

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media sosial adalah sebuah wadah atau media penghubung yang berfokus kepada pengguna, seperti halnya untuk memfasilitasi pengguna dalam beraktifitas dan bekerja sama di dalamnya. Media sosial menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015) lewat fungsinya juga dikenal sebagai fasilitator atau medium secara *online* untuk mengeratkan hubungan antar penggunanya dan juga membentuk sebuah ikatan sosial. Media sosial juga dikenal sebagai konvergensi media antara komunikasi personal dengan media publik menurut pendapat Mieke dan Yoong dalam Nasrullah (2015), dimana komunikasi personal memiliki artian individu yang saling berbagi informasi dan juga media publik adalah wadah berbagi kepada siapa saja.

Dalam ranah teknologi, Boyd dalam Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah kumpulan *software* dengan fungsi menjadi medium bagi komunitas atau individu untuk berkumpul secara *online* melalui koneksi internet. Perbedaan yang nampak pada media sosial adalah adanya *user-generated content* dimana konten-konten yang ada di media sosial dihasilkan oleh pengguna bukan seperti halnya media massa yang kontennya dihasilkan oleh editor. Putoadi (2011) menjelaskan bahwa media sosial mewadahi aktifitas yang berlangsung secara dua arah baik halnya kolaborasi, pertukaran, jalinan relasi dalam bentuk audio, visual dan tulisan, selain itu sosial media didasari pada tiga hal yakni *sharing*, *collaborating* dan *connecting*. Adanya enam kategori besar untuk meninjau pembagian media sosial menurut Nasrullah (2015) yakni:

1. *Social Networking*: Merupakan media jejaring sosial dimana hal tersebut menjadi suatu yang paling populer, media tersebut berfungsi sebagai sarana pengguna untuk melakukan interaksi, menjalin hubungan sosial. Karkter utama dalam *social networking* adalah adanya jaringan relasi pertemanan.

2. *Blog*: *Blog* atau jurnal online adalah media sosial yang digunakan untuk membagikan aktifitas keseharian pengguna, mengomentari artikel, membagikan artikel kepada pengguna lainnya.
3. Jurnal online sederhana atau *microblog (micro-blogging)* Tidak berbeda dengan jurnal online (*blog*), *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh *microblogging* yang paling banyak digunakan adalah Twitter.
4. Media berbagi (media *sharing*) Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau snapfish.
5. Penanda sosial (*social bookmarking*) Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online.
6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*) Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

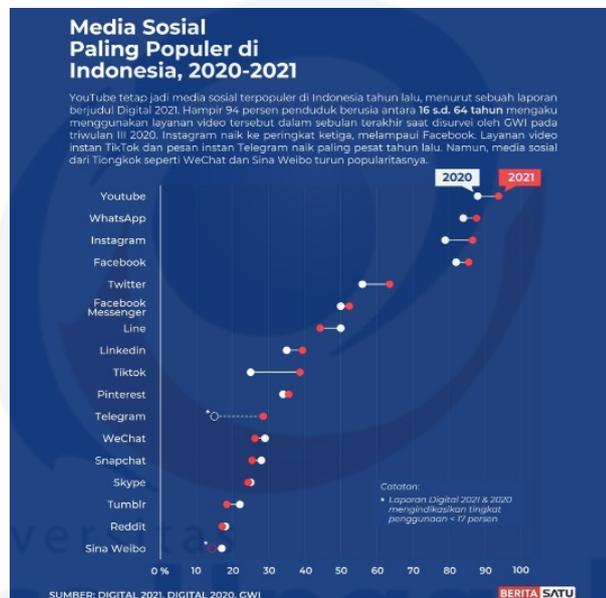
Kehadiran media sosial memudahkan manusia untuk berinteraksi dan membentuk citra diri mereka. Salah satu adalah media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan ini adalah media sosial Instagram. Instagram dapat memberikan ruang bagi pengguna untuk berinteraksi, menampilkan, membentuk serta membagikan dirinya dalam bentuk apa yang ingin disampaikan kepada khalayak melalui foto, video dengan keterangan (*caption*) serta dengan adanya kolom komentar (Prasetyani, 2019).

