bergaul atau bersosialisasi dengan lila secara langsung, lila itu tipe orang yang bagaimana ?

M : *Baik sih orangnya baik, Cuma egois juga, perhitungan juga orangnya kalo sama sahabatnya kaya gitu. Kaya gua waktu itu dari rumah temen gue sama lila pengen ke mall dan naik gocar. Itu ongkos gocar Cuma 15rb itu maunya dibagi 2 padahal dia pake gopay. Beda kaya gua kalo jalan sama dia kaya beli minum atau apa yang Cuma 15rb yaudah sih pake gue aja dulu gitu kan ya, tapi kalo dia enggak, dia maunya bagi dua apapun itu. Dan pada saat itu gue sama dia ngomong bagi 2 pun didalem gocarnya kan gak enak banget ya sampe gua bilang lu ada gopay kan, yaudah pake lu dulu ntar baliknya gue yang bayar.*

2. Adakah perbedaan sikap dan perilaku yang ada diinstagram dengan kehidupan aslinya lila yang anda ketahui sebagai teman dekatnya lila ?

M : *Ya itu tadi sih kalo menurut dia kalo di sosial medianya dia tuh lebih ke pencitraan sih kalo menurut gue. Gak semua terbuka dengan kehidupan aslinya dia gitu sih.*

3. Menurut anda, bagaimana sifat lila dalam bersosialisasi dirumah dan lingkungan teman-temannya? Benarkah ia tidak pernah menjaga image dalam arti selalu terlihat apa adanya ?

M : *Kalo sama gue sih iya yaa lebih terlihat apa adanya ya, tapi kalo misalnya gue suka ngedenger dia cerita ke gue, kaya gimana ya ya misalkan dia tuh kalo lagi gak punya uang gitu selalu ngomong kan sama gue eeee "beb jangan yang mahal-mahal ya gitu" kita ke cafe rumah kayu aja yuk yang murah gitu, terus pas gue ngomong ih gue pengen disini lee "ih guenya gak punya uang, soalnya kemarin gue abis main sama anak-anak gua abis teraktirin anak-anak karokean gitu hahaha terus kata gua " oh gitu ya" jadi gimana ya kayak kalo lg gak ada uang dia pengen main tapi ngajaknya gue giliran dia banyak uang atau apa gak sama gueee, gue disitu kadang suka kesel sendiri tapi ya yaudah lah ya dia juga sebagai temen gue gitu kan jadi yaudah.*

4. Tapi kalo dari bersosialisasi dirumah sendiri nih kalo menurut meily, lila itu tipe orang yang suka bersosialisasi dengan tetangga atau lingkungan rumah nya gitu gak sih?

M : *Oh gak pernah dia, dia lebih sering main keluar ya dari pada dilingkungan tetanggga gitu dan gua rasa dia gak banyak kenal dengan tetangga-tetangga nya gitu.*

5. Kalo untuk dilingkungan keluarga sendiri nih bisa gak ceritain lila itu bagaimana kesehariannya? Mungkin kan meily juga sering kerumah lila gitu kan bisa gak diceritain sedikit gimana keseharian lila dalam lingkungan keluarga ?

M : *Lila tuh lebih sering ngobrol sama ibunya dan kalo sama bapaknya tuh jarang banget yang namanya ngobrol kalo gue lagi kerumahnya dia, mungkin lila lebih ke ibunya sih kalo cerita apa-apa kalo menurut gue.*

6. Kalo dari penampilan sendiri nih, ada gak perbedaan antara dia diinstagram dengan dia pas lagi dirumah?

M : *Adalah, ya dia kalo lagi dirumah tuh pakean apa adanya banget, pas main sama gue juga biasa aja. Dia tuh pake pakean modis atau mewah gitu cuma pas kalo mau update di ig aja sama kalo dia nemu tempat hits atau baru gitu buat poto.*

7. kesan apa yang lila tunjukan dilingkungan teman-temannya ? dan bagaimana menurut meily citra lila diinstagram ?

