

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Signifikansi Penelitian

Akun pseudonim adalah salah satu upaya yang kerap kali digunakan penggunanya untuk mengelola kesan atas sosok diri mereka di dunia virtual. Kebebasan yang diberikan oleh beberapa *platform* media sosial bagi penggunanya untuk menyunting tampilan diri membuat media ini cocok digunakan untuk mengelola kesan. Karena sering kali digunakan untuk mengelola kesan, maka banyak orang di antaranya menampilkan bukan hanya sosok dirinya yang asli, tapi juga aspek-aspek penguat kesan yang lain, termasuk kemunculan sosok baru yang mereka bangun di akun pseudonim. Keberadaan akun-akun dengan identitas samaran menjadi marak digunakan, terutama di *platform* Twitter.

Penemuan fakta mengenai banyaknya akun Twitter yang menggunakan nama buatan atau samaran (pseudonim) berhasil menarik perhatian penulis. Berikut adalah contoh tampilan profil beserta *tweets* dari salah satu akun pseudonim yang penulis temui.



**Gambar 1. Tampilan Profil Twitter Akun Pseudonim**

Sumber: twitter.com (01 November 2020)

Tidak seperti pengguna akun Twitter pada umumnya yang menggunakan foto dengan menampilkan wajah asli atau sekadar mencantumkan deskripsi singkat di bagian biodata, pada gambar tersebut dapat kita lihat bahwa pengguna akun pseudonim tidak menampilkan foto asli dan tidak menyertakan deskripsi singkat tentang pemilik akun. Pemilik akun dengan *username* @tbzcnh (ZN) tersebut merupakan salah satu pengguna akun pseudonim berjenis Cyber Account yang bersedia untuk melakukan wawancara

awal dengan penulis. Ia mengaku bahwa *display name* yang ia kenakan adalah nama samaran yang ia gunakan untuk akun tersebut, yaitu Darius. ZN juga mengatakan bahwa pembawaan diri yang ia perankan di akun tersebut memiliki sifat yang berbeda dengan pribadi ZN di dunia nyata. ZN di dunia nyata merupakan sosok perempuan berumur 20 tahun yang berkepribadian ramah, sopan dan sedikit melankolis. Namun, dari beberapa *tweets* yang ada pada gambar 1, perilaku yang ditunjukkan oleh ZN pada Cyber Accountnya menunjukkan sosok yang berbeda. Ia terlihat lebih ketus dan terkesan galak. Terkait dengan hal itu, maka peneliti melakukan wawancara awal dengan ZN dan mempertanyakan sosoknya yang terlihat seperti orang lain pada akun tersebut, kemudian ia memberi jawaban bahwa:

*“Karena di CA (Cyber Account) aku masih kebawa attitude dari karakter yang aku peranin di akun RP-ku (roleplayer) sih, karena temennya juga kan temen-temen dari akun RP tuh. Di CA aku sedikit banyak menyesuaikan sama avatar (gambar profil) yang aku pakai. Semisal, aku pakai avatar artis yang image-nya dingin atau judes, ya aku juga bakal nyesuain.”* (Wawancara Awal Informan ZN, 01 November 2020)

Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1, dimana *tweets* yang diunggah oleh ZN menunjukkan kesan yang ketus atau citra diri yang galak. Menurutnya, ia dapat membangun citra dengan menyesuaikan *manner*-nya terhadap gambar profil yang sedang ia kenakan kala itu.

Pada umumnya, pengguna Cyber Account juga merupakan pemain *roleplayer account*. Cyber Account menjadi tempat mereka berinteraksi atas nama sesama “*writer*”, yakni orang yang memegang kendali dari *roleplayer account* ketika sedang memerankan sosok artis atau karakter tertentu di *roleplayer account*. ZN merupakan salah satu “*writer*” atau pemain *roleplayer account* yang juga menggunakan Cyber Account sebagai wadah untuk berinteraksi dengan rekan sesama “*writer*” dari *roleplayer account*-nya. Adapun *roleplayer account* sendiri merupakan akun parodi dari sosok yang terkenal, baik artis, idola atau karakter animasi. Di dalam *roleplayer account*, pemainnya akan berkomunikasi dan melakukan interaksi seolah-olah mereka adalah artis yang sedang mereka perankan. Mereka akan meniru karakter, sifat, serta pembawaan dari sosok artis atau idola yang mereka perankan di akun tersebut.



