

Kecenderungan Pembentukan *Inauthentic Self- Presentation* Pengguna Instagram

Patrick Humbertus¹, Luh Gede Laksmi Eva Jayanti², Florence Olivia Cuo³, Felicia Laumanto⁴,
Putu Cintya Mas Pradnya D⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Indonesia

Email: patrickhumbertus96@gmail.com¹, evajayanti@gmail.com², florenceolivia@gmail.com³,
felicialaumanto@gmail.com⁴, cintyapradnyad@gmail.com⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi di dunia menjadi semakin pesat. Hal ini ditandai dengan kemunculan dari berbagai platform dengan fitur-fitur yang menarik dengan berbagai kegunaan. Salah satu perkembangan teknologi populer yang ada di dunia adalah media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan, tujuan, dan kepuasan apa yang di dapat oleh individu dengan memunculkan self-presentation yang tidak asli pada media sosial Instagram. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara. Metode wawancara merupakan bentuk yang paling sering dilakukan dalam penelitian kualitatif. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Sebagai makhluk sosial, manusia tentu tidak akan bisa lepas dari lingkungan sosialnya. Sadar tidak sadar, kita pun pada akhirnya memiliki kebutuhan untuk diterima oleh lingkungan sosial tempat kita berada. Self-presentation dalam hal ini akan memainkan peranan yang sangat penting. Penyesuaian demi penyesuaian pada akhirnya mulai dibentuk demi memenuhi kriteria dan ekspektasi sosial, terutama dalam media sosial. masing-masing individu tentunya akan memiliki cara dan strategi yang berbeda. Pertama strategi self-promotion agar dilihat sebagai pribadi yang kompeten dalam melaksanakan tugasnya. Kedua strategi exemplification agar dirinya dipandang sebagai orang yang baik dan positif oleh orang lain. Dalam melaksanakan beberapa strategi tersebut di Instagram, tentunya akan ada konten-konten yang dibuat sedemikian rupa sehingga bisa diterima oleh khalayak ramai.

Kata Kunci: *Inauthentic, Self- Presentation, Instagram*

Abstract

The development of technology in the world is becoming increasingly rapid. This is marked by the emergence of various platforms with interesting features with various uses. One of the most popular technological developments in the world is social media. The purpose of this study is to find out the reasons, goals, and satisfactions that individuals get by bringing up non-genuine self-presentations on Instagram social media. The method used in collecting data in this study was interviews. The interview method is the form most often used in qualitative research. The interview method used in this research is structured interview and unstructured interview. As social beings, humans certainly cannot be separated from their social environment. Consciously or not, we also ultimately have a need to be accepted by the social environment in which we are. Self-presentation in this case will play a very important role. Adjustment after adjustment finally began to be formed to meet social criteria and expectations, especially in social media. Each individual will certainly have a different way and strategy.

The first is a self-promotion strategy to be seen as a person who is competent in carrying out his duties. The second strategy is exemplification so that he is seen as a good and positive person by others. In implementing some of these strategies on Instagram, of course there will be content that is made in such a way that it can be accepted by the general public

Keywords: *Inauthentic, Self- Presentation, Instagram*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di dunia menjadi semakin pesat. Hal ini ditandai dengan kemunculan dari berbagai platform dengan fitur-fitur yang menarik dengan berbagai kegunaan. Salah satu perkembangan teknologi populer yang ada di dunia adalah media sosial. Media sosial ini meliputi Youtube, Twitter, Instagram, Facebook, dan masih banyak lagi, dapat memudahkan kita dalam mengunggah dan menerima informasi dengan cepat dan praktis. Di era digital seperti ini, sebagian masyarakat di dunia telah aktif menggunakan media sosial dan menurut Lusk (2010) (dalam Elwani, 2020), remaja merupakan konsumen utama media sosial. Menurut data yang dilampirkan oleh Data report di bulan Juli 2021, pengguna media sosial di dunia ada sebanyak 4,48 miliar atau setara dengan 57% dari total populasi di dunia. Popularitas dan ketergantungan media sosial di kalangan remaja juga terus meningkat, serta media sosial dapat dianggap sebagai sarana yang paling nyaman untuk digunakan berkomunikasi dan berinteraksi dengan anak-anak dan remaja (Elwani, 2020).

Penggunaan media sosial sendiri seringkali bertujuan untuk membentuk identitas diri dan mengekspresikan diri serta pikiran penggunanya. Menurut Ludin (2014), dari sekian banyak media sosial yang ditawarkan, Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling digandrungi dengan kecepatan pertumbuhan yang paling cepat (Lee & Borah, 2020). Kehadiran media sosial Instagram di kalangan remaja menjadi sebuah fenomena yang menarik, karena media sosial ini berfokus pada foto dan video durasi pendek, peningkatan citra, dan hubungan reciprocal dibandingkan dengan media sosial lain yang berbasis kicauan (Cahya & Yulianto, 2018). Selain itu, dalam Instagram seseorang dapat secara bebas mengunggah foto, mendapatkan like dan komentar, menandari pengguna lain, hingga memperoleh pengikut, dan hal-hal itu cenderung merupakan hal yang membuat penggunanya merasa diterima oleh komunitasnya (Andalibi et al., 2017). Kemudian, dalam hal ini orang akan cenderung membentuk presentasi dirinya masing-masing.

Menurut De Lamater dan Myers (2007) (dalam Kusumasari & Hidayati, 2014) presentasi diri adalah usaha yang dilakukan individu, baik sadar maupun tidak sadar, untuk mengontrol diri sendiri sesuai dengan gambaran yang diinginkan dalam suatu interaksi sosial. Presentasi diri melalui media sosial memberikan kesempatan yang luas bagi pengguna untuk mempresentasikan dirinya secara lebih inventif (Luik, 2012). Namun, tidak sedikit juga pengguna Instagram yang berusaha terlihat “baik” dengan mengedit foto mereka sedemikian rupa untuk diunggah, demi mendapatkan citra diri yang positif dari lingkungan.

Teori utama sebagai acuan penelitian ini adalah Self-presentation Theory yang dikembangkan oleh Goffman. Menurut Goffman (1959) self-presentation merupakan suatu proses berkelanjutan dari manajemen informasi mengenai ekspresi diri yang ditunjukkan dan ekspresi diri yang secara tidak sengaja ditunjukkan. Hal ini melibatkan strategi presentasi diri, yaitu upaya untuk tetap konsisten menunjukkan informasi diri yang diinginkan oleh individu (Hong et al., 2020). Selain itu, dalam karyanya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, Erving Goffman menyatakan bahwa individu, disebut aktor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun nonverbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya (Luik, 2012).

Tworney & O'Reilly (2017) memaparkan bahwa inauthentic self-presentation adalah presentasi

identitas diri yang palsu dan ideal (Larasati, 2020).