M : *kesan yang bagaimana ya, ya kesan yang apa adanya sih yang dia tampilkan kalo didepan gue tapi ya gue gatau kalo dia di temen-temen yang lain ya. Tapi kalo apa yang gue lihat saat lila hangout dijakarta gitu sih high class banget sih ya gila gak sesuai dengan kenyataan kalo menurut gue. Contohnya gini aja deh, gue punya temen namanya titi eeee titi ada temen lagi dijakarta namanya robi. Nah waktu itu si lila, waktu wisuda sempet nginep di hotel apa gitu gue lupa, nah si titi dengan temen gue itu emang lagi dijakarta juga mainlah mereka bertiga dicafe. singkat cerita, setelah dua hari itu kemudia gue ketemu dengan temen gue yang namanya robi itu, dia sempet cerita gitu sama gua mel lu kenal gak sih sama yang namanya lele. Nah gua jawab oiya itu temen gue kenapa rob? Dia langsung bilang "gilaaa loh yaa", nah gue juga heran nih kenapa tiap orang baru kenal lila tuh kesan pertama gak ada yang baik. Setelah itu gua tanya kan emang kenapa ? "iya kayanya dia orangnya songong banget sih, tinggii banget, emang dia orang kaya banget ya?. Temen gue sampe bilang gitu, padahal gue sendiri sebagai temenya udah sering ngomong ya sama lila "lee kalo sama orang yang baru kenal atau apa, ya lo apa adanya aja" gausah yang kaya meninggi ninggikan atau apapun. Kaya misalkan dari segi tempat main ya, dia kaya nya segala hal tentang jakarta tau semua gitu loh, dia gatau kalo temen gue itu emang orang situnya orang jakarta juga dan emang dia dari kecil udah tinggal disitu. Jadi yang lila tinggikan tuh tempat main nya ya disitu situ aja. Jadi temen gue sendiri juga Cuma berpikiran ini orang baru gede atau baru ngerasain main jauh sih. Terus pas gue tanya si robi terus lu jawab apaan bi ? obi jawab ya gak gue jawab lah mel orang gua dengernya aja "enek" kok nih cewe mulutnya songong banget gue jadi kaya pengen tau aja mel kehidupan dia tuh kaya gimana dan sehebat apa ya gitulah intinya.*

8. Nah terus kan kalo yang mely sebutin kaya tadi itu kan lebih cenderung ingin mengedepankan kesan-kesan yang mewah seperti itu, tapi kan kalo kita melihat kaya gua nih kan gua juga pernah kerumah lila sebelumnya kan. Ya gua ngeliat tempat tinggalnya ya mohon maaf bukan maksud gua merendahkan atau meninggikan diri gua disini ya, yang gua lihat dia disini kan sangat sederhana ya dia juga gak punya rumah dan hanya tinggal di ruko itu saja yang ruko itu sendiri dipake buat jualan orang tuanya nasi padang dan ituoun ruko nya ngontrak kan. Itu pendapatan dia di ruko bantuin keluarganya jualan itu kan buat nyewa ruko aja lumayan mahal loh bahkan dulu pernah iseng gua nanya dia juga harga ruko disitu berapa harganya le. Dan dia jawab 40jt/ tahun rip ngontrak ini ruko. Untuk

membiayai kehidupan nya dia dan gaya hidupnya dia yang kita bisa hedon seperti itu menurut meily yang meily ketahui disini itu dia dapet duit dari mana ya? Apa dia kerja, atau apa dia selalu dapat endorse atau gimana?

