

INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PRESENTASI DIRI MAHASISWA

**(Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Filter Foto dalam Instagram pada
Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas
Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Meidiana Catur Astiani

NIM. 12730034

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Meidiana Catur Astiani
NIM : 12730034
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 3 April 2017

Yang menyatakan,



Meidiana Catur Astiani
NIM. 12730034



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Meidiana Catur Astiani
NIM : 12730034
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PRESENTASI DIRI MAHASISWA
(Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Filter Foto dalam Instagram pada
Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas
Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 April 2017

Pembimbing

Rama Kertamukti, M.Sn.
NIP. 19721026 201101 1 001



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-131/Un.02/DSH/PP.00.9/05/2017

Tugas Akhir dengan judul : INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PRESENTASI DIRI MAHASISWA (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Filter Foto dalam Instagram pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MEIDIANA CATUR ASTIANI
Nomor Induk Mahasiswa : 12730034
Telah diujikan pada : Jumat, 21 April 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji I

Penguji II

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
NIP. 19800326 200801 2 010

Drs Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 21 April 2017



UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“Khoirunnas Anfauhum Linnas”

(H.R. Imam Thabrani)

**“Wahai orang-orang yang beriman! Jika kamu menolong (agama) Allah,
niscaya Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu.”**

(QS. Muhammad : 7)

“Don't expect too much,

let everything flow..”

(nn)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

Yang tercinta dan tersayang Ibuk dan Bapak

&

Almamater tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup dunia dan akhirat serta syafaatnya hingga yaumul akhir.

Selama penyelesaian skripsi ini, peneliti dibantu oleh berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Muhammad Sodik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Rama Kertamukti, M.Sn selaku DPA dan DPS yang telah meluangkan banyak waktu untuk *sharing* dalam hal apapun dan membimbing peneliti dengan sabar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta ilmu yang telah dicurahkan kepada peneliti sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5. Kedua orangtua dan keluarga tercinta yang tak henti untuk selalu mendoakan yang terbaik dan memberikan dukungan baik moril maupun materiil.
6. Teman-teman IKOM A 2012 khususnya Aida, Mutia, Putri, AmelHP, Riska, Rofik, Umi, Denda, Diani, yang sudah seperti keluarga dan berjuang bersama melewati masa-masa perkuliahan.
7. Teman-teman Nitikan Squad yang menjadi *partner* luar biasa dalam berorganisasi.
8. Teman-teman KKN 198 Somoitan, semoga silaturahmi kita tetap terjaga.
9. Mahasiswa IKOM 2014 yang telah menjadi informan. Juga Bapak Arsita Pinandita, M.Sn yang telah bersedia untuk menjadi informan ahli.
10. Mas Yogyaningtyas yang selalu memberi *support* dan menyemangati setiap saat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi dukungan.

Semoga apa yang telah mereka berikan mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran akan sangat membantu untuk perbaikan kedepan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Yogyakarta, 25 Maret 2017
Peneliti,

Meidiana Catur Astiani
NIM. 12730034

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Landasan Teori.....	11
G. Kerangka Pemikiran.....	23
H. Metodologi Penelitian	24

BAB II GAMBARAN UMUM	31
A. Profil Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta	31
B. Profil Singkat Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	35
C. Instagram.....	38
BAB III PEMBAHASAN.....	55
A. Panggung Depan (<i>Front Stage</i>).....	57
B. Panggung Belakang (<i>Back Stage</i>)	115
BAB III PENUTUP	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Matriks Perbedaan Tinjauan Pustaka.....	10
Tabel 2: Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua.....	12
Tabel 3: Data Individu Informan Primer.....	25
Tabel 4: Data Informan Sekunder.....	26
Tabel 5: Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2009-2016.....	38



DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Kerangka Pemikiran	23
-----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Logo UIN Sunan Kalijaga.....	31
Gambar 2	: Foto dalam Akun Instagram @febby_syala.....	76
Gambar 3	: Foto dalam Akun Instagram @wendawaw	78
Gambar 4	: Promosi Diri Febby dalam Akun Instagram @febby_syala	86
Gambar 5	: Karya Febby di Akun Instagram @febby_syala.....	87
Gambar 6	: Foto yang Menggunakan Filter Skyline.....	89
Gambar 7	: Foto Portrait dalam Akun Instagram @febby_syala.....	90
Gambar 8	: Foto yang Menggunakan Filter Crema	91
Gambar 9	: Foto yang Menggunakan Filter Hudson	93
Gambar 10	: Foto yang Menggunakan Filter Inkwel.....	94
Gambar 11	: Foto yang Menggunakan Filter Inkwel.....	95
Gambar 12	: Foto pada Akun Instagram @wendawaw	97
Gambar 13	: Foto yang Menggunakan Filter Skyline.....	99

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Instagram is one of new media which can be used for student self-presentation. Presentations made by the students themselves in the form of photos uploaded on instagram using various filters to portray themselves as desired in public.