Dalam mengembangkan self-presentation, tentunya diperlukan strategi di dalamnya. Berikut 5 strategi presentasi diri menurut Jones & Pittman (dalam Prasetya, 2020):

1. Ingratiation, merupakan strategi yang digunakan ketika seseorang ingin disukai oleh orang lain. Dalam hal ini orang akan menampilkan diri yang cenderung hangat, humoris, dan menyenangkan.
2. Intimidation, strategi ini digunakan ketika seseorang ingin dilihat sebagai seseorang yang berbahaya atau mengintimidasi.
3. Self-promotion, merupakan strategi yang digunakan ketika seseorang ingin menunjukkan bahwa dirinya memiliki kompetensi dan kemampuan. Kemampuan yang ditunjukkan bisa berupa kemampuan umum, atau kemampuan tertentu, seperti kemampuan memasak, berbahasa asing, menggambar, dan lain-lain.
4. Exemplification, strategi ini akan digunakan ketika seseorang ingin terlihat sebagai orang yang baik. Sehingga konten-konten yang diunggah akan lebih bersifat positif dan membangun.
5. Supplication, strategi ini akan menampilkan sosok diri seseorang yang lemah.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara. Metode wawancara merupakan bentuk yang paling sering dilakukan dalam penelitian kualitatif. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya, setiap partisipan akan diberikan pertanyaan yang sama dan dengan urutan yang sama. Wawancara tak terstruktur merupakan wawancara yang bersifat fleksibel, pewawancara bebas memberikan pertanyaan tambahan dari hasil jawaban yang diberikan partisipan namun, masih mengenai topik penelitian (Rachmawati, 2007). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan, tujuan, dan kepuasan apa yang di dapat oleh individu dengan memunculkan self-presentation yang tidak asli pada media sosial Instagram. Partisipan yang di pilih dalam penelitian ini adalah remaja akhir dengan rentang usia menurut Hurlock(1980) adalah 17-21 tahun, merupakan pengguna aktif media sosial instagram dan merepresentasikan dirinya tidak sesuai dengan realitas dalam media sosial instagram.

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan pemahaman untuk memahami pandangan subyek penelitian tentang kehidupan, pengalaman, atau situasi subyek penelitian. Metode wawancara dilakukan online via ZOOM dan pesan *Whatsapp*. Dengan waktu sesuai dengan kebutuhan penelitian serta waktu luang partisipan.

No	Anggota	Waktu Wawancara	Durasi Wawancara
1	L. G. Laksmi Eva	1. Senin, 25 Oktober 2021	22 menit
2	Florence Olivia Cuo	1. Sabtu, 23 Oktober 2021	35 menit 17 detik
3	Putu Cintya Mas Pradnya Dewi	1. Kamis, 14 Oktober 2021	25 menit
4	Felicia Laumanto	1. Sabtu, 23 Oktober 2021	10 menit

Analisis data merupakan langkah yang dilakukan setelah proses pengambilan data dan

merupakan proses yang penting dalam sebuah penelitian (Nugrahani, 2014). Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles & Huberman 1984:23). Analisis data model interaktif Analisis data model interaktif ini memiliki tiga komponen, yaitu:

1. Reduksi data, agar dapat lebih memudahkan reduksi data maka dibuatlah verbatim dari hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan partisipan. Reduksi data ini berisi menggolongkan, menajamkan, dan mengorganisasi data guna dimasukkan dalam pencarian koding dan tema.
2. Sajian data, berisi penyajian data berupa tabel untuk mempermudah dalam mengelompokkan beberapa tema yang telah ditemukan. Tema yang telah dikelompokkan akan diuraikan dalam bentuk narasi yang dikaitkan dengan teori yang telah dipilih.
3. Penarikan kesimpulan/verifikasi.

Ketiga komponen tersebut dilakukan seperti siklus, dimulai dari proses pengambilan data hingga penarikan kesimpulan. jika merasa belum menemukan kesimpulan, peneliti dapat melakukan pengambilan data kembali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengenai Inauthentic Self-Presentation

Sebagai makhluk sosial, manusia tentu tidak akan bisa lepas dari lingkungan sosialnya. Sadar tidak sadar, kita pun pada akhirnya memiliki kebutuhan untuk diterima oleh lingkungan sosial tempat kita berada. Self-presentation dalam hal ini akan memainkan peranan yang sangat penting. Istilah self-presentation sudah mulai banyak digunakan sejak tahun 1959, yaitu tahun ketika Goffman merilis teori mengenai presentasi diri. Menurut Goffman (1959), self-presentation merupakan proses manajemen informasi mengenai bagaimana seseorang ingin dilihat oleh lingkungan di sekitarnya. Penyesuaian demi penyesuaian pada akhirnya mulai dibentuk demi memenuhi kriteria dan ekspektasi sosial, terutama dalam media sosial. Penggunaan media sosial yang sudah menjadi suatu kebiasaan di lingkungan masyarakat, membuat kita menilai orang di sekitar kita melalui media sosial, terutama Instagram. Biasanya ketika baru mengenal orang, kita cenderung melakukan stalking pada akun Instagramnya, seperti foto-foto apa yang diunggah, siapa teman-temannya, bagaimana latar belakangnya. Hal ini tentunya semakin membuat masyarakat berlomba-lomba untuk menyusun profil diri mereka sedemikian rupa agar terlihat sempurna atau sesuai dengan yang mereka inginkan. Sehingga, tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk membentuk presentasi diri yang tidak asli atau inauthentic self-presentation. Tworney O'Reilly (2017) menyatakan bahwa inauthentic self-presentation merupakan suatu presentasi diri yang tidak asli atau autentik, karena kita tidak menunjukkan identitas diri yang sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi pada lingkungan.

"Emm menurut aku inauthentic self presentation adalah kayak saat di mana kita memperlihatkan diri kita sama orang orang diluar itu yang ga sesuai dengan karakteristik kita sebenarnya gitu, anggapannya kayak sekarang kayak fake identity gitu..." Wawancara Rani (E9), 25 Oktober 2021.

"Eee..yang aku tau sih kaya..menunjukkan diri yang bukan sosok kita kayak..orang lain didepan orang gitu atau didepan medsos atau gimana gitu ya itu yang aku paham sih." Wawancara Anya (F04), 23 Oktober 2021.

Apa yang ditunjukkan di Instagram, belum tentu itu yang terjadi di kehidupan nyata kita. Bisa saja identitas itu dipalsukan seperti yang dikatakan oleh Rani dan Anya. Mudah bagi para pengguna

Instagram untuk memalsukan identitas atau karakteristik dirinya di Instagram yang merupakan media sosial berbasis foto dan video. Hanya dengan mengunggah beberapa foto dan video yang sudah di edit sedemikian rupa saja, sudah bisa membangun identitas yang sedemikian rupa di Instagram. Dalam membentuk identitas atau presentasi diri yang sedemikian rupa di Instagram juga bisa dilakukan dengan hanya menampilkan sebagian dari keseluruhan hal yang terjadi dalam hidup kita. Misalkan seperti yang dikatakan Mawar, hanya menampilkan kebahagiaan dan kesempurnaan di Instagram.

“Eee, apa ya? Mungkin lek menurutku, kaya image yang ditunjuk-no ke public sama image-nya dee. Maksudnya, pribadinya dee itu kaya mungkin beda gitu, lho. Jadi misale image yang ditunjukin ke social media itu apa, terus yang sebenere dirie dee itu nggak ditunjukkan semuanya gitu..” Wawancara Yaya (O07), 23 Oktober 2021.