M : *Dia gak kerja, lila itu anak emas banget menurut gua dikeluarganya apapun yang lila pengen dan lila butuhkan selalu dipenuhi sama keluarganya secara emang dia anak satu-satunya juga ya mungkin seperti itu. Dia emang sih dari pagi sampe siang ngebantuin bunda nya untuk dirumah makannya, dan untuk penghasilan sampingan seperti jualan online shopnya sekarang itu menurut gue gak begitu waah gitu ya dan itu menurut gua juga gak mencukupi ya mungkin satu-satunya gue bisa berpikir dia bisa dapet duit dari mana ya ada gak ada nya duit orang tuanya berusaha diada-adain mungkin untuk anak satu-satunya si lila gitu. Soalnya lila juga sebelum ini kan suka punya usaha online shop gitu ya dan rata-rata usaha nya itu semua gulung tiker ya mulai dia usaha online shop yang berjualan softlens, atau apapun itu kalo menurut gue itu semua udah gak berjalan lagi. Yang mungkin sekarang dia lagi berjalan itu online shop masker gitu ya kalo menurut gua, selain itu sampingan yang bisa menunjang kebutuhan nya dia selain dia lulusan desainer ya fashion desainer gitu ya ada beberapa orderan ke dia untuk buat baju kaya dress, jas, atau apapun itu dan itu pun jarang-jarang.*

9. Saya sebagai peneliti yang memantau aktivitas lila diinstagram melihat apa yang lila tampilkan semua terkesan mewah mulai dari dia hangout,cara berpakaian, bahkan sampai dia makan pun jarang sekali dicafe saya melihat lebih sering direstaurant. Apa benar keseharian lila lebih sering mencari makan direstaurant dibanding makan dirumahnya sendiri?

M : *Iyasih emang bener waktu itu juga dia pernah bilang dan minta temenin gue keluar cari makan, dia bilang dia bosen makan makanan yang ada dirumah. Soalnya kan bundanya tuh gak pernah masak apapun selain masakan yang ia jual untuk rumah makan padangnya itu. Jadi ya kalo lila mau makan tinggal ambil aja. Tapi dia juga seringnya gofood sih gak semata-mata cari makan harus ke restaurant, kalo cari makan keluar ya paling yang biasa aja dan kalo makan-makanan biasa dan gak menarik gitu ya jarang dia update ke instagram gitu.*

10. Apa profesi lila saat ini yang mely ketahui ? apakah benar dia seorang desainer?

M *: Iya sih bener, ya tapi bukan kerjaan dia desainer tapi mungkin karena dia lulusan dia desainer aja gitu. Kalo untuk beneran kerja sih dia belum ada kerjaan. Buat atau desain baju juga jarang-jarang gitu.*

11. menurut meily, lila itu tipe orang yang ribet gak saat sedang menyiapkan suatu hal baik dirinya maupun atribut lainnya saat proses ingin diunggah ke Instagram? Bisa berikan contohnya ?

M : *Ribet banget, kaya contohnya dia bikin snapgram tuh bisa diulang-ulang berpuluh-puuluh kali dan yang diupdate itu Cuma 1 itu yang pertama, terus kalo dia mau keluar rumah pun kalo menurut gue saat gue udah siap, bahkan gue udah ditempat janjian dia baru kelar nyatok OMG. Ohh parah gua gatau lagi dah tuh dia mau naikin reputasi dia tuh setinggi apa, sebagus apa.*

12. Berarti menurut meily sendiri mempersiapkan suatu hal yang menunjang penampilan itu sangat diperhatikan sekali ya bagi lila ? bukan lila yang tampil apa adanya ?

M : *Banget, oh engga engga dia setiap keluar atau kemana tuh gak tampil apa adanya ya minimal dia harus nyatok ya nyatok rambutnya itu*.

13. apa benar lila tipe orang yang easy going dan punya banyak teman ?

M : *iya sih kalo menurut gue iya, dengan catatan lebih mengklasifikasikan temenya aja gitu.*

14. bagaimana menurut penilaian meily dalam mengindentifikasikan lila sebagai selebgram local dan sahabat dalam pertemanan ?