This research used descriptive qualitative method. The data were collected using observation, in-depth interview, and documentation. To check the validity of data, the researcher used triangulation. Research data obtained through instagram account and interview with informants who is 2014 class of communication student in UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

The results of this study, researcher concluded that the filter photos in instagam can be used as a student presentation tool. Filters are used vary according the photos to be uploaded to communicate itself visually in instagram. The use of filters is intended the photo uploaded photos look nice and attractive, surely expected the management of each individual impression fulfilled.

Keywords: Self-presentation, Instagram, Photo Filter

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lain. Manusia ingin mengetahui lingkungan sosialnya dan juga ingin mengetahui apa yang terjadi dengan dirinya sendiri. Rasa ingin tahu itu lah yang menjadikan manusia untuk berkomunikasi. Pada dasarnya, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikan kepada komunikator untuk menimbulkan efek atau timbal balik. Apabila tidak melakukan komunikasi, manusia akan merasa terasingkan dari lingkungan sosialnya. Komunikasi dapat dilakukan secara verbal atau penyampaian lisan agar dapat dipahami oleh komunikan dan komunikator. Namun jika penyampaian secara lisan belum dipahami oleh kedua belah pihak, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan *gesture* tubuh seperti anggukan kepala, tersenyum, mengedipkan mata, mengangkat bahu, dan lain-lain. Berkomunikasi menggunakan *gesture* tubuh seperti ini yang disebut komunikasi nonverbal.

Pada saat ini kebutuhan komunikasi manusia difasilitasi oleh media sosial. Instagram sebagai salah satu media sosial yang berbasis fotografi memfasilitasi kebutuhan akan komunikasi tersebut. Fokus utama dari media sosial berlambang lensa kamera tersebut adalah kemudahan mengunggah foto, berbagi foto, dan membaginya lewat sosial media lainnya seperti

facebook, twitter, tumblr, foursquare, dan lain-lain. Dikutip dari m.antaranews.com pada tanggal 14 Januari 2016 bahwa “pengguna instagram di Indonesia termasuk yang terbanyak di dunia bersama Jepang dan Brazil, kata Brand Development Lead, Instagram APAC Paul Webster”. Mayoritas pengguna instagram adalah anak muda yang menggunakan ponsel pintar (smartphone), mempunyai status ekonomi menengah keatas, dan yang berpendidikan.

Tidak hanya sekedar berbagi foto saja, instagram juga menghadirkan filter foto yang berfungsi untuk memberikan efek keindahan dan menarik bagi foto yang akan kita unggah serta bagikan kepada teman kita dan menjadi tujuan tertentu bagi mahasiswa itu sendiri. Berbagai pilihan filter foto tersebut menjadikan instagram lebih populer. Hingga saat ini terdapat 40 macam pilihan filter untuk menampilkan hasil foto yang lebih indah dan menarik. Pada versi awalnya, hanya ada 15 filter foto yang dihadirkan oleh instagram. Filter foto yang dapat digunakan oleh para pengguna instagram pada saat mereka hendak menyunting foto antara lain X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Kelvin. Namun pada saat itu instagram telah menambahkan 4 filter terbaru yaitu Valencia, Amaro, Rise, Hudson, dan telah menghapus 3 filter yaitu Apollo, Poprocket, dan Gotham dari dalam filter tersebut. Jenis dari ke-40 filter yang belum disebutkan diatas adalah Clarendon, Gingham, Moon, Lark, Reyes, Juno, Slumber, Crema, Ludwig, Aden, Perpetua, Mayfair, Sierra, Willow, Stinson, Vesper, Kelvin,

Maven, Ginza, Skyline, Dogpatch, Brooklyn, Helena, Ashby, dan Charmes. Di dalam pengaplikasian filter foto sekalipun, para pengguna instagram juga dapat menambahkan atau menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam masing-masing filter foto tersebut.

