**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1.1. Konteks Penelitian

*Vlog* merupakan singkatan dari *visual blog* yang memiliki arti yaitu suatu bentuk kegiatan *blogging* dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama. Orang yang membuat dan mengunduhnya di sebut *vlogger*.

*Vlog* ini biasanya di unduh ke dalam Youtube. Youtube merupakan media sosial berbagi video. Biasanya berisikan konten klip film, klip TV, dan klip video music. Selain itu ada pula konten amatir seperti video orisinil pendek, video pendidikan, dan blog video. Kebanyakan konten di Youtube diunggah oleh individu, seperti blog video atau yang biasa dikenal dengan *vlog*.

. Berbagai perangkat seperti ponsel kamera, kamera digital yang bisa merekam video, atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktifitas video blogging. Biasanya, *vlog* berisikan dokumentasi tentang hidup / kehidupan seseorang, pikiran, opini, atau ketertarikan. *Vlog* masih dapat disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet. *Vlog* biasanya ada juga yang dilengkapi dengan keterangan teks atau gambar foto, serta untuk beberapa *vlog* menyantumkan metadata lainnya.

Video blogging sendiri dapat dibuat dalam bentuk rekaman satu gambar atau rekaman yang dipotong ke beberapa bagian. Dengan perangkat lunak yang tersedia, seseorang dapat menyunting video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio, serta menggabungkan beberapa rekaman ke dalam satu gambar, sehingga menjadi suatu rekaman video blogging yang padu.

Dalam penggunaan media sosial, tentunya hampir semua orang memiliki *impression management* yang ingin mereka sampaikan kepada orang lain. Citra diri seperti apa yang akan ia tonjolkan agar orang lain memandang dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan.

Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan kesan” (*impression management*), yakni teknik- teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesa-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Goffman, wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage*) yang ditonton khalayak penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara mempersiapkan dirinya (Mulyana, 2008: 114).

Pencitraan yang ditampilkan di media sosial tidak selalu menggambarkan pribadi orang tersebut. Ini sesuai dengan teori dramaturgi Erving Goffman yang menyatakan bahwa kehidupan sosial seseorang merupakan serangkaian penampilan dramatik seperti halnya orang-orang yang melakukan pertunjukan di panggung teater, di mana seseorang berusaha membentuk kesan yang mereka inginan untuk dilihat orang lain.

Hal senada juga dikemukakan oleh Mulyana (2006: 112) bahwa Goffman mengasumsikan 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 aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

*Impression management* bisa dengan mudah dilakukan di media sosial, karena media sosial mempunyai kemampuan untuk menyebarkan suatu pesan atau informasi secara tepat dan luas. Sebuah *image* atau *impression management* di muka publik melalui media sosial merupakan bahasan yang menarik karena berkaitan dengan bentuk interaksi baru menggunakan media sosial, terutama Youtube yang tentu saja mempunyai aturan yang berbeda dengan dunia nyata.

Dalam kehidupan, manusia di dunia ini tidak dapat dilepaskan dari aktifitas berkomunikasi karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dalam tatanan kehidupan bermasyarakat. Aktifitas komunikasi dapat terlihat pada setiap aspek kehidupan sehari-hari, yaitu sejak bangun tidur di pagi hari sampai dengan manusia beranjak tidur pada malam hari. Hal tersebut membuktikan betapa pentingnya komunikasi dalam tatanan kehidupan sosial. Dengan kata lain, komunikasi menjadi ‘jantung’ dan kehidupan kita. Tanpa disadari bahwa pada prinsipnya tidak seorang pun dapat melepaskan dirinya dari aktivitas komunikasi.

Perkembangan umat manusia dalam melaksanakan komunikasi dari segi kualitas maupun kuantitas mengalami peningkatan pesat dari waktu ke waktu. Komunikasi merupakan transmisi dari satu orang ke orang lain dengan pengirim ataupun penerimanya yang spesifik.

Alternatif komunikasi masyarakat modern saat ini menyebabkan tuntutan manusia terhadap kebutuhan informasi semakin tinggi, Hal itu turut melahirkan kemajuan yang cukup signifikan dalam bidang teknologi. Peningkatan di bidang teknologi, informasi, serta komunikasi mengakibatkan dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang, dan waktu.