M *: hmmm kalo dari sudut pandang selebgram nya dia, bener-bener beda jauh banget ya kalo menurut gua dari pandangan diri gua sendiri ya intinya kaya yang tadi gua bilangin aja sih banyak banget sebenernya perbedaan dari diri dia dengan kehidupan aslinya kalo menurut gua sih gitu, tadi kan gua udah banyak banget tuh cerita juga ya.*

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG 2

Informan Pendukung 2

Tanggal Wawancara : 30 Agustus, 2018

Tempat Wawancara : Tempat tinggal Amal

Identitas Informan Pendukung 2

Nama : Amalia Setiawati

Umur : 22 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Riwayat Pendidikan : - SMKN 1 Kota Serang 2014

- Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2014

Pekerjaan : Pegawai

Kode Informan : A

Hasil Wawancara

- **Data Umum**

1. Apa pendapat anda tentang selebgram yang saat ini keberadaan nya semakin eksis diinstagram ?

A : *Kalo menurut gua sih, ya kek biasa aja sih karena menurut gua tuh kalo orang gunain instagram ya untuk daily dia, keseharian dia, kalo diliat dari eksistensinya dia sebagai selebgram sih ya kaya tambahan ajasi buat dia yang penting dia punya daya Tarik yang bisa narik untuk emhhh untuk netizen-netizen atau followers-followersnya dia kaya gitu sih kalo menurut gua soalnya gua sendiri orangnya gak pernah terlalu mengagumi atau apapun itu yang diinstagram sih.*

2. Apa pendapat anda melihat fenomena yang terjadi dikalangan remaja saat ini dimana Instagram sudah menjadi ajang eksistensi diri ?

A : *Menurut gua sih masyarakat Indonesia tuh kaya unik ya, sesuatu yang apa yaaaa, sesuatu yang seperti aja bisa jadi viral kaya gitu tuh. Kenapa gak kaya yang punya bakat atau keahlian yang menjadi contoh untuk dijadikan viral, jadi ya menurut gua melihat fenomena yang ada menganggap netizen di Indonesia tuh lucu aja sih unik.*

3. Sejak kapan anda mengenal rian ?

A : *Pertama gue ngenal rian sih dia emang udah suka buat video-video gitu Cuma dengan followers yang masih sekitar dibawah 5.000 lah sekitar tahun 2014 atau 2015an gitu. Dan gue kenal dia ya dikomunitas banten vidgram pada saat itu.*

4. First impression melihat rian seperti apa ?

A : *Awal pertama kenal dan melihat rian tuh orang nya kaya gak friendly gitu ya karena yang pertama kali gue liat tuh orangnya kaya cuek banget, dari gimik mukanya aja tuh gua liat kaya orang yang gak friendly gitu tuh. Kaya jutek,angkuh gitu sih*

5. Dari awal hingga sekarang anda mengenal rian, menurut anda rian itu orang yang seperti apa ?

A : *Yaa kaya jutek,angkuh gitu sih. Cuma pas ngobrol-ngobrol sama rian itu yaa ternyata asik juga orangnya tapi emang kalo menurut gue sih sampe sekarang rian orangnya emang rada pendiem juga kaya Cuma ngomong seperlunya atau yaa gitu lah pokoknya agak lebih tertutup kalo menurut gue beda sama apa yang ada di Instagram ketika dia bersosialisasi menggunakan media sosial Instagram.*

- **Frons stage**

1. Menurut sepengetahuan anda sebagai sahabat dekat rian, seberapa penting arti followers untuk dirinya ?

A : *Penting banget haha, ya dia tuh kaya yang udah bikin video dia tuh kan dia creator video gitu ya, dia kalo udah bikin konten video gitu prosesnya harus terstruktur harus ya terniat gitu lah kalo menurut gue dan hasilnya juga emang bagus sih kalo menurut gue. Karena itu juga mungkin kan untuk menjadi daya Tarik dia untuk menarik banyak followers.*

2. Pernahkah anda melihat perjuangan rian dalam mendapatkan followers ? contoh yang pernah anda lihat seperti apa?

A : *Iyaa sebenernya yang gua liat dari rian sih ya itu aja sih pertama yang gua liat dia orangnya terniat banget kalo bikin konten,dia kaya perfectsionis gitu orangnya yang harus memperhatikan detail apapun itu.*

3. Dari sudut pandang anda sebagai informan pendukung disini, citra dan pengelolaan kesan seperti apa yang berusaha rian tampilkan menurut anda dimedia sosial Instagram ?