**Gambar 2. Jumlah Followers *Autobase* @munfess di Twitter**  
 Sumber: Laman Twitter @munfess (2020)

Cyber Account sendiri memang sudah menjadi hal lumrah yang dapat ditemui pada platform Twitter di Indonesia. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari jumlah *followers* salah satu akun *autobase* @munfess yang terbilang cukup besar, yaitu sebanyak 77.400 pengikut pada bulan September 2020. Akun tersebut biasa dijadikan tempat bertemunya para pengguna Cyber Account. Syam dan Maryani (2019) dalam penelitiannya juga menjelaskan maraknya pengguna Cyber Account yang dilengkapi dengan penjabaran data sebagai berikut:

“Kategori akun inilah (Cyber Account) yang mendominasi jenis akun pseudonim di Indonesia. Terbukti dari tiga akun besar auto-base yang mendeklarasikan akun mereka diperuntukkan kepada CA, akun-akun tersebut yakni @askmenfess dengan pengikut berjumlah 46.9 ribu, @tubirfess dengan 12.9 ribu pengikut @munfess dengan pengikut berjumlah 31.9 ribu, dan yang terbesar @rlthingy dengan 102 ribu pengikut.” (Syam & Maryani, 2019)

Selain Cyber Account dan *roleplayer account*, di Indonesia sendiri terdapat beberapa jenis akun pseudonim yang mengisi media sosial Twitter. Kategori akun tersebut dicetuskan oleh para pengguna Twitter itu sendiri. Beberapa akun yang termasuk ke dalam kategori pseudonim ialah *roleplayer account*, *fangirl/boy account*, *alter account* dan *cyber account*. Berikut adalah pengertian dari masing-masing akun sebagaimana dilansir dari Birilio.net (Indiastri, 2020): a) *Roleplayer account* merupakan akun parodi dari sosok yang terkenal atau artis, b) *Fangirl/boy account* adalah akun yang digunakan untuk mendukung idola dari para pengguna akun tersebut, tempat dimana banyak individu dengan idola yang sama saling bertemu dan memberikan “*hype*” untuk idolanya tersebut,

c) *Alter account*, akun ini biasa digunakan oleh pengguna yang cukup umur untuk melakukan transaksi seksual tanpa membuka identitas mereka secara penuh, d) *Cyber Account*, pengguna akun ini dapat dikatakan lebih fleksibel dari kategori lainnya, karena pada akun ini, mereka cenderung hanya berinteraksi secara kasual mengenai aktivitas sehari-hari layaknya pengguna Twitter pada umumnya, hanya saja, mereka merahasiakan identitasnya. Berdasarkan data wawancara awal yang disampaikan oleh ZN (Darius) selaku pengguna Cyber Account, pengguna akun pseudonim dengan jenis Cyber Account adalah mereka yang masih sangat merahasiakan sosok aslinya. Syam & Maryani (2019) juga menyebutkan dalam hasil penelitiannya bahwa pengguna Cyber Account memiliki keharusan untuk berstatus pseudonim, sehingga hal tersebut dapat sesuai dengan salah satu motif penggunaan Cyber Account, yakni untuk membicarakan ketertarikan mereka yang tidak bisa mereka bicarakan di luar dunia Cyber Account. Hal ini lah yang membuat Cyber Account menjadi menarik untuk dibahas melalui pendekatan dramaturgi.