Sebelum pengguna mengunggah, foto diberi filter agar terlihat menarik dan tentu saja untuk mempresentasikan dirinya. Tidak hanya itu saja, mengunggah foto di instagram bertujuan untuk menarik perhatian pengguna instagram di seluruh dunia dengan memberikan like dan komentar. Sehingga instagram dapat menjadi salah satu sosial media yang digunakan oleh individu untuk melakukan penataan atau presentasi terhadap dirinya. Memang kenyataannya, sesuai dengan teori motivasi manusia Abraham Maslow, dimana variasi kebutuhan manusia dipandang tersusun dalam bentuk hirarki atau berjenjang. Setiap jenjang kebutuhan dapat dipenuhi hanya kalau jenjang sebelumnya telah relatif terpuaskan (Alwisol, 2010: 201). Pada kebutuhan dasar keempat yaitu kebutuhan harga diri (*self esteem*), apabila kebutuhan jenjang sebelumnya relatif terpuaskan, kekuatan motivasinya melemah, diganti motivasi harga diri. Ada dua jenis harga diri yaitu menghargai diri sendiri (*self respect*) dan mendapat penghargaan dari orang lain (*respect from others*). Kepuasan kebutuhan harga diri menimbulkan perasaan dan sikap percaya diri, diri berharga, diri mampu, dan perasaan berguna dan penting di dunia (Alwisol, 2010: 206). Hal ini dapat ditunjukkan bahwa manusia memiliki eksistensi diri ingin mengkomunikasikan dirinya bahwa dia ada. Instagram sebagai alat yang dapat mempermudah seseorang dalam dunia

maya memiliki berbagai filter untuk memperbaiki foto yang akan diunggah. Filter foto di instagram digunakan oleh kalangan mahasiswa dibuktikan dengan foto yg diunggah menjadi menarik untuk kebutuhan eksistensi diri dan rasa percaya diri sehingga mendapat penghargaan dari orang lain.

Sebagai cara mereka mempresentasikan diri di dunia maya, filter pada instagram digunakan di kalangan mahasiswa. Seringkali antar foto yang diunggah berbeda, tetapi konsepnya sama yaitu ingin menampilkan keindahan dan foto yang menarik. Berawal dari pemikiran bahwa manusia adalah aktor utama dalam sebuah panggung, maka haruslah dia menampilkan atau mempresentasikan dirinya dengan sebaik-baiknya agar tercipta *image* positif terhadap dirinya. Apalagi jika kesempatan mempresentasikan diri berada pada konteks sosial, sekilas kehadiran media sosial khususnya instagram, memberikan ruang yang seluas-luasnya bagi setiap individu untuk menampilkan dirinya dengan sebaik mungkin. Bagi pengguna instagram, mengunggah foto dengan menggunakan filter foto dapat dikatakan sebagai aktivitas penataan tampilan diri. Setiap individu mempunyai langkah-langkah sendiri untuk menampilkan dirinya kepada orang lain seperti pemilihan filter foto pun berbeda-beda tiap individunya. Berbagai jenis ekspresi dan foto yang diunggah oleh pengguna di instagram, akan mengerucut pada jenis-jenis presentasi diri dan memiliki berbagai tujuan.

Oleh karena itu, pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Mengingat mahasiswa ilmu

komunikasi dalam dunia akademis lebih banyak mempelajari mengenai *cybermedia* khususnya *newmedia* dan presentasi diri. Sehingga mahasiswa ilmu komunikasi akan lebih objektif dalam menanggapi masalah terkait presentasi diri pada penggunaan filter di instagram.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu, **“Bagaimana penggunaan filter foto dalam instagram sebagai alat presentasi diri pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta?”**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti buat, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan filter foto dalam instagram sebagai alat presentasi pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan kontribusi teoritis bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di

bidang *new media* dan presentasi diri. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan peneliti mengenai presentasi diri sebagai salah satu kajian dalam ilmu komunikasi.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga penyusun dapat mengetahui perbedaan penelitian yang akan dilakukannya dengan penelitian-penelitian tersebut. Tinjauan pustaka yang digunakan penyusun adalah penelitian-penelitian yang mengkaji tentang presentasi diri. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang digunakan penyusun sebagai telaah pustaka.

Pertama, skripsi berjudul "*Presentasi Diri Foto Model Hijab Di Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Foto Model Hijab Di Kota Bandung)*", yang disusun oleh Dewi Hasari, Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia, ditulis tahun 2014.