Seseorang dapat dengan mudah mengakses informasi penting tentang fenomena kejadian di belahan dunia lain, tanpa harus berada di tempat tersebut. padahal untuk mencapai tempat itu memakan waktu berjam-jam, namun hanya dengan seperangkat komputer yang memiliki koneksi internet, informasi dapat diperoleh dengan hitungan detik.

Melalui media baru, media sosial diperkenalkan. Komunikasi yang sering dilakukan saat ini lebih sering dilakukan melalui internet, yaitu melalui media sosial. Media sosial menjadi sebuah media yang penting karena kehadirannya membuat perubahan besar dalam penyampaian pesan.

Pada rutinitas kita yang sangat padat ini, situasi dan kondisi sangat tidak mendukung untuk bertemu, bersosialisasi atau sekedar bertegur sapa kepada teman-teman yang sudah lama tidak bertemu, di luar kota, ataupun di tempat yang berbeda. Sekarang sudah tidak ada hambatan lagi untuk menembus ruang dan waktu, karena sudah tersedia berbagai media sosial sekarang ini, tinggal kita memilih media sosial yang mana yang cocok dengan diri kita atau tujuan kita menggunakan media sosial tersebut.

Penulis tertarik untuk meneliti “Bagaimana *impression management* *vlogger* sebagai eksistensi diri melalui media sosial Youtube”. Dalam hal ini, penulis menggunakan teori dramaturgi Goffman, salah satu prinsipnya adalah *impression management*, bagaimana seorang *vlogger* menampilkan dirinya di depan orang lain, bagaimana konsistensinya dalam memainkan perannya sebagai vlogger, serta bagaimana caranya agar dapat mempersuasi orang lain agar orang tersebut bertindak sesuai dengan keinginannya.

Sikap seperti itu penting dimiliki oleh *vlogger* yang menjadi objek penelitian. Bagaimana cara mereka membentuk citra dan mengelola kesan yang positif dengan menggunakan media sosial Youtube sehingga berpengaruh terhadap proses pembentukan kesan yang ingin mereka sampaikan kepada orang lain.

**1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan tema sentral masalah yang dihadapi dalam penelitian. Tanpa masalah, penelitian tidak dapat dilaksanakan. Masalah merupakan suatu keadaan yang bersumber dari hubungan antara dua factor atau lebih yang menghasilkan situasi yang membingungkan.

Berdasarkan konteks penelitian, maka penulis memfokuskan masalahnya menjadi “Bagaimana *Impression Management* Vlogger sebagai Eksistensi Diri melalui Media Sosial Youtube?”

**1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Melihat perumusan masalah di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan sebagai masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana panggung depan *(front stage)* *vlogger*

2. Bagaimana kehidupan panggung belakang *(back stage)* *vlogger*

3. Bagaimana *impression management* yang dibentuk oleh *vlogger*

**1. 3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan yang penulis ajukan dalam masalah penelitian. Meskipun pada dasarnya, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fenomena pengelolaan kesan *(impression management)* dan pembentukan konsep diri seorang *vlogger* dalam media sosial youtube.

Berdasarkan masalah penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui panggung depan *(front stage)* seorang *vlogger.*

2. Untuk mengetahui panggung belakang *(back stage)* seorang *vlogger.*

3. Untuk mengetahui *impression management* yang dientuk oleh *vlogger.*

**1.3.2. Kegunaan Penelitian**

**1.3.2.1. Kegunaan Secara Teoritis**

Diharapkan penelitian ini berguna untuk memperkaya penelitian dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam pemahaman tentang bagaimana mengelola kesan dan pembentukan konsep diri seorang *vlogger*  dalam media sosia youtube.

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau bahan telaah bagi peeliti lain yang meneliti masalah yang sama atau dengan menggunakan studi pendekatan yang sama (dramaturgi).

**1.3.2.2. Kegunaan Praktis**

Dengan adanya penelitian ini, dapat menyumbangkan pemikiran serta menambah informasi terhadap perkembangan ilmu komunikasi terutama dalam aspek sosial di media sosial.

Melalui penelitian ini, pembaca dapat mengetahui tentang bagaimana mengelola kesan dan pembentuka diri seorang *vlogger*, dilihat dari perspektif panggung depann *(front stage)* dan panggung belakang-nya *(back stage)* dalam media sosial youtube untuk bersosialisasi atau berinteraksi dengan orang lain.