A *: Kalo menurut gua ngeliat rian dimedia sosial Instagram sih menurut gue dia tuh pengen nunjukin dirinya kalo dia tuh humble, mudah bergaul, terus kaya easy going gitu asik orang nya. Dia juga orang nya sopan kalo yang gua liat dimedia sosial instagraamnya dia jarang banget ngomong kasar atau apa gitu, ya mungkin karena itu salah satu tujuan rian yang pengen dia bangun citra dia dalam mindset followersnya kalo dia orangnya baik gitu.*

4. Apakah anda pernah diajak kolaborasi dengan rian dan diunggah di feed Instagram pribadinya ?

A : *Pernah lah, pernah pastinya. Kadang rian tuh misalnya minta tolong pas gua free juga ngajakin collab, ya gue juga seneng sih diajak rian maksudnya dari pada gua gabut pas lagi gada kesibukan dan manfaatin waktu luang gua jadi ya pasti lumayan sering dan ada beberapa videonya rian yang emang disitu ada gua juga.*

5. Itu biasanya amal diajak buat video endorse atau apa ?

A : *Iyasi kaya endorse gitu, terus lomba-lomba yang dia ikutin di Instagram gitu sama kaya video komedi biasa gitu juga ada sih gue diminta buat jadi talent nya dia. Cuma kalo buat video biasa gitu yang buat keseharianya dia upload video lebih kaya spontan ajasih. Kaya misalnya kita lagi pada nongkrong terus tiba-tiba rian ngajakin buat video yuk gituuu. Terus dia juga kadang suka buat note scriptnya juga di hp nya dia jadi emang dia walaupun spontan ngajaknya tapi dia udah nyiapin itu semua.*

6. Dari apa yang anda lihat tentang akun Instagram rian, apakah semua konten yang diunggah rian semuanya hal yang positif baik dari insta story maupun feed instagramnya ?

A : *Kalo yang gua liat sih rata-rata yang rian tampilin emang positif aja sih, karena ya balik lagi aja sih yang dia unggah merupakan video-video karya dia gitu.*

7. Menurut anda, bagaimana gaya Bahasa atau retorika yang rian tunjukan diakun Instagram pribadinya ?

A : *Ya kaya gitu sih, kadang kan rian kalo ngomong suka gak jelas ya jadi ya kadang suka gua deketin maksudnya dia tuh ngomonng apa gitu haha. Kalo dari gaya Bahasa nya sendiri yang gua liat rian diinstagram ya dia tuh orangnya kaya pengen keliatan asik gitu loh di media sosial Instagram nya, kaya yang pengen diliat kalo dia tuh orang nya friendly gitu sih kalo menurut gue. Apalagi untuk yang diinsta story nya dia ya kebanyakan rian menampilkan dirinya seperti itu.*

8. Penampilan seperti apa yang biasa rian kenakan dalam menunjang suatu kesan yang ada diinstagramnya ? benarkah rian sangat memperhatikan suatu penampilannya saat ingin diunggah dalam akun Instagram?

A : *Ya gue liat style rian sih modis gitu, rapih, ya good looking ajalah untuk masalah kostum cowok gue juga gak begitu ngerti dia pake style yang gimana. Tapi yang jelas rian tuh emang suka memperhatikan penampilan jarang banget dia tampil apa adanya. Kadang dia juga pernah nanya ke gue tentang baju yang mau dia pake buat video, kaya misalnya mending ini atau itu mal. Bagusan pake ini atau gausah menurut lu. Ya kaya gitu aja sih*

9. Dari feed video dan foto yang rian unggah, pernahkah anda melihat komen negative dari netizen/followers terhadap rian ?