*Pseudonym* sendiri diambil dari kata bahasa Inggris, adapun dalam bahasa Indonesia biasa disebut pseudonim. Pengertian pseudonim secara harfiah di dalam KBBI adalah nama samaran. Ketika sebagian pengguna Twitter menampilkan sosok dirinya dengan menggunakan foto asli, pengguna akun pseudonim justru menggunakan nama samaran serta menggunakan foto yang tidak menunjukkan sosok aslinya. Adapun foto yang biasa digunakan oleh pengguna akun pseudonim ialah foto artis, kartun, ataupun orang terkenal lainnya. Hal ini dapat terjadi karena Twitter pun tidak memberi aturan ketat mengenai tampilan diri yang harus jelas atau asli. Berikut adalah pendapat dari salah satu penggiat media sosial yang dilansir dalam situs Gigaom.com:

*“Twitter realizes it can provide plenty of value for users (and thus for advertisers) without having to know your real name. The social web is about reputation and influence, not necessarily names”* (Ingram, 2011).

Selain untuk menyembunyikan sosok asli, akun pseudonim pada media sosial Twitter juga dapat menjadi tempat pelarian dari penatnya dunia nyata atau tempat untuk berkomunikasi mengenai kegemaran dari masing-masing pengguna. Oleh karena itu, muncul lah akun-akun besar yang berfungsi sebagai tempat bernaung, yang biasa disebut dengan *autobase*. Adapun *autobase* sendiri akun penyedia layanan *automatic menfess* (tweet otomatis) yang menjadi penghubung bagi para pengikut *autobase* tersebut dan menjadi tempat berkumpulnya para pengguna Cyber Account. Para pengguna Cyber Account dapat mengirimkan pesan secara personal ke *direct message* akun *autobase*

tertentu, yang kemudian pesan tersebut akan diunggah kembali dalam bentuk *tweet* otomatis ke lini masa akun *autobase* tersebut tanpa menampilkan siapa pengirim asli pesan. Pertama kali dipelopori oleh akun @munfess pada tahun 2016, fitur *autobase* inilah yang tidak dimiliki oleh *platform* media sosial lainnya. Hal tersebut semakin menjadikan Twitter sebagai media sosial yang cocok bagi penggunanya untuk berinteraksi tanpa harus menampilkan sosok diri mereka. Kehadiran *autobase* yang ditujukan bagi para pengguna Cyber Account juga mendorong terjadinya pertumbuhan jumlah pengguna Cyber Account yang mulai marak di Twitter pada tahun 2016, sejalan dengan ditemukannya fitur tersebut.

Melalui Twitter pula, seseorang dapat dengan bebas mengungkapkan perasaan dan membagikan pengalamannya kepada para pengikutnya (*followers*) di lini masa. Jauh sebelum adanya fitur *autobase*, Twitter juga telah menyediakan fitur-fitur seperti avatar (foto profil) dan bio (deskripsi singkat mengenai pemilik akun) yang dapat disunting sebebas mungkin oleh para pemilik akun. Hal tersebut biasa dijadikan kesempatan bagi seseorang untuk membangun citra diri dan mengelola kesan atas sosok dirinya di dunia virtual. Beberapa individu berusaha untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin, seperti menunjukkan hobi yang ia geluti ataupun membentuk citra profesional dari pekerjaannya.

Dari beberapa hal yang telah penulis paparkan di atas, tidak menutup kemungkinan bahwa apa yang terjadi di dunia maya, dalam hal ini Twitter, dapat berbeda dengan realita yang ada di dunia nyata. Segala unggahan bisa dikemas sedemikian rupa agar terlihat menarik bagi pengikutnya di Twitter. Bagaikan sedang mengelola kesan, pemilik akun pseudonim terlihat seperti bersandiwara, segala cuitan yang ada di linimasa bagai panggung pentasnya, serta pengguna akun tersebut adalah aktor utamanya.

