

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kemajuan teknologi dan perkembangan media sosial membawa banyak fenomena baru dalam kehidupan masyarakat. Fenomena ini menciptakan lingkungan dimana individu tidak hanya membangun identitas utama mereka, tetapi juga menciptakan sebuah ruang untuk mereka dapat mengekspresikan diri dalam bentuk yang berbeda di dunia maya.

Sejak kemunculannya, internet telah menyederhanakan proses komunikasi dan pertukaran informasi secara global, dimana komputer saling terhubung dalam satu jaringan untuk bertukar informasi. Ciri khas dari masyarakat informasi adalah peningkatan jumlah pengguna internet, dengan munculnya berbagai situs yang menyediakan beragam jenis informasi. Hal ini juga ditandai dengan meningkatnya industri global dan pergeseran semua media ke format digital, memungkinkan pertukaran informasi menjadi lebih mudah. Saat ini kehadiran internet telah memunculkan komunitas *online* yang sebelumnya hanya terbatas pada pertemuan tatap muka, namun dengan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi, seseorang dapat berinteraksi dengan orang lain tanpa batasan dan bebas berteman dengan siapa saja. (Alyusi, 2018)

Internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau dunia maya, memiliki karakteristik yang menyerupai dunia nyata kita sehari-hari. Komunitas adalah kelompok sosial yang terdiri dari individu-individu yang berbagi lingkungan dan umumnya memiliki minat atau kepentingan yang sama. Asal kata “komunitas” berasal dari bahasa Latin “*communitas*”, yang berarti “kesamaan”, kemudian berkembang menjadi “*communis*” yang artinya “sama atau dibagi oleh semua”. Komunitas sering kali terbentuk oleh individu-individu dengan minat, profesi, atau latar belakang yang serupa. Keberadaannya memberikan manfaat bagi anggotanya, mulai dari pertukaran informasi penting hingga peluang bisnis. Dengan kemajuan teknologi internet, seseorang dapat berinteraksi secara *online* dengan siapapun, kapanpun, dan dimanapun di seluruh dunia. Komunitas yang terbentuk melalui jaringan internet ini dikenal sebagai komunitas virtual. (Alyusi, 2018)

Menurut Rheingold (1993), definisi komunitas virtual adalah sebuah entitas sosial yang muncul dari kemajuan teknologi internet, dimana individu-individu berinteraksi secara publik dengan tujuan membentuk jaringan hubungan pribadi di dunia maya. Ini menunjukkan bahwa dalam komunitas virtual, anggota dapat terlibat dalam berbagai aktivitas, baik itu berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung, hanya menggunakan kata-kata dan melalui jaringan komputer. (Alyusi, 2018)

Dalam era digital yang terus berkembang, representasi diri menjadi hal yang krusial dalam perkembangan internet. Karena kehadiran internet membuka identitas baru dalam kehidupan nyata. Representasi diri menjadi semakin kompleks

dengan hadirnya media sosial. Bagaimana seseorang memilih untuk merepresentasikan diri mereka di ruang digital ini seringkali berbeda dari bagaimana mereka berperilaku dalam kehidupan nyata.

Saat ini penggunaan media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, termasuk di kalangan mahasiswa. Media sosial menyediakan platform untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun jejaring sosial. Fenomena ini tidak hanya menciptakan peluang positif, tetapi juga menimbulkan dampak negatif terhadap perilaku mahasiswa.

No.	Nama Data	Nilai / Pengguna
1	Amerika Serikat	98.500.000
2	Jepang	67.900.000
3	India	26.450.000
4	Indonesia	25.250.000
5	Brasil	22.950.000
6	Inggris	22.700.000
7	Turki	20.400.000
8	Meksiko	17.850.000
9	Arab Saudi	15.800.000
10	Thailand	14.350.000

**Gambar 1. 1 Data Pengguna X Secara Global**

(Sumber: Databoks, 2023)

Berdasarkan laporan dari *We Are Social*, jumlah pengguna X secara global mencapai 564,1 juta orang pada bulan Juli 2023. Dalam data bulan Juli 2023, Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna X terbanyak di dunia, dengan jumlah 25,25 juta pengguna. Posisi ini mengalami

kenaikan dari peringkat keenam yang tercatat pada laporan sebelumnya pada bulan Mei 2023.