A : *Pernah. Jadi gua sempet liat sih waktu itu di komenan salah satu videonya dia tuh dikomen "garing lu" sama netizen, terus banyak yang bilang juga pas emang videonya gak jelas dikomen "kenapa lu bang" "sehat lu bang?" atau apa gitu gue juga lupa detailnya seperti apa.*

- **Backstage**

1. Saat anda diajak kolaborasi dengan rian, menurut anda rian tipe orang yang seperti apa dikehidupan aslinya terlepas dengan yang ada dimedia sosial Instagram ?

A : *Ya rian tuh kalo untuk dilingkungan sekitar atau temen-temennya lah ya, dia tuh orangnya yaa gitu sih tetep cuek orangnya dengan yaa tipe rian begitu tuh. Kalo ngomong seperlunya, terus kadang kalo emang lagi buat feed gitu selalu ngarahin dan sabar juga sih orangnya kaya selalu ngarahin lo harus kaya gini atau kaya gitu terus kalo take itu emang harus berulang-ulang sih kalo sama rian karena dia orangnya perfectsionis banget gitu sih.*

2. Saat anda diajak kolaborasi dengan rian, adakah bagian fee khusus antara anda dengan nya layaknya talent yang dibayar dalam suatu produksi film ?

A : *Hahaha sebenernya gak ada sih haha jahat sih rian tuh Cuma ya sekalian aja lah gua panjat sosial wkwk gada fee khusus sih Cuma ya itung-*

itung gua pas lagi ada waktu luang ya gapapa lah untuk main atau buat video kaya gitu.

3. Adakah feedback khusus yang terjadi selama anda mengenal rian ?

A : *Ya paling kaya panjat sosial gitu doang sih, dan pasti kalo temenan sama selebgram gitu pasti ada feedback nya sih kalo menurut gua karena selain gua colab sama rian dan diunggah di feed instagramnya dia, adalah beberapa followersnya rian yang follow gua juga gitu ya walaupun gak banyak ya cuman kadang ada aja gitu, terus sebenernya kaya kebanggaan tersendiri sih jadi kalo diluar gua ketemu temen temenya gua yang nyapa "oh lu temenya rian dermawan ya" ya kaya gitu lah haha tapi jangan ceritain ini sama rian yaa wkwk.*

4. Saat anda bergaul atau bersosialisasi dengan rian secara langsung, rian itu tipe orang yang bagaimana ?

A : *Rian itu kaya gitu sih, kalo udah kenal deket sama rian, rian tuh sebenernya orangnya baik dia tuh care banget sama temen-temen, dia tuh gak apa yaa kalo untuk orang yang udah lama kenal dan dia udah tau lama kaya sahabatnya gitu dia tuh orangnya care banget, sering nolongin gue juga kalo gue butuh apa-apa dia tuh orangnya baik banget sih kalo menurut gua. Cuma ya tetep dia tuh tipe orang yang cuek terus suka milih-milih temen gitu.*

5. Adakah perbedaan sikap dan perilaku yang ada diinstagram dengan kehidupan aslinya rian yang anda ketahui sebagai teman dekatnya rian ?

A : *Mungkin kalo yang asli dengan yang di Instagram gitu pasti ada perbedaan lah kalo menurut gua. Jadi rian tuh kalo yang diinstagram itu dari sikap aja ketauan dia tuh tipe orang yang pengen dikenal orang humble,asik, mudah berbaur. Kadang dia kalo lagi ngumpul sama temen dikehidupan aslinya tuh gak se asik sama apa yang gue liat rian di Instagram gitu. Kaya lebih focus ke gadget dan jarang ngobrol yang ngebuat gue nilai dia tuh lebih kepada orang yang tipe penyendiri gitu sih. Jadi kaya punya dunianya sendiri gitu.*

6. Menurut anda, bagaimana sifat rian dalam bersosialisasi dirumah dan lingkungan teman-temannya? Benarkah rian selalu menjaga image ?