“Hmm, saya pernah sih baca artikel atau di twitter gitu kalau istilah tadi itu penyebutan untuk yang eksis di sosmed gitu ya? Kayak seperti banyak menampilkan kebahagiaan, kesempurnaan di sosial medianya, setau saya sih begitu kalau tidak salah.” Wawancara Mawar (C02), 14 Oktober 2021.

Dalam membentuk identitas atau presentasi diri yang sedemikian rupa di Instagram juga bisa dilakukan dengan hanya menampilkan sebagian dari keseluruhan hal yang terjadi dalam hidup kita. Misalkan seperti yang dikatakan Mawar, hanya menampilkan kebahagiaan dan kesempurnaan di Instagram.

Apa Alasannya?

Self-presentation atau presentasi diri diklaim memberikan dampak mendalam pada berbagai aspek persepsi dan sosial, termasuk dalam membangun hubungan persahabatan. Persahabatan merupakan modal sosial yang bisa diciptakan atau didapatkan oleh seseorang melalui presentasi diri (Lee & Borah, 2020). Opini dan pendapat dari orang lain mengenai diri kita, sedikit-banyak akan memberikan dampak yang cukup signifikan bagi bagaimana identitas yang ingin kita tunjukkan pada masyarakat atau lingkungan sosial. Hal ini terlihat melalui bagaimana perjalanan Yaya, Mawar, Rani, dan Anya dalam mempresentasikan diri mereka di media sosial.

Ekspektasi atau standar sosial memang nyata adanya. Lingkungan sosial bisa memegang andil dalam kehidupan seseorang, mulai dari bagaimana lingkungan itu membentuk dan memaksa seseorang untuk menggunakan topeng yang sama dengan orang lain, hingga bagaimana lingkungan itu mengatur tindak tanduk seseorang. Semua itu akan dituangkan melalui presentasi diri masing-masing individu.

“Iya, saya begitu sih ya, karena saya ingin orang melihat saya itu seperti bahagia, banyak dikenal orang, dianggap seperti seseorang yang idaman, begitu sih.” Wawancara Mawar (C05), 14 Oktober 2021.

“yaa ekspektasiku sendiri itu kan aku tu pengen dilihat ee orang orang tu setelah ketemu aku tu bakal ngerasa kalau aku tuh positif vibes nah setelah mereka ketemu aku tu ee ekspektasiku tu mereka bakal dapat insight baru dari aku.” Wawancara Rani (E35), 25 Oktober 2021.

Siapa sih yang ingin dilihat sebagai pribadi yang menebarkan hawa-hawa negatif di hidupnya? Sebagian besar manusia tentunya ingin dilihat sebagai pribadi yang baik, ingin menampilkan kesan baik, melalui strategi presentasi diri. Mawar dan Rani, keduanya ingin dilihat sebagai pribadi yang positif, menebarkan kebahagiaan, dan memberikan manfaat bagi orang-orang di sekitarnya.

“....beberapa orang orang di surabaya kadang yang aku liat tu agak ambis dalam beberapa hal, kayak keliatan lebih dewasa di Instagramnya. sementara kan aku tu dulu waktu sma masih suka nongkrong gitu kan. nah terus maka dari itu dah, setelah sekian lama aku mengobservasi ngeliat story-story orang orang yang ada dikampus tu, jadi kek aku kan merasa lebih ke malu gitu lo, kita kan udah

kuliah masak masih gini gini aja gitu story-storynya kan, main sana sini, jadi kek dari rasa malu akhirnya kayak tumbuh e di dalam diriku itu untuk memunculkan sesuatu yang bukan diriku yang sebenarnya di Instagram cuma untuk membangun persepsi baik dari teman teman baruku ini.” Wawancara Rani (E31), 25 Oktober 2021.

Rani mulai merasakan keinginan untuk dilihat sebagai pribadi yang positif setelah ia pindah ke Surabaya untuk melanjutkan studinya. Ketika Rani sudah mulai mengenal beberapa orang di sana, ia mulai merasa midir. Pasalnya, orang-orang yang berada di lingkungan tersebut sangatlah ambisius, terlihat lebih dewasa, dan lain-lain. Sehingga ia mulai mengobservasi teman-teman barunya melalui Instagram. Perasaan midir yang dirasakannya itu lah yang membuat Rani mulai memilah-milah apa yang harus ia tampilkan di Instagram. Tak jarang juga Rani memunculkan hal yang “bukan dirinya”, hanya untuk membangun impresi baik dari teman-temannya saat itu.

“Jadi aku kaya di reply gini ‘kamu tuh jangan kaya gitu mukanya, ojek gila-gila gitu, nanti kamu tuh nggak adayang seneng... jadi sekarang aku tuh lek ngepost kaya emang sesuatu yang gila-gila, yang ancen lucu-lucu dik keluargaku, aku males jadinya ke umum, kadang ke close friend. Kalau nggak ya kaya teman-temen yang lain to, sekarang lak semua pasti punya second account.” Wawancara Yaya (O17), 23 Oktober 2021.

Lain halnya dengan Yaya. Ia cenderung menampilkan presentasi diri yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh lingkungan tempat mereka berada, yaitu dengan mengikuti ekspektasi sosial. Hal ini semata-mata dilakukan untuk menghindari kejadian tidak menyenangkan bagi masing- masing dari mereka. Yaya merupakan salah seorang pengguna aktif Instagram. Ia sering mengunggah momen-momen bahagiannya di media sosial berbasis foto dan video tersebut. Momen-momen yang ia unggah biasanya adalah kegilaan dan keserumannya bersama teman-teman dan keluarganya. Namun belakangan ini, ia sedikit lebih membatasi unggahan momen kegilaan tersebut di Instagram karena ia pernah menerima suatu balasan yang mengkritik tingkah lakunya itu. Hal ini tentu membuat Yaya geram, namun pada akhirnya ia pun tetap mengurangi frekuensi unggahan momen kegilaannya itu agar tidak menerima kejadian tidak menyenangkan seperti itu lagi.

“Kaa..kaya menyenangkan aja sih, gitu lho bisa nunjukin ke orang- orang, kalau misalnya kita itu bisa glow up atau kaya kita nunjukin kalau kita bisa upgrade gitu lho jadi yang lebih baik gitu.” Wawancara Anya (F7), 23 Oktober 2021.

Hal yang berbeda dirasakan oleh Anya, ia mendapatkan kesenangan tersendiri ketika ia bisa menunjukkan pada orang banyak bahwa dirinya bisa berubah menjadi sosok yang jauh lebih baik, atau istilah gaulnya glow up.

“Aku Ingin Dilihat Sebagai Orang Yang...”

Dalam membangun suatu impresi di depan khalayak ramai, tentunya masing-masing dari kita akan menerapkan sebuah manajemen impresi atau impression management. Manajemen impresi merupakan suatu cara yang kita lakukan untuk mengelola kesan yang akan atau sudah kita tunjukkan agar sesuai dengan ekspektasi orang lain atau lingkungan. Masing-masing individu tentunya akan melihat dunia dan lingkungan tempat mereka berada dari sudut pandang masing- masing dan menggunakan kaca mata subjektif.