Kegiatan pengelolaan kesan untuk membangun citra yang sesuai dengan keinginan diri sendiri menjadi kasus yang menarik perhatian, termasuk para ahli komunikasi. Pengelolaan kesan dilakukan untuk mendapat persetujuan dari orang lain atas citra yang sedang dibangun oleh seseorang. Berangkat dari pemikiran seorang sosiolog Amerika, yakni Erving Goffman, yang pernah berpendapat dalam bukunya yang berjudul "*Presentation of Self in Everyday Life*" bahwa dramaturgi merupakan pandangan tentang kehidupan sosial yang seolah-olah bagaikan permainan drama dalam sebuah pementasan. Orang yang sedang berinteraksi dapat mengelola kesan yang ia inginkan agar dapat dinilai sesuai dengan citra yang ingin ia peroleh dari orang lain (Ritzer & Goodman, 2008).

Untuk memainkan sebuah peran, seorang aktor perlu melakukan persiapan agar penonton tertarik dengan apa yang ia tampilkan. Begitu pula dengan proses pengelolaan kesan di media sosial, dalam hal ini adalah Twitter. Pengguna akun pseudonim berperan sebagai aktor yang harus mempersiapkan pentas di akunnya yang dianggap sebagai *front stage* dan dengan pengikutnya yang dianggap sebagai audiens. Penampilan di *front stage* merupakan fokus utama yang dilihat dan dinilai oleh orang lain untuk kemudian diberi persepsi dan penilaian terhadap para pengguna akun pseudonim.

Pada hakikatnya, setiap individu secara sadar melakukan pengelolaan kesan dalam berinteraksi sosial. Hal ini dilakukan karena setiap individu ingin mempresentasikan dirinya di hadapan orang lain melalui citra diri yang sesuai dengan keinginan dirinya dan lingkungan tempat ia berada. Pada era teknologi, internet dan media sosial menjadi bagian yang sulit dipisahkan dari lingkungan manusia, tak terkecuali di Indonesia. Berdasarkan data yang dikelola oleh We Are Social hingga Januari 2020, pengguna aktif media sosial di Indonesia tercatat mencapai 160 juta pengguna (Kemp, 2020). Data tersebut menunjukkan bagaimana media sosial menjadi pengaruh besar di lingkungan masyarakat Indonesia. Fenomena tersebut membuat praktik pengelolaan kesan tidak hanya terjadi di dunia nyata, namun juga terjadi di dunia virtual. Citra diri yang ditampilkan seseorang di media sosial tidak selalu menggambarkan pribadi orang tersebut di dunia nyata. Begitupun dengan teori dramaturgi yang diutarakan oleh Erving Goffman, yang menganggap kehidupan sosial sebagai rangkaian pementasan drama. Seperti halnya para aktor yang bermain peran di panggung teater, setiap individu juga berusaha membentuk kesan diri sesuai dengan keinginan mereka agar dapat dilihat dan dinilai oleh orang lain.

Internet memungkinkan manusia untuk mengelola sosok baru, baik yang bersifat individual ataupun kelompok. Hal tersebut juga memungkinkan terbentuknya komunitas virtual. McQuail (2011) mengatakan bahwa terdapat banyak penelitian empiris mengenai komunitas virtual yang biasanya terbentuk berdasarkan kepentingan yang sama, misalnya komunitas penyuka *Korean pop*, penyuka *anime*, film, ataupun buku. Internet benar-benar menjadi penyalur bagi masing-masing individu untuk menemukan orang-orang dengan ketertarikan yang sama secara lebih luas tanpa halangan jarak. Dengan begitu, orang-orang dapat lebih mudah dalam menemukan komunitas yang sesuai dengan minatnya di internet. Begitu pula dalam mempermudah seseorang untuk melakukan praktik pengelolaan kesan di dunia virtual yang berbeda dengan kesannya di dunia nyata.