A : *Enggak, kalo diinsta story yang ada diinstagram sih iya aja kalo menurut gua dia kaya yang lebih jaga image gitu apalagi kalo sama rambutnya, dia tuh apaa yaaa dia tuh harus kalo diinstagram tuh harus keliatan kaya yang "ih gue harus kece gue harus kece" kaya gitu sih, tapi kalo misalkan di*

kehidupan aslinya dia jaga image apaan yang ada dia kaya sosoan ngelawak gajelas terus garing gitu. Kaya gitu jadi yang bikin kita tuh ihh apasih haha

7. Jadi menurut amal tuh kalo diinstagram dia lebih jaga image dan lebih mengedepankan hal-hal yang menunjang penampilan gitu ya ?

A : *Iyaa kaya gitu sih kalo menurut gue*

8. Citra apa yang rian tunjukan dilingkungan teman-temannya ? dan bagaimana menurut amal citra rian diinstagram ?

A : *Rian itu kalo misalkan diinstagram dia pengen selalu nunjukin rian yang punya karya, rian yang sebagai konten creator vidgram kaya gitu sih, tapi kalo aslinya ya rian ya tetep rian gitu yang emang rian yang kalo punya temen, ya dia berbaur sama temennya dan dia lebih cenderung biasa aja gak yang se agresif apa yang rian tampilkan di Instagram.*

9. Benarkah rian tipe orang yang selektif dalam memilih teman ?

A : *Iyasih, dia selektif juga kalo memilih teman waktu pas gue kenal sama rian aja, rian tuh kaya ya kaya gitu kalo menurut gua kaya yang cuman gua yakin sih gua gak dianggap temen pas awal-awal kenal sama dia gitu, dia juga bukan tipe orang yang bisa mengakrabkan diri juga. Mungkin juga dia kaya yang ngeliat dulu, dan kaya gimana nih orang gitu tuh gak yang langsung welcome sebagaimana mestinya.*

10. Menurut anda, benarkah tujuan rian dalam menggunakan Instagram sebagai ajang eksistensi diri dan bertujuan untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah dari endorse ?

A : *Kalo rian sih menurut gue pasti emang untuk eksis diinstagram sih, kalo misalkan untuk pundi-pundi rupiah sih kalo menurut gua ya itu tuh Cuma bonus aja yang penting eksis gitu tuh kaya bukan tujuan utama buat nyari pundi-pundi rupiah.*

LAMPIRAN B

DOKUMENTASI

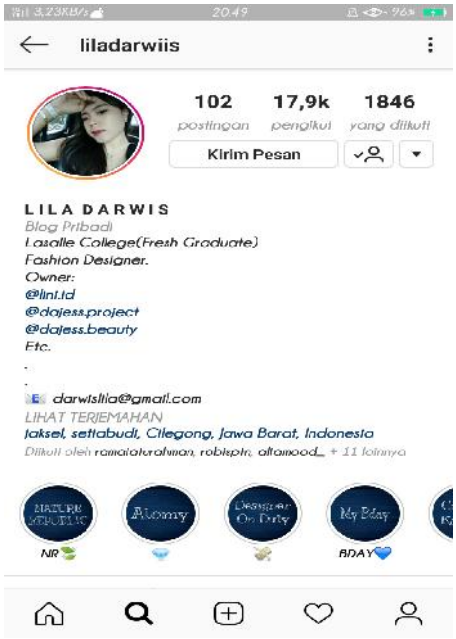
Gambar Wawancara dengan Key Informan 1 Lila

Gambar Wawancara dengan Key Informan 2 Rian

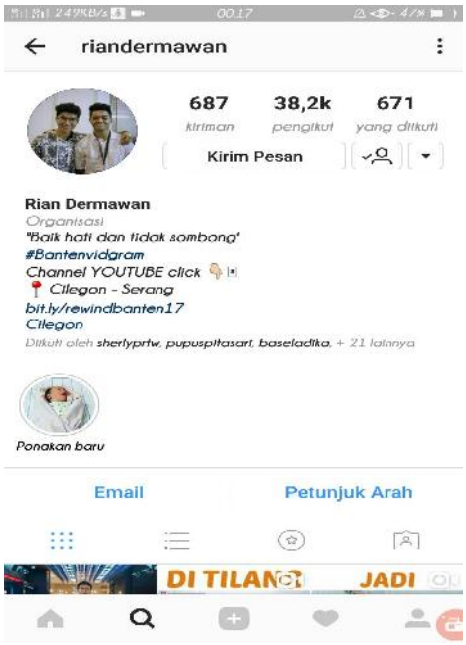
Gambar Wawancara dengan Informan Pendukung 1