Beberapa mungkin memandang suatu hal akan layak untuk diikuti dan ditiru, namun beberapa dari mereka juga pasti ada yang berpendapat bahwa hal tersebut adalah norak. Semua kembali lagi pada preferensi masing-masing individu, dan hal ini disebut sebagai ideal self. Menurut Tworney &

O'Reilly, ideal self sendiri merupakan karakteristik-karakteristik ideal yang ingin disampaikan pada orang lain. Bisa dalam bentuk fisik, sikap, sifat, dan lain-lain. Orang-orang cenderung akan berusaha mencapai ideal-self dengan membentuk presentasi diri yang sedemikian rupa, bahkan dengan mempresentasikan diri secara tidak asli juga.

"Kalau menurut aku, yang sesuai dengan ideal self yang ideal gitu ya, menurutku kalau ideal self itu kalau kita terlihat dewasa sesuai umur, terus udah kayak gitu kita terlihat bijaksana, abis itu kita terlihat memiliki pembawaan yang positif, menurutku ideal self menurutku gitu sih." Wawancara Rani (E29), 25 Oktober 2021.

Rani mengatakan bahwa diri yang ideal menurutnya adalah ketika kita terlihat dewasa dan bisa bersikap sesuai dengan usia kita. Pembawaan diri yang positif juga masuk dalam kualifikasi diri yang ideal menurutnya. Sehingga dalam membentuk presentasi dirinya, Rani akan berusaha menjadi pribadi yang dewasa, positif, dan bijaksana.

"Kalau..buat ak-ideal ya. Ideal ini ya..mungkin kayak orang yang friendly, gampang ketawa, ya asik diajak ngobrol kayak gitu sih kalau menurutku yang ideal itu. punya, punya obrolan yang menyenangkan gitu- gitu". Wawancara Anya (F21), 23 Oktober 2021.

Lain halnya dengan sosok ideal menurut Anya. Sosok ideal baginya adalah seseorang yang memiliki sifat friendly atau ramah, mudah tertawa, dan menyenangkan untuk diajak berbicara. Jika dipikir-pikir lagi, memang orang cenderung lebih nyaman dengan seseorang yang ramah dan hangat pada orang sekitarnya. Maka tak heran jika hal tersebut masuk dalam preferensi Anya.

"Bagi saya ideal itu yang cantik fisik dan kepribadiannya, kemudian langsing, berat padan ideal, dikenal banyak orang dan disukai banyak orang, terlihat sempurna tanpa kekurangan, bahagia, begitu sih." Wawancara Mawar, 14 Oktober 2021.

Pandangan berbeda juga dimiliki oleh Mawar terkait sosok idealnya. Mawar merasa bahwa seseorang yang cantik luar dan dalam merupakan sosok yang ideal baginya. Seseorang dengan proporsi tubuh yang langsing dengan berat padan yang ideal, seseorang yang dikenal oleh banyak orang dan disukai pula oleh banyak orang, dan seseorang yang terlihat sempurna, tanpa kekurangan dan bahagia hidupnya. Penilaian ideal Mawar mengacu pada beberapa aspek seperti dari segi fisik, kepribadian, dan hubungan sosial.

"Hm, menurutku, orang yang ideal itu orang yang merasa cukup ambe diri e sendiri. Jadi apapun yang terjadi di diri e, misal e dee kaya, kaya aku wes. Ambil contoh aku ae, aku kan pedik, terus pori-pori, pori- pori kulitku gede. Ya wes aku bersyukur ae, "oh Tuhan mungkin ngasih pori pori kulit gede biar aku ga terlalu sombong paling ya.". Jadi sek yah napak gitu lho. Terus wes, tinggi e jok terlalu tinggi, supaya aku tetep (tidak terdengar karena internet putus-putus), kaya gitu-gitu lho, jadi aku merasa cool with it, terus aku deal with it juga. Nyari tau, ini kira-kira ada nggak ya obat peninggi padan gitu to, terus ya skincare ya diusahakan ya. Tapi gimana, kalau emang udah notok nih, ya udah gitu lho, kek nggak memaksakan juga, dan menurutku, ideal e seseorang itu pas dee tuh wes tau kita tuh bahagia nggak dengan ngelakuin ini, kita tuh ngerasa cukup nggak dengan ngelakuin ini (...)" Wawancara Yaya (O39), 23 Oktober 2021.

Kali ini, sosok ideal menurut Yaya sedikit berbeda dengan pendapat dari Mawar, Rani, dan Anya. Seseorang yang bisa merasa cukup dengan dirinya sendiri, bisa mengatasi kekurangan- kekurangan yang ia miliki, dan mengenal kapasitas dirinya sendiri adalah sosok yang ideal bagi Yaya. Yaya juga memberikan perumpamaan mengenai beberapa hal yang ia anggap sebagai kekurangan dalam dirinya, seperti pori-pori kulit yang besar sehingga ia pun mengatasinya dengan mulai mencari skincare yang sesuai, kurang lebih seperti itu.

Kebutuhan Dalam Membentuk Inauthentic Self-Presentation

Demi mencapai ideal-self, masing-masing dari Rani, Yaya, Mawar, dan Anya akan menampilkan false-self nya. False-self merupakan karakteristik diri yang ditampilkan tidak sesuai dengan apa yang terjadi sebenarnya, dan hal ini terjadi karena beberapa motivasi. Motivasi yang dimiliki oleh mereka adalah impressing others, yaitu keinginan untuk menyesuaikan diri terhadap persepsi dan ekspektasi orang lain.

Menurut teori uses and gratifications, individu sadar akan kebutuhan mereka dan bagaimana untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Media hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain (M.A, 2018). Dalam hal ini, masing-masing individu (Rani, Yaya, Mawar, dan Anya) mempunyai pandangan bahwa media sosial Instagram dapat digunakan untuk mendapatkan kepuasan diri untuk terlihat baik dengan cara melakukan Inauthentic Self Presentation. Kebutuhan akan kepuasan diri ini terlihat dari semua partisipan yang telah membentuk Inauthentic Self Presentation merasa puas dan senang mendapatkan perhatian, mampu mengesankan orang lain, hingga mampu mendapatkan penghasilan dari followers dalam media sosial terkhususnya instagram.

“Tujuannya ya karena selain saya memiliki banyak followers, sehingga hal tersebut membuat saya semakin takut untuk mengenalkan diri saya yang aslinya, sehingga saat saya di Instagram, saya berusaha professional untuk terus menampilkan saat diri saya terlihat cantik, sedang ditempat yang bagus, pokoknya menunjukkan bahwa saya baik-baik saja dan bahagia di sosmed. Selain itu juga saya tidak ingin reputasi saya buruk karena jika ada seseorang yang tau mengenai diri saya yang sebenarnya.” Wawancara Mawar, 14 Oktober 2021.

Perwujudan Inauthentic Self-Presentation.