Dengan demikian, posisi Indonesia sebagai peringkat keempat pengguna X terbanyak di dunia memberikan gambaran betapa signifikan peran X di tengah dinamika media sosial. Platform ini memiliki fokus pada teks, yang memungkinkan penggunanya untuk terlibat dalam percakapan dan wacana seputar isu-isu terkini, menunjukkan perbedaan yang mencolok dengan platform media sosial lainnya seperti Instagram yang lebih menekankan aspek visual.

X tergolong ke dalam platform *microblogging* dengan ciri khas pembatasan jumlah karakter. Dengan adanya hal tersebut, penyebaran informasi menjadi *to the point* dan tidak melebar. Selain itu, X menyediakan fitur *thread* yang memungkinkan pengguna untuk menyampaikan informasi atau cerita dalam bentuk rangkaian cuitan, sehingga mempermudah mereka untuk berbagi informasi atau cerita dengan para pengikutnya. (Rahmalia, 2023)

Meskipun X merupakan media sosial yang tidak mengedepankan konten visual, tetapi para penggunanya dapat merepresentasikan diri mereka melalui pembuatan profil yang mencakup foto profil, bio singkat, dan tautan ke situs web atau platform lain. Mereka juga mengekspresikan diri melalui *tweet* (cuitan), yang dapat berupa pendapat, pengalaman pribadi, atau berbagai konten seperti gambar, video, dan tautan. Selain itu, interaksi dengan pengikut, *retweet*, *like*, dan partisipasi dalam percakapan atau tagar tertentu juga menjadi cara pengguna X untuk membangun dan mengekspresikan identitas mereka di platform tersebut. (Columbres, 2024)

Istilah *ngalter* banyak dijumpai melalui media sosial, khususnya X. Melalui kaca mata sosial, *ngalter* sering dianggap hal yang bernilai negatif atau kurang baik. Hal ini didasari oleh para penggunanya yang sering menggiring opini mengenai isu-isu tertentu, bahkan mengakses akun bot yang berfokus pada konten dewasa atau *menfess* yang bersifat kontroversial. *Ngalter* diartikan sebagai kegiatan dimana seseorang membuat akun anonim selain akun utama untuk melakukan suatu aktivitas, tanpa terikat oleh norma atau batasan sosial yang berlaku dalam kehidupan sosial kita. (Simbolon dalam Liputan6, 2022)

*Alter* diperoleh dari bahasa Latin “*Alter Ego*”, yang merujuk pada “diri lain” atau sisi lain dari seseorang yang biasanya disembunyikan dari masyarakat. Namun, ada pandangan lain yang menganggap *Alter* hanya sebagai singkatan dari “alternatif” atau akun cadangan dari akun utama. Hal ini tercermin dalam penampilan identitas di profil dan bahasa yang digunakan. Dari segi penampilan identitas, akun *Alter* tidak menggunakan nama lengkap atau panggilan serta foto yang mempresentasikan kepribadian di dunia maya, berbeda dengan akun utama. (Prakoso, 2019)

Pada awal kemunculannya, akun *Alter* sering diisi dengan konten tentang hobi, meng-*hype* idola, sambat atau mengeluh mengenai kehidupan sehari-hari, memberikan pandangan kritis terhadap suatu isu, hingga menyampaikan kritik terkait pemerintah melalui media sosial. Namun seiring perkembangan waktu, akun *Alter* sering digunakan untuk mengunggah foto-foto syur atau bahkan menjual foto

orang lain menggunakan akun bodong demi mendapatkan keuntungan pribadi. (Kirana & Pribadi, 2023)

Sejumlah akun sering kali mencantumkan nomor dompet elektronik atau *e-wallet*, seperti Ovo, Gopay, dan ShopeePay. Beberapa di antara mereka juga tidak keberatan untuk menjadi pasangan FWB (*Friends With Benefit*). FWB sendiri dapat diartikan sebagai hubungan tanpa status, dimana masing-masing pihak terlibat dapat memperoleh “keuntungan” dalam hubungan tersebut. Hubungan tanpa status yang dimaksud adalah melakukan seks tanpa ada ikatan apapun dari masing-masing pihak. Mereka melakukan FWB dengan orang-orang asing yang dikenal melalui *auto base* atau bot X. (Kirana & Pribadi, 2023)