Media sosial Instagram diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 dan mampu menjangkau 25 ribu pengguna di hari pertama. Selain itu, nama Instagram merupakan kependekan dari kata “insta-telegram” berarti kemudahan dalam

mengambil serta melihat foto yang kemudian dapat dikirimkan atau dibagikan kepada orang lain. Ciri khas aktivitas jejaring sosial yang paling mencolok ini adalah kemampuannya untuk saling *follow* sesama pengguna, kemudian berkomentar, *mention* pengguna lain dan memberikan tanda suka (*like*) pada foto (Atmoko, 2012).

Saat ini angka pengguna Instagram di Indonesia mencapai kurang lebih 88% sehingga Instagram menempati posisi ketiga media sosial yang paling banyak digunakan melampaui Facebook.

Gambar 1 Media Sosial Paling Populer 1 di Indonesia, 2020-2021



Sumber: GWI (Global Web Index), Berita Satu

Media sosial Instagram digunakan untuk berbagai keperluan yang beragam, mulai dari berinteraksi, berbagai pengalaman, hingga melakukan promosi maupun jual beli barang dan jasa. Instagram sendiri memiliki tampilan visual yang menarik untuk mendorong para penggunanya untuk mengunggah foto dengan konsep yang diatur dengan sedemikian rupa dengan tujuan membentuk susunan foto unggahan yang rapi di *feeds* Instagram masing-masing penggunanya. Dengan adanya fitur-fitur tersebut, Instagram diyakini dapat memudahkan penggunanya untuk memperlihatkan *image* diri melalui konsep yang dibangun melalui foto, filter, *caption*, unggahan *story* dan serangkaian fitur lainnya dimana keseluruhan

kehidupan individu pengguna Instagram dapat dilihat oleh orang lain dan dinilai kepribadiannya hanya dengan melihat sebuah profil Instagram.

Dikatakan oleh Graciyal dan Viswan (2018) bahwa media sosial merupakan cerminan *personality* sebuah individu dimana hal-hal yang diunggah ke dalam media sosial mampu menggambarkan mengenai ketertarikan, opini maupun bagaimana orang lain melihat individu tersebut. Usaha pengelolaan sebuah kesan pada saat ini sudah dilakukan oleh sejumlah individu dari berbagai kalangan dan komunitas masyarakat tidak terkecuali atlet yang memiliki sejumlah prestasi di bidang olahraga tertentu. Dengan adanya *interest* serta keunikan yang dimiliki oleh atlet menjadikan sejumlah atlet khususnya di Indonesia memilih untuk menunjukkan kesannya di media sosial antara lain adalah media sosial Instagram. Kesan baik yang ditampilkan atlet kepada pengikut atau *followers* dikenal dengan nama pengelolaan kesan. Pengelolaan kesan sendiri dikatakan oleh Mulyana (2010) merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial yang mempengaruhi ragam interaksi dengan orang lain. Pengelolaan kesan juga dikatakan oleh Hermansyah (2018) sebagai kebutuhan individu dalam mempresentasikan dirinya sebagai seseorang yang bisa diterima oleh orang lain. Pada umumnya pengelolaan kesan digunakan dalam konteks untuk mendapatkan pujian atas pertunjukan, wawancara, mencari respon balik, dan kesuksesan dalam karier.

Pengelolaan kesan merupakan suatu konsep dari teori Dramaturgi yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana proses pengelolaan kesan yang dilakukan atlet di media sosial Instagram. Erving Goffman (1959) dalam karyanya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, menyatakan bahwa individu disebut aktor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal dengan individu yang berinteraksi dengannya, dalam konsep dramaturgi (bermain peran) yang terdiri dari tiga bagian, yaitu *front stage*, *middle stage* dan *back stage*, dimana konsep *front stage* direpresentasikan sebagai presentasi diri. *Front stage* merupakan sisi bagian dari seseorang yang diperlihatkan kepada orang lain. Maka ia akan berusaha memainkan perannya untuk menunjukkan sisi yang ia ingin agar orang lain mengetahuinya (Mulyana, 2007).