Dalam membentuk identitas diri, tentunya akan diperlukan strategi seperti yang sudah disampaikan oleh Jones & Pittman (dalam Prasetya, 2020). Strategi yang digunakan oleh masing-masing individu tentunya akan berbeda-beda, tergantung tujuan dan motif yang dimiliki.

“Apa ya, jadi ada suatu kejadian di mana aku tuh lagi mengikuti suatu, apa ya namanya, pokoknya satu acara di mana aku tuh harus terlihat tampak sempurna gitu lho. Sedangkan aku iki gak bisa, aku tuh paling gak bisa, pokok e lek aku A ya A, gitu lho. Aku tuh paling males kaya, sok kalem, sok ini, kaya pasti kelepasan. Orang aku ketawa ae kaya gitu, hahaha. Aku tuh pengen dianggep kaya pribadi yang meyakinkan intinya. Terus habis itu, tapi aku tuh pengen, ceritanya waktu itu ngepost tentang kegilaan keluargaku, keluargaku kan ancen, ya iki nurun kaya lucu-lucu gitu. Tapi aku tuh takut, kaya lek aku ngepost, apa nanti orang-orang jadi mikir yo lek aku itu orang e gak serius? Karena pas itu sempet ada rumor dik acara itu, kalau aku tuh orang e ketawa-ketawa tok, orang e gak isa serius kaya gitu. Jadi menurut orang tuh kinerjaku gak bakalan bagus, terus aku tuh kaya jadi semakin takut gitu lho, mau ngepost lucu ntik dikira kaya guyon tok orang e, tapi gak ngepost yo sedih ae. Maksud e sedih ae kaya apa yo, kok segini e seh, kok dibatasi segini e. Ya wes akhir e aku milih gak posting hari itu.” Wawancara Yaya, 23 Oktober 2021.

Aktivitas Rani di Instagram (Luh Gede Laksmi Eva Jayanti)

1. Konten Yang Diunggah

Membuat suatu konten yang menarik, mengetahui target audiens dan mengetahui minat

audiens merupakan salah satu cara yang dapat mendukung individu untuk membangun sebuah presentasi diri secara positif dalam suatu jejaring sosial. Jejaring sosial khususnya media sosial Instagram yang saat ini menjadi salah satu media sosial yang mendukung aktivitas visual penggunaannya. Instagram saat ini telah memiliki banyak fitur didalamnya mulai dari Instastory, IG feeds, dan IG reels yang merupakan salah satu fitur terbaru dalam media sosial Instagram.

“Kalau aku sendiri sih lebih cenderung kayak di story ya, kan biasanya orang-orang sekarang kan lebih sering ngeliat story daripada feed-feed Instagram. Kalau di story gitu kan biar terlihat, ee kan aku juga anak psikologi ya, nah biar terlihat lebih bijaksana lebih dewasa gitu biasanya di story aku posting ee quotes-quotes atau pengalaman-pengalaman hidup yang ngebuat aku dipandang bijaksana dan dewasa sama followers followersku yang lain kayak gitu.” Wawancara Rani, 25 Oktober 2021.

Rani menunjukkan inauthentic self-presentationnya dengan cara membuat konten-konten yang positif dan sesuai dengan citra ideal yang ingin ia tunjukkan kepada para followers atau pengikutnya di Instagram. Salah satu konten yang aktif ia lakukan adalah dengan mengupload instastory berisi quotes mengenai pengalaman hidup dan sharing mengenai pengalaman kehidupan yang membuatnya dipandang sebagai sosok yang bijaksana dan dewasa. Hal ini dilakukan Rani untuk menumbuhkan kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu yang dalam hal ini adalah Rani ingin terlihat dan dikenal sebagai individu yang bijaksana dan dewasa sebagai mahasiswa jurusan psikologi.

“Iya kalau di feeds itu kan lebih di foto-fotoku gitu, kalau yang di story itu lebih ke ya quotes quotes gitu tapi aku lebih sering aktif di story sih”. Wawancara Rani (E16), 25 Oktober 2021

“Kalau aku di Instagram itu aku menampilkan foto ya seperti remaja pada umumnya sih, yang kayak foto sendiri, foto selfie, foto yang diedit pake filter, foto yang isi caption apa caption yang bijak, yang memotivasi positif gitu sih kak” Wawancara Rani (E30), 25 Oktober 2021

Rani terlihat mampu memanfaatkan dan melihat pasar pada media sosial Instagram dengan cermat selain itu, Rani telah mengetahui minat audience (followersnya). Hal ini mendukungnya dalam memenuhi kebutuhannya untuk bersikap inauthentic, terlihat dari aktivitas pembuatan konten Rani yang lebih aktif di Insta story dibandingkan di feeds Instagram. Strategi yang telah diterapkan Rani ini merupakan suatu poin plus bagi dirinya dalam menggunakan media sosial. Menurut teori Uses and Gratifications dalam (Humaizi, 2018), konsumen media (partisipasi) mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media massa) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Dalam hal ini, Rani fokus membuat konten dalam instastory dikarenakan minat terbanyak followersnya yaitu melihat instastory dan menampilkan foto selfie dirinya di feeds dengan tetap diikuti sertakan dengan memberikan caption yang terlihat bijak sesuai dengan keinginannya agar dipandang bijaksana dan dewasa oleh para followersnya. Dengan strategi tersebut, Rani mampu mencapai kebutuhan akan kepuasan dirinya dengan bersikap inauthentic dalam konteks ini adalah ingin terlihat positif, dewasa, dan bijaksana.

2. Perasaan negatif yang dirasakan Rani selama membentuk ISP

Menjadi sosok yang berbeda dari yang seharusnya, rasanya kurang lebih seperti menggunakan topeng dalam keseharian kita. Perasaan-perasaan tak nyaman, lelah, hingga terbebani tentu dapat muncul.

“ya sometimes sih aku kek ngerasa lelah sih ada ya, karena kayak pernah lah berpikir sampe kapan kita harus bersembunyi di balik topeng inauthentic ini tapi disatu sisi juga kita pasti pengen menjaga citra-citra baik yang udah kita bangun udah ada dipikiran orang lain gitu ya, cuma ya

mungkin terkadang capek, cuma itu masih tertutupi dengan rasa keinginan untuk terlihat baik di mata orang.” Wawancara Rani (E32), 25 Oktober 2021.

Rani terkadang merasakan perasaan negatif dalam menjalani kehidupan bermedia sosialnya, seperti perasaan lelah ketika menunjukkan bahwa ia adalah seseorang yang bijaksana dan dewasa di depan orang banyak. Namun hal itu mampu tertutupi dengan rasa ingin tetap terlihat baik di mata orang lain. Maka dari itu ia mengesampingkan rasa lelah itu untuk terus memenuhi kepuasan dirinya tersebut.

“Kadang kalau aku sih perasaanku agak malu dikit, kan soalnya orang- orang itu udah menjudge ih dia lo di Instagram kayak gini, tapi aslinya kok kayak gini gitu kan, ya kadang agak malu dikit trus kadang ngerasa insecure gitu kan karena kek kita tu gabisa memperlihatkan ee apa yang diekspektasikan sama orang itu terhadap kita gitu lo. Nah jadi paling gak malu dan insecure sih”. Wawancara Rani (E24), 25 Oktober 2021.