Alasan seseorang membuat akun *Alter* karena mereka dapat bebas berekspresi, menyampaikan pendapat yang tidak populer atau *unpopular opinion*, menunjukkan identitas asli, dan memberikan pendapat yang *anti-mainstream* atau pendapat yang berbeda dari suara mayoritas karena takut dinilai sebagai orang yang tidak umum. Dengan menggunakan akun *Alter*, orang yang membaca cuitan tersebut tidak dapat langsung menghakimi karena mereka tidak mengetahui identitas aslinya seperti apa. (Simbolon dalam Liputan6, 2022)

Lebih dalam lagi, alasan utama seseorang menggunakan akun *Alter* karena mereka merasa bahwa menggunakan media sosial juga perlu menjaga *image*. Terkhusus bagi mereka yang sudah memiliki pekerjaan, karena takut akan adanya jejak digital. Selain itu, di zaman sekarang banyak orang menggunakan istilah *cancel culture* atau budaya pembatalan, yang secara simpel memiliki arti bahwa

orang tersebut diboikot oleh masyarakat. Seseorang dapat dengan mudah diisolasi atau dikecualikan dari suatu lingkungan sosial karena perkataan atau tindakan yang tidak sesuai dengan norma sosial pada umumnya. (Garry dalam Froyonion, 2021)

Mahasiswa sebagai kaum terpelajar tentunya memiliki pemahaman mendalam tentang bagaimana mereka mempresentasikan diri sendiri dalam berbagai konteks, termasuk di lingkungan akademis, sosial, dan digital. Ini mencakup pemahaman tentang bagaimana mahasiswa mengelola identitas mereka, membangun citra diri, dan berinteraksi dengan orang lain dalam komunitas mereka.

Mahasiswa seringkali dihadapkan pada tekanan untuk mempresentasikan diri mereka secara positif di depan teman sebaya, dosen, dan masyarakat umum. Pada saat yang sama, mereka juga menghadapi tantangan dalam mengatasi stereotip sosial, dan tekanan akademis. Melalui media sosial dan platform digital lainnya, mahasiswa memiliki kesempatan untuk memperluas jangkauan representasi diri mereka, tetapi juga rentan terhadap kesalahpahaman dan penilaian dari orang lain.

Representasi diri mahasiswa di media sosial, khususnya di kota Bandung, menjadi substansi yang penting untuk dipahami dalam konteks perkembangan zaman yang semakin digital. Fenomena ini sangat relevan untuk diteliti mengingat peran media sosial sebagai wadah ekspresi diri dan interaksi sosial semakin dominan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan semakin meluasnya penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Kota Bandung, terdapat dinamika kompleks dalam bagaimana mereka mempresentasikan diri secara *online*. Representasi diri di media sosial dapat

mencakup berbagai aspek, mulai dari penampilan fisik, minat, aktivitas, hingga pandangan serta opini terhadap suatu isu. Melalui platform-platform tersebut, mahasiswa memiliki kebebasan untuk membangun citra diri yang diinginkan, sekaligus terlibat dalam interaksi sosial dengan teman sebaya, kelompok, dan masyarakat luas.

Penting untuk diakui bahwa representasi diri *Alter* di media sosial bukanlah hiburan semata. Sebaliknya, hal ini mencerminkan perubahan dinamis yang rumit dalam kehidupan mahasiswa, dimana interaksi sosial melalui media sosial memiliki dampak signifikan terhadap konstruksi identitas mereka. Representasi diri *Alter* mencakup pembentukan identitas tambahan yang berbeda dari diri utama seseorang.