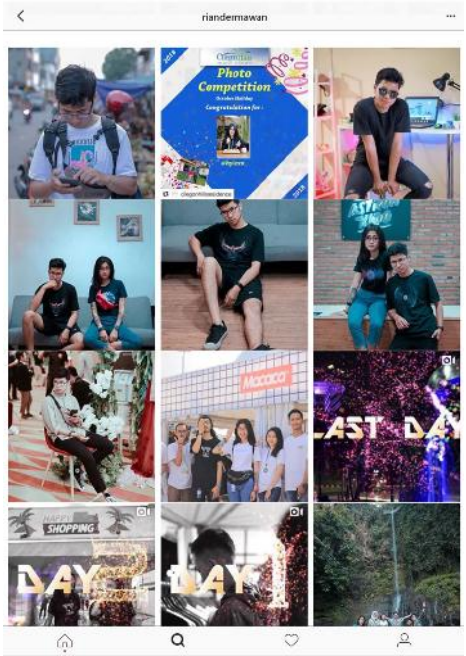
Gambar Wawancara dengan Informan Pendukung 2

Gambar Akun Instagram Informan Utama 1



Gambar Akun Instagram Informan Utama 2





LAMPIRAN C

CATATAN BIMBINGAN

CATATAN BIMBINGAN

Pembimbing I : Dr. Ing. (FH) Rangga Gzabra M.S.i

Pembimbing II : Husnan Nurjuman S.Ag., M.Si

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
1	13/09/17	Pengajuan Judul & Bab I	
2	8/03/18	Revisi Bab I & II	
3	10/04/18	Pengajuan Bab III	
4	02/05/18	Revisi Bab I – III & ACC Outline	
5	17/05/18	OUTLINE	
6	27/07/18	Revisi Outline, konsultasi Pedoman Wawancara	
7	19/10/18	Pengajuan Bab IV & V	
8		Revisi Bab IV & V, ACC Sidang Skripsi	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

Pedoman Skripsi FISIP Untirta _____ hal 58

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
1	13/09/17	Pengajuan Judul & Bab I	
2	13/03/18	Revisi bab I, Pengajuan bab II & III	
3	28/03/18	Revisi Bab II & III dan ACC Outline	
4	17/05/18	OUTLINE	
5	10/08/18	Revisi outline & konsultasi Pedoman Wawancara	
6	19/10/18	Pengajuan Bab IV & V	
7.	30/11/18	Revisi Bab IV & V Serta ACC Sidang Akhir Skripsi	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

Pedoman Skripsi FISIP Untirta _____ hal 59

RIWAYAT HIDUP

Nama	: Arif Hermansyah
Tempat dan tanggal lahir	: Serang / 28 Maret 1995
Jenis kelamin	: Laki-laki
Tinggi dan berat badan	: 170cm / 62 kg
Agama	: Islam
Golongan darah	: O
Status pernikahan	: Belum Menikah
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Sumampir Timur
RT/RW	: 003/004
Desa	: Kebon Dalem
Kecamatan	: Purwakarta
Kota	: Cilegon
Provinsi	: Banten
Kode Pos	: 42126
Telepon	: 082275340843
Alamat E-mail	: ahermansyah95@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2001 – 2007 SDN Kubang Kutu I

2007 – 2010 SMP YPWKS Cilegon

2010 – 2013 SMA PRISMA Serang

2013 – 2019 Ilmu Komunikasi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa S1