Di Indonesia banyak sekali atlet dari macam-macam latar belakang bidang olahraga seperti halnya Jonathan Christie atlet bulutangkis Indonesia dengan *username* @jonathanchristieofficial yang memiliki lebih dari 2 juta pengikut di Instagram, lalu juga terdapat Anthony Sinisuka Ginting yang juga merupakan atlet bulutangkis dengan 1,6 juta pengikut di akun Instagram @sinisukanthony, juga terdapat Lindswell Kwok yang merupakan atlet wushu Indonesia dengan *username* @lindswell_k memiliki 300 ribu pengikut dan juga Kevin Sanjaya yang merupakan atlet bulutangkis Indonesia dengan *username* @kevin_sanjaya yang memiliki sejumlah 2 juta pengikut di Instagram. Sejumlah atlet tersebut memiliki unggahan yang hampir sama yakni menunjukkan dirinya sebagai seorang atlet yang berprestasi serta menunjukkan kesehariannya baik dengan teman maupun keluarganya. Selain dari sejumlah atlet yang disebutkan di atas, terdapat dua atlet yang sedang aktif di media sosial Instagram seperti halnya Anggia Shitta Awanda (@anggiaawanda) dan Rosyita Ekaputri Sari (@rosyitaekaputri). Anggia Shitta Awanda merupakan seorang atlet dengan pengikut (*followers*) 33,5k dengan jumlah *post* 128. Anggia juga merupakan mantan atlit kebanggaan Indonesia yang mempunya sederet prestasi dibidang nya ia merupakan pemain ganda putri yang pernah berpasangan dengan Shella Devi Aulia, ia pernah menjuarai beberapa turnamen seperti juara 1 di Chinese Taipei Terbuka tahun 2015, juara 1 Vietnam International tahun 2015, *runner up* Indonesia International tahun 2015 berpasangan dengan Ni Ketut Mahadewi Istirani dan masih banyak beberapa turnamen yang sudah dicapai.

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Anggia_Shitta_Awanda

Dalam akun Instagramnya, Anggia kerap mengunggah berbagai postingan miliknya untuk berbagi cerita bagaimana cara untuk menjadi atlit badminton dengan semangat ketekunan yang tinggi serta giat berlatih, kadang juga ada sesi tanya jawab dari Anggia kepada *followers*nya dan berbagi ilmu lewat Instagram miliknya. Anggia kini sedang menggemari hobi barunya mengendarai motor *custom* dan suka berbagi cerita melalui *instastory*nya di akun @anggiaawanda hingga *followers*nya menyukai apa yang dia lakukan sampai ada yang mengikuti gaya dari Anggia. Sedangkan Rosyita Ekaputri Sari dengan nama akun

(@rosyitaekaputri). adalah seorang atlet dengan pengikut (*followers*) 25,3k dengan jumlah *post* 51. Rosyita juga merupakan mantan atlet pelatnas Indonesia yang pernah mengharumkan nama bangsa dengan sederet prestasinya di bidang badminton. Rosyita pada saat itu berpasangan dengan Della Destiara Haris dan Maretha Dea Geovani, pernah menjuarai kejuaraan bergengsi diantaranya adalah Juara 1 di Malaysia Internasional pada tahun 2015, Juara 1 di Vietnam Terbuka pada tahun 2014 dan 2016, dan masih banyak prestasi yang sudah ia dapatkan. Seusai keluar dari pelatnas ia menjalani karir badmintonya di club Berkat Abadi hingga sekarang.

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Rosyita_Eka_Putri_Sari

Dalam media sosial instagramnya, Rosyita dengan nama akun (@rosyitaekaputri). sering berbagi cerita dari mulai kesukaannya seperti mendengarkan musik dan menonton film. Rosyita juga merupakan sosok yang pecinta kucing terlihat ia sering memposting kegiatannya bersama kucing kesayangannya. Berbagai posting yang ditampilkan dalam akun @anggiaawanda dan @rosyitaekaputri banyak mendapatkan respon dari *followers* mereka. Posting tersebut memberikan kesan bahwa keduanya merupakan selebgram yang berprestasi dalam bidang olah raga, dan dapat menginspirasi generasi muda untuk berprestasi melalui cabang olah raga badminton.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengelolaan kesan yang di lakukan oleh mantan pelatnas badminton dengan memanfaatkan media sosial instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengeksplorasi dan memaparkan pengelolaan kesan yang di lakukan oleh mantan pelatnas badminton dengan memanfaatkan media sosial instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi, dapat menjadi sarana pembelajaran dan menjadi referensi bagi penelitian berikutnya mengenai pengelolaan kesan di media sosial Instagram.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi para pengguna media sosial Instagram mengenai strategi pengelolaan kesan yang dapat dilakukan di media sosial.