Pada dasarnya setiap orang memainkan peran tertentu dalam kehidupannya. Sesuai dengan pandangan Goffman tentang bagaimana norma, nilai, dan informasi budaya menentukan peran mereka. Dalam interaksi sosial, individu memiliki keinginan untuk menyajikan citra diri yang dapat diterima oleh orang lain. Ia merujuk pada usaha ini sebagai “pengelolaan kesan” (*impression management*), yaitu serangkaian teknik yang digunakan oleh individu untuk membentuk kesan tertentu dalam situasi tertentu, dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Bagi Goffman, sebagian besar atribut, kepemilikan, atau kegiatan manusia dapat dimanfaatkan untuk membangun representasi diri. (Goffman dalam Mulyana, 2018)



Demikian juga dengan *Alter*, dalam representasi diri mereka dapat memerankan beragam karakter dan menampilkan identitas yang sesuai untuk menonjolkan aspek-aspek tertentu dari diri mereka. Mereka akan menggunakan atribut khusus dalam merepresentasikan diri. Representasi diri inilah yang digambarkan Goffman sebagai bagian dari cara individu mengirimkan pesan tentang diri mereka sebagai aktor yang beraksi di atas panggung, sesuai dengan skenario yang telah mereka buat.

Goffman dalam Mulyana (2018) menggambarkan usaha seseorang untuk mempengaruhi orang lain disebut sebagai pertunjukan (*performance*). Beberapa dari pertunjukan ini mungkin direncanakan untuk mendapatkan respons tertentu, sementara yang lainnya mungkin terjadi lebih spontan dan terasa lebih alami. Namun, pada intinya, tujuan dari setiap pertunjukan tersebut tetap sama, yaitu untuk meyakinkan orang lain agar melihat kita sebagai sosok yang ingin kita pertunjukkan.

Goffman menyatakan bahwa individu memainkan peran dalam interaksi sosial untuk membuat orang lain yakin tentang diri mereka. Seperti seorang aktor di atas panggung, individu harus yakin dengan peran yang mereka mainkan sebelum orang lain bisa memercayainya. Peran yang dimainkan merupakan karakter yang telah diproyeksikan, dan melalui interaksi tersebut individu mengembangkan identitas mereka. Goffman juga mengemukakan bahwa ada beragam peran yang tersedia bagi individu untuk di adopsi, namun mereka terbatas oleh peran sosial yang ada dalam masyarakat pada waktu tertentu. (Alif Iman, 2023)

Jika di dunia nyata, ruang privasi dianggap sebagai panggung belakang dimana individu berinteraksi dengan diri mereka sendiri, maka ketika memasuki dunia digital, seperti media sosial, dimana batas spasial antara kehidupan nyata dan di dunia maya sering kali kabur. Dalam konteks dramaturgi Goffman, dibagian belakang panggung, bukan berarti terjadi keaslian seseorang mencerminkan sejauh mana seseorang atau sesuatu itu memperlihatkan dirinya dengan cara yang sesuai dengan keadaan sebenarnya atau dengan apa yang dipercayai oleh orang lain. Dalam beberapa konteks, keaslian tersebut juga dapat merujuk pada kesetiaan terhadap nilai-nilai, keyakinan, atau identitas individu atau kelompok.

Melalui pendekatan dramaturgi, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui panggung depan dan panggung belakang representasi diri dalam konteks media sosial X melalui pengelolaan kesan (*impression management*), dengan berfokus pada fenomena akun *Alter* di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan. Dengan memahami lebih dalam bagaimana individu membentuk identitasnya dan berinteraksi dengan orang lain melalui representasi diri di media sosial. Peneliti menggunakan metodologi kualitatif, yaitu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang dinyatakan secara tertulis atau lisan, serta mengamati perilaku orang tersebut. (Bogdan dan Taylor dalam Moleong, 2017)

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Dalam penelitian “Representasi Diri *Alter* pada Media Sosial X (Studi Dramaturgi Mahasiswa Universitas Pasundan)”, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian untuk mengetahui :

1. Bagaimana panggung depan pengguna *Alter* di media sosial X?
2. Bagaimana panggung belakang pengguna *Alter* di kehidupan nyata?
3. Bagaimana representasi diri pengguna *Alter* di media sosial X?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui panggung depan pengguna *Alter* di media sosial X.
2. Untuk mengetahui panggung belakang akun *Alter* di kehidupan nyata.
3. Untuk mengetahui representasi diri pengguna *Alter* di media sosial X.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

##### **1.3.2.1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengembangan Ilmu Komunikasi, terutama dalam konteks representasi diri dan kajian dramaturgi.

##### **1.3.2.2. Kegunaan Praktis**

Hasil dari penemuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif, pengetahuan, dan pemahaman yang baru bagi pembaca dan peneliti. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi akademis sehingga dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian masa depan yang memiliki fokus tema yang serupa.