Rani juga menyatakan bahwa ia akan merasa insecure dan malu saat dirinya dilihat memiliki karakteristik yang sebenarnya berbeda dengan yang telah ditampilkan di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa manusia sejatinya memiliki kebutuhan untuk diterima oleh lingkungan sosialnya (need for belonging). Baumeister dan Leary (1995) menyatakan bahwa manusia sebagai makhluk sosial akan berusaha untuk bisa diterima oleh lingkungan atau setidaknya memelihara hubungan interpersonal yang positif dan signifikan. Kekurangan seseorang atas perasaan diterima akan membuat seseorang merasa kesepian, merasa terasingkan, dan terisolasi dari dunia sosialnya (Mellor et al., 2008). Hal ini yang justru membuat Rani bisa melakukan apapun demi bisa diterima oleh lingkungannya.

Rani memandang bahwa dengan dilihat sebagai individu yang tidak sesuai dengan ideal self yang telah ia bangun di Instagram membuatnya merasa telah menjatuhkan ekspektasi orang lain terhadapnya walaupun sebenarnya ekspektasi dari orang lain tidak pernah benar-benar ditujukan padanya, yang ada hanya ekspektasi yang ia dapat dari dirinya pribadi.

“...ekspektasi dari orang lain sih enggak, cuma ekspektasi dari diriku sendiri aja sih, kayak aku mengekspektasikan diriku kayak apa gitu” Wawancara Rani, 25 Oktober 2021.

Sangat terlihat besarnya keinginan yang dipikirkan atau yang telah ditargetkan Rani agar dapat membangun presentasi diri yang baik hingga dapat mempengaruhi kecedirungan bersikap inauthentic dalam media sosial terutama Instagram.

3. Interaksi teman lama vs. teman baru di Instagram

Dimulai dengan pertanyaan apakah Rani pernah mengalami pengalaman ketika Rani bertemu dengan seseorang yang melihatnya tidak sesuai dengan karakteristik yang sudah dibangun di Instagram. Rani menyatakan bahwa dalam realitanya ia hanya bersikap apa adanya dengan teman-teman yang telah ia kenal sebelumnya.

“Sejauh ini gaada sih kak, aku kan kalau ketemu sama orang biasanya ketemu sama orang orang dekat yang udah aku kenal yang cukup aku kenal gitu kan. Nah kalau di Instagram itu pastinya beberapa udah aku cukup kenal di ee lingkungan nyatanya gitu lo, jadi jarang sih aku bukan jarang sih gapernah sih kejadian itu (seseorang melihat karakteristik yang tidak ingin di perlihatkan), beberapa udah sering ketemu, jadi mereka sudah tau sih sifat ku aslinya gimana”. Wawancara Rani (E26), 25 Oktober 2021.

Namun, berbeda dengan teman yang baru ia kenal ataupun dengan orang yang baru dilihatnya, ia terkadang akan menunjukkan diri seperti yang telah ia bangun pada media sosial Instagram. Teori Dramaturgi oleh Goffman memandang bahwa ketika manusia berinteraksi, ia ingin

mengelola pesan yang diharapkan tumbuh pada orang lain (Suneki, 2012). Selain itu, Menurut Goffman orang harus memainkan peran mereka ketika melakukan interaksi sosial dikarenakan interaksi sosial menyangkut penafsiran makna baik individu kelompok. Rani terlihat melakukan hal tersebut untuk mempertahankan presentasi diri yang sudah ia bangun melalui media sosial Instagram.

“Iya kalau sama teman-teman menunjukkan diri yang sebenarnya, tapi kalau sama orang baru itu mungkin kadang memperlihatkan diri yang palsu seperti di Instagram gitu”. Wawancara Rani, 25 Oktober 2021.

Oleh karena itu, dalam teori ini dapat dikatakan sebagai aktor yang sedang memainkan perannya dimana jika berada dalam lingkungan terdekatnya atau lingkungan yang telah dikenal sebelumnya maka partisipan akan memberi makna bahwa ia bisa bersikap atau menunjukkan diri yang sebenarnya. Begitupun sebaliknya, saat ia memaknai interaksi sosial sebagai ajang untuk menunjukkan versi terbaik dirinya, maka ia akan bersikap sesuai dengan ideal self yang diinginkan saat melihat individu ataupun lingkungan yang baru.

Aktivitas di Instagram (Florence Olivia Cuo)

1. Gambaran Dirinya Sendiri

“...Soalnya aku tuh extrovert banget kan orangnya. Jadi aku tuh suka men-share apa yang aku alami, apa yang terjadi, terus aku have fun ambe siapa.” Wawancara Yaya, 23 Oktober 2021.

“Karena kan em, lebih ke identitas diriku itu kan orang e fun, orang e lucu...” Wawancara Yaya, 23 Oktober 2021.

Dalam melihat dirinya sendiri, biasanya menggambarkan bahwa ia merupakan seseorang yang extrovert dan gemar membagikan momen-momen seru dan konyolnya di Instagram. Ia juga memandang bahwa identitas dirinya adalah orang yang fun, seru, dan lucu. Sehingga, hal-hal yang ia tampilkan di Instagram cenderung merupakan sesuatu yang menggambarkan keseruannya bersama teman-temannya, kekonyolannya, dan lain.

2. Instagram Sebagai Pelepas Stres

Para pengguna media mempunyai kebebasan untuk bisa memutuskan media mana yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kepuasan diri masing-masing dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya menurut teori Menurut teori Uses and Gratifications dalam (Humaizi, 2018). Artinya, para pengguna media sosial mampu untuk secara sadar memilih, media mana yang sekiranya bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka.

“Terus kalau kaya gitu tuh aku biasa e pernah e gini seh, jadi misal e aku ngestory suatu momen yang emang happy banget, happy banget, terus, tapi sebener e di saat itu tuh aku lagi apa ya, ada di titik terendahku gitu lo. Tapi aku memang ngestory itu supaya aku tuh, itu tuh caraku relieve stress ku gitu lo paham nggak ya? Jadi aku nggak bertujuan menunjukkan diriku yang berbeda, tapi aku tuh pingin ini, me relieve stresku. Jadi aku ngestory, gitu apa, sesuatu seng lucu lucu, terus apa seng, ee, apa namae, kaya aneh-aneh. Tapi nggak mesti seh, maksudku ga mesti aku kaya ngeposting seng lucu berarti aku lagi geding iki, maksud e lagi stres iki, gak mesti seh, tapi pernah, pernah.” Wawancara Yaya, 23 Oktober 2021.

“Oh, karena menurutku, sebener e banyak sih cara-cara lain, tapi apa ya, aku tuh seneng ae nunjukno kebahagiaanku mbek orang lain gitu lho... terus habis itu dengan cara ngeliat orang lain ketawa itu bikin aku ikut ketawa, gitu lho. Jadi kaya aku jadi lupa kalau misal e ada ini, permasalahan

apa, kaya gitu.” Wawancara Yaya, 23 Oktober 2021.