Berdasarkan dari keadaan tersebut, peneliti tertarik untuk menelaah secara lebih dalam mengenai apa saja yang mereka lakukan di akun pseudonim (Cyber Account)? Bagaimana cara mereka mengelola kesan di panggung depan? Hal ini sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut. Namun pada penelitian kali ini, penulis hanya memberikan fokus terhadap Cyber Account, atau biasa disebut CA, dikarenakan kategori akun inilah yang paling sering penulis jumpai di *platform* Twitter dan penulis sendiri pernah menjadi salah satu pengguna Cyber Account.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini ialah mengenai bagaimana para pengguna akun pseudonim mengelola kesan di panggung depan dan apa saja yang mereka lakukan di akun tersebut.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian signifikansi penelitian di atas, maka peneliti memfokuskan penelitian dengan membuat pertanyaan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yang terdiri dari:

1. Apa latar belakang pengguna memakai Cyber Account?
2. Bagaimana pengguna Cyber Account memandang citra diri di hadapan khalayak?
3. Bagaimana praktik pengelolaan kesan yang dilakukan oleh pengguna Cyber Account pada panggung depan (*front stage*) di media sosial Twitter?
4. Bagaimana panggung belakang pengguna Cyber Account?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan signifikansi penelitian dan pertanyaan penelitian yang telah disajikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui latar belakang pengguna memakai Cyber Account.
2. Mengetahui pandangan pengguna Cyber Account mengenai citra dirinya di hadapan khalayak.
3. Mengetahui praktik pengelolaan kesan yang dilakukan oleh pengguna Cyber Account pada panggung depan (*front stage*) di media sosial Twitter.
4. Menelaah panggung belakang (*back stage*) pengguna Cyber Account

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak, terutama bagi penulis dan pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini ialah:

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Apabila pada penelitian-penelitian sebelumnya sudah banyak membahas fenomena terkait pengelolaan kesan di dunia nyata yang ditelaah secara mendalam dengan studi dramaturgi, maka pada penelitian ini fenomena yang dibahas berada di dunia maya. Oleh karena itu, manfaat akademis dari penelitian ini ialah untuk mengembangkan studi dramaturgi di ranah virtual, yaitu pada akun pseudonim di Twitter.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang berlaku untuk para pengguna Cyber Account serta masyarakat secara umum terkait informasi mengenai adanya praktik pengelolaan kesan di Twitter, terutama yang dilakukan oleh para pengguna Cyber Account. Sehingga, dapat tercipta pemahaman yang lebih baik terhadap perkembangan Twitter sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharap dapat memberikan *insight* bagi khalayak yang sedang membangun *personal branding* atau citra diri melalui media sosial Twitter.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan uraian mengenai signifikansi penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Peneliti menjelaskan hal-hal yang menjadi pertimbangan utama dalam penentuan judul, pokok permasalahan, dan objek yang diambil untuk diteliti lebih dalam.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijabarkan uraian terkait komunikasi yang berhubungan dengan penelitian. Bab ini terdiri dari teori dasar, definisi konsep, serta kerangka berpikir yang dijelaskan guna menjadi landasan dan gambaran serta pemahaman untuk kepentingan analisis yang diperoleh peneliti.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan metode pengumpulan data, penentuan informan, teknik analisis, data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian. Pada bab ini juga peneliti menguraikan tata cara dalam menganalisis data sesuai topik penelitian.



#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil penelitian yang didapat dari proses pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data berdasarkan hasil temuan di lapangan. Peneliti juga membahas secara detail dan sejelas mungkin guna menonjolkan aspek teoritis dengan segala perbandingan dengan premis-premis dan penelitian terhadulu yang ada di dalamnya.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian akhir ini, peneliti menulis kesimpulan dari data yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Ditulis secara ringkas dan padat, serta jelas. Peneliti wajib memberikan saran bagi para subjek penelitian, khalayak umum dan peneliti berikutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini berisi sumber-sumber yang dijadikan referensi, seperti buku, jurnal, dan media digital lainnya.

#### **LAMPIRAN**

Bagian ini berisikan lampiran yang mendukung hasil penelitian dan segala persyaratan yang sudah ditentukan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.