Selain untuk membentuk identitas atau presentasi diri, salah satu alasan Yaya menggunakan Instagram adalah sebagai pelepas stres (stress reliever). Sehingga dalam penggunaannya, Yaya cenderung memilih untuk mengunggah konten yang lucu-lucu, konyol, dan bahagia. Hal ini dilakukan dengan alasan bahwa ia turut merasa senang ketika ia bisa menunjukkan kebahagiaan yang ia alami pada orang lain. Serta dengan melihat orang lain tertawa, ia bisa ikut tertawa dan lupa bahwa ia tengah mengalami permasalahan yang cukup berat.

3. Mengatasi Ekspektasi Lingkungan

Ekspektasi dari lingkungan sedikit-banyak memberikan pengaruh bagi Yaya dalam menampilkan identitas dirinya yang sebenarnya di Instagram. Goffman (dalam Andiani, 2017) menyatakan bahwa manusia akan sangat khawatir terhadap bagaimana orang lain melihat mereka, dan hal tersebut yang memotivasi seseorang untuk membentuk presentasi diri yang sedemikian rupa.

“Karena itu terjadi pas ini sih, kaya bener bener apa ya, drop, anu gitu. Jadi kaya omongan orang itu lebih mempengaruhi gitu lho. Padahal kan harusnya kan kendalinya di diri kita to, dan selama menurut diri kita bener ya gapapa to” Wawancara Yaya, 23 Oktober 2021.

Bagi Yaya sendiri, komentar, opini, dan ekspektasi orang pun masih tetap mempengaruhi dirinya. Padahal ia sadar bahwa dirinya memegang kendali penuh atas hidupnya, namun perasaan ingin terhindar dari tekanan berlebihan yang membuat hal ini menjadi berpengaruh baginya.

“Cuma selama ini karena emang menurutku, aku berpikir sih, karna nggak semua orang itu mau nerima diriie kita gitu lho. Atau bahkan berekspektasi lek kita tuh apa, jadi ya bukan aku lebih menuruti. Tapi aku tuh kaya, memilih orang-orang yang bisa nerima aku. Ngapain aku buang buang energi ku buat orang yang ga isa nerima dan berekspektasi yang aneh-aneh yang menurutku gak masuk akal, ga usah kita ladei.” Wawancara Yaya, 23 Oktober 2021.

“Terus aku juga ee, karena orang orang mengharapkan aku tuh orange seng gini gitu gini gitu, sampe karna itu tuh sulit mencapai ekspektasi itu, kadang kadang aku ya wes, kaya cerita gitu to ke orang seng tak percayai, kaya kok kaya gini ya kok kaya gitu ya. Nah itu membuat kaya aku tuh lebih tau harus ngapain, gitu lho.” Wawancara Yaya, 23 Oktober 2021.

Terhadap ekspektasi yang diberikan oleh lingkungan, Yaya merasa bahwa dirinya sudah bisa mengatasi ekspektasi orang terhadap dirinya. Cara Yaya mengatasinya adalah dengan menunjukkan sosok asli dari dirinya pada beberapa orang yang memang sudah dekat dengannya dan mau menerima dirinya. Sedangkan untuk orang-orang yang tidak bisa menerima dirinya, ia hanya akan menunjukkan apa yang ingin mereka lihat saja, karena Yaya tidak ingin ambil pusing dan menerima komentar-komentar negatif lagi. Bercerita dan meminta pendapat pada orang terdekat juga sangat membantu dalam mengatasi ekspektasi lingkungan bagi Yaya. Dukungan dari orang terdekat diklaim memiliki pengaruh terhadap tingkat stres yang dialami individu, yaitu kurangnya dukungan sosial akan mengindikasikan tingkat stres yang lebih tinggi, begitu sebaliknya (Cohen et al., 1986). Sehingga dengan mendapatkan dukungan dari orang terdekat, tentu akan mampu membantu Yaya untuk keluar dari tekanan berlebih yang ia rasakan atas ekspektasi lingkungan terhadap dirinya.

Aktivitas Anya di Instagram (Felicia Laumanto)

Partisipan berusaha menampilkan diri yang terbaik pada medsos, sedangkan di kehidupan nyata memiliki karakteristik yang sangat berbeda (menampilkan hal positif yang bisa dianggap sebagai

panutan). Perbedaan yang ada pada dirinya secara langsung dan di medsos:

1. “Sebenarnya Kalau Bahagia Sih Engga...”

Namun, meskipun sudah menunjukkan sisi yang positif Anya tidak merasa bahagia, malah cenderung merasa sedih karena tidak bisa menunjukkan dirinya yang sesungguhnya/apa adanya, ia ingin bisa memperlihatkan sisinya yang rapuh juga tetapi masih belum bisa dilakukan. Tidak hanya itu saja, Anya masih ada kemungkinan untuk memperlihatkan diri yang sesungguhnya di medsos meskipun dapat terbilang jarang atau bahkan hampir tidak pernah.

“e..sebenarnya sih kalau bahagia sih engga, malah lebih cenderung ke sedih sih aku, soalnya *menarik nafas* kayak gabisa jadi diri sendiri aja nunjukkin ke orang. Karna kan yang di post it, yang aku post itu yang aku tunjukkin mungkin sisi seneng-senengnya aja cuman kan aku orangnya *menarik nafas* e hidup itu kan ga isinya seneng aja, pasti ada downnya. Nah, downnya itu kita kayak ga bisa nunjukkin gitu lo. Wawancara Anya, 23 Oktober 2021.

“ee..mungkin kalau aku ada di titik jenuh, posisi ter-down ku ya, mungkin itu kayak aku bakal nunjukkin sisi lain diriku yang sebenarnya gitu lo, kayak selalu tampil menyenangkan gitu. Tapi itu jarang si, kayak ya beberapa kali aja.” Wawancara Anya, 23 Oktober 2021.

Sesuai dengan teori Dramaturgy Theory yang dikembangkan oleh Erving Goffman. Dimana kehidupan manusia akan menampilkan sebuah drama kehidupan, kehidupan sosial yang ditampilkan di depan akan berbeda dengan apa yang terjadi di belakang panggung (Prasetya, 2020). Pada kasus Anya, kehidupan sosial depan yang ditampilkan adalah sosok wanita yang ceria, dan selalu menunjukkan sisi sempurnanya (friendly, cantik, pintar menggunakan make-up dan mengenakan baju yang modis) sedangkan di belakangnya, Anya memiliki karakteristik yang lebih condong mengarah ke cuek, dan tidak bisa terlalu bersahabat.

2. Aktivitas Mawar di Instagram (Putu Cintya Mas)

“Pengen gitu yaa punya followers yang banyak seperti selebgram, dikenal orang banyak, dan hal tersebut juga kalau berhasil akan membuat saya lebih mudah untuk mendapatkan uang dari endorsement, di reach oleh beberapa online shop untuk membagikan/review, selain bisa menjadi brand image, ini juga membantu banget buat dapetin income, seperti itu.” Wawancara Mawar, 14 Oktober 2021.

“Ya saya menampilkan foto yang saya berada ditempat yang bagus, mengenakan pakaian yang bagus juga, menampilkan postingan story mengenai kegiatan yang saya bisa lakukan, sehingga menunjukkan bahwa saya bisa melakukan apa saja.” Wawancara Mawar, 14 Oktober 2021.

“Pernah sih yaa, saya cukup sering menampilkan sesuatu yang sebenarnya tidak sesuai dengan diri saya yang sebenarnya, misalnya saya kan terkadang malas untuk melakukan sesuatu, nah namun kembali lagi, saya memiliki ide bagaimana saya tetap bisa menampilkan yang terbaik walaupun saya sebenarnya tidak suka/tidak bisa, jadi saya menampilkan bahwa saya melakukan gym, saya berkebun, saya makan di restoran mewah, menampilkan bahwa saya bisa menaiki mobil, ya begitu-gitu lah.” Wawancara Mawar, 14 Oktober 2021.

Partisipan Mawar memiliki ambisi dan ekspektasi yang tinggi pada sosial medianya khususnya Instagram. Ia memiliki target dibalik alasan yang membentuk ISP tadi dengan ingin dikenal banyak orang, dan juga sebisa mungkin mendapatkan keuntungan berupa income. ISP yang dilakukan Mawar berbuah income karena ia berhasil menampilkan brand image yang ditunjukkan seperti seseorang yang modis dan cocok menggunakan model pakaian apapun sehingga mudah untuk berkolaborasi maupun bekerjasama dengan online shop menjual pakaian. Berdasarkan Uses and Gratifications Theory yang dikembangkan oleh Elihu Katz dan Herbert Blumer menyatakan bahwa

pengguna media akan memilih media mana yang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan kata lain, alternatif pemilihan media yang digunakan oleh pengguna akan bergantung pada kepuasan yang didapat ketika menggunakan media tersebut. Berdasarkan teori presentasi diri yang dikemukakan Goffman, individu mengupayakan kesan yang dapat ditampilkan untuk memenuhi tujuannya tersebut yang ditunjukkan dengan menunjukkan postingan dengan beragam aktivitas yang dapat dilakukannya seperti berbelanja yang cukup banyak, mampu melakukan hal yang mungkin kurang bisa dilakukan orang lain, dengan tujuan agar pengikutnya menilai bahwa ia orang yang mampu melakukan atau memiliki segala hal.

SIMPULAN

Banyak orang yang menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Salah satu jenis media sosial yang sampai saat ini masih menjadi favorit kalangan remaja adalah media sosial Instagram. Media sosial Instagram merupakan media yang mempunyai fitur untuk memposting foto dan video. Media sosial Instagram seringkali digunakan sebagai salah satu media untuk merepresentasikan diri individu kepada banyak orang. Presentasi diri Menurut De Lamater dan Myers (2007) dalam Kusumasari & Hidayati (2014) adalah usaha yang dilakukan individu, baik sadar maupun tidak sadar, untuk mengontrol diri sendiri sesuai dengan gambaran yang diinginkan dalam suatu interaksi sosial. Dalam media sosial siapapun dapat dengan bebas merepresentasikan diri mereka sebagai individu yang seperti apa. Namun, dengan adanya kebebasan tersebut membuat banyak individu merepresentasikan diri mereka secara palsu atau tidak autentik yang biasa disebut dengan inauthentic self presentation dalam media sosial khususnya Instagram.

Dalam membentuk identitas diri, masing-masing individu tentunya akan memiliki cara dan strategi yang berbeda. Pertama strategi self-promotion agar dilihat sebagai pribadi yang kompeten dalam melaksanakan tugasnya. Kedua strategi exemplification agar dirinya dipandang sebagai orang yang baik dan positif oleh orang lain. Dalam melaksanakan beberapa strategi tersebut di Instagram, tentunya akan ada konten-konten yang dibuat sedemikian rupa sehingga bisa diterima oleh khalayak ramai. Mulai dari pengunggahan foto-foto dengan latar tempat yang bagus dan memamerkan hasil make up, pengunggahan momen kekonyolan dan keseruan yang mengunggah konten-konten membangun dan pengalaman hidup yang memotivasi agar dilihat sebagai sosok yang bijaksana, dewasa dan mampu mendapatkan respect dari orang lain. Keempat partisipan mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda dalam melakukan inauthentic self-presentation di Instagram. Dalam melakukan inauthentic self-presentation adalah kebutuhan akan kepuasan bagi diri sendiri kebutuhan untuk terlihat "meyakinkan" dan memiliki kompetensi di mata orang lain sehingga timbul perasaan senang dalam mendapatkan perhatian, hingga mampu mendapatkan penghasilan dari followers di Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Andalibi, N., Ozturk, P., & Forte, A. (2017). Sensitive self-disclosures, responses, and social support on Instagram. *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing*. <https://doi.org/10.1145/2998181.2998243>
- Andiani, M. S., & Palupi, M. A. (2017). *Media Baru dan Online Self-Presentation (Studi Kualitatif Selective Self-Presentation melalui Pedikatan Hyperpersonal terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Cahya Sakti, B., & Yulianto, M. (2018). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM*

- PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/idix.php/interaksi-online/article/view/21950>
- Cohen, S., Sherrod, D. R., & Clark, M. S. (1986). Social skills and the stress-protective role of social support. *Journal of personality and social psychology*, 50(5), 963.
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64-80.
- Humaizi, M. . (2018). *Uses and Gratifications Theory*. © USU Press.
- Hong, S., Jahng, M. R., Lee, N., & Wise, K. R. (2020). Do you filter who you are?: Excessive selfpresentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior*, 104, 106159. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106159>
- Kusumasari, H., & Hidayati, D. S. (2014). Rasa malu dan presentasi diri remaja di media sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 4(2), 91-105.
- Larasati, M. (2020). Apa yang dimaksud Inauthentic Self Presentation? *dictio.id*. Retrieved oktober 9, 2021, from <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-inauthentic-selfpresentation/136055>
- Lee, D. K., & Borah, P. (2020). Instagram self-presentation and friendship development--model. *PsycTESTS Dataset*. <https://doi.org/10.1037/t75084-000>
- Luik, Jandy E (2012). Media Sosial dan Presentasi Diri. In: *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi, Jogjakarta*, pp. 108-129. ISBN 978-602-98226-7-0
- Mellor, D., Stokes, M., Firth, L., Hayashi, Y., & Cummins, R. (2008). Need for belonging, relationship satisfaction, loneliness, and life satisfaction. *Personality and individual differences*, 45(3), 213-218.
- Nugrahani, D. F. (2014). *METODE PENELITIAN KUALITATIF dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.
- Pradhana, Tian Angga (2019) *Self Presenting pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman: studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya*. Udirgraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Prasetya, M. R. (2020). Self-presentation dan kesadaran privacy micro-influencer di instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 239-258. Rahardjo, M. (2018). *Paradigma Interpretif*.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11.
- Rohmah, N. N. M. (2020). Media Sosial sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Padimik Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses and Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1-16.
- Suneki, Sri. (2012). *Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial*, Semarang: *Jurnal Ilmiah CIVIS Vol.II: No.2*