Penelitian diatas bertujuan untuk mengetahui bagaimana panggung depan (*front stage*), panggung tengah (*middle stage*), dan panggung belakang (*back stage*) foto model hijab di Kota Bandung. Temuan penelitiannya menunjukkan bahwa panggung depan foto model hijab di Kota Bandung melakukan presentasi diri terhadap aspek *appereance* (penampilan) dan *manner* (gaya) pada kehidupan *front stage* (panggung depan). Panggung tengah foto model hijab di Kota Bandung dipahami sebagai panggung persinggahan antara panggung depan dan panggung belakang. Sedangkan panggung belakang foto model hijab di Kota Bandung dipahami sebagai panggung di mana mereka bisa menunjukkan perannya dengan profesional di panggung depan sebagai foto model hijab.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama ingin meneliti mengenai presentasi diri. Persamaan selanjutnya adalah dalam metode penelitiannya yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya terdapat pada subjek, dimana saudari Dewi Hasari mengambil subjek foto model hijab di Kota Bandung, sedangkan peneliti mengambil subjek mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kedua, skripsi berjudul “*Presentasi Diri Pengamen Silver Man Di Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri Pengamen Silver Man Dalam Menjalani Kehidupannya Di Kota Bandung)*”, yang disusun oleh Tossa Rahmania Darmawan, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, ditulis tahun 2013.

Skripsi yang disusun oleh Tossa ini bertujuan untuk menganalisis, mendeskripsikan, dan menjelaskan tentang bagaimana presentasi diri Pengamen *Silver Man* dalam menjalani kehidupannya di Kota Bandung.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama ingin meneliti mengenai presentasi diri. Persamaan selanjutnya adalah dalam metode penelitiannya yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi dramaturgi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengamen Silver Man di kota Bandung menampilkan 3 sisi panggung dan peran dalam kehidupannya, yaitu ada panggung depan (*front stage*), panggung tengah (*middle stage*) dan juga panggung belakang (*back stage*). Perbedaannya terdapat pada subjek penelitian, dimana Saudara Tossa mengambil pengamen Silver Man, sedangkan peneliti mengambil subjek Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ketiga, tesis berjudul "*Presentasi Diri Dosen Lajang (Sebuah Studi Dramaturgi Tentang Komunikasi Verbal dan Nonverbal Dosen Lajang di Kota Pekanbaru)*", yang disusun oleh Tika Mutia, mahasiswi Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, ditulis tahun 2013

Tesis ini bertujuan untuk dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang presentasi diri secara verbal dan nonverbal seorang tenaga pendidik yang berprofesi sebagai dosen yang dalam hal ini tidak terkait dengan status pernikahan dalam aktivitas di dalam dan di luar lingkungan kampus.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama ingin meneliti mengenai presentasi diri. Persamaan selanjutnya adalah dalam metode penelitiannya yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah melalui pendekatan dramaturgi. Informasi penelitian didapatkan terutama melalui sumber primer dengan observasi di lapangan dan wawancara. Wawancara terhadap beberapa informan dosen lajang dengan kriteria tertentu yang nantinya kemudian akan diambil suatu temuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa presentasi diri pada aktivitas komunikasi verbal dan nonverbal dosen lajang berbeda. Presentasi diri yang berbeda tidak bergantung pada tempat, melainkan ruang-ruang dengan konteks formal dan informal dosen lajang tersebut. Ada 4 panggung dramaturgi dosen lajang. Panggung depan, panggung kanan, panggung kiri, dan panggung belakang. Panggung depan dosen lajang adalah di dalam kampus dalam konteks formal, panggung kanan adalah di luar kampus, namun tetap formal. Kemudian panggung kiri dosen lajang adalah di dalam kampus namun konteksnya informal, sedangkan panggung belakang juga bersifat informal tetapi terjadi di luar kampus. Presentasi diri secara verbal dan nonverbal dosen lajang ditipikasikan menjadi 2 (dua) yakni, presentasi diri dosen lajang wanita dan pria. hal ini lebih dikarenakan terdapat perbedaan simbol-simbol komunikasi yang ditampilkan oleh para dosen lajang tersebut.

Perbedaannya terdapat pada subjek penelitian, dimana Saudari Tika Mutia mengambil subjek dosen lajang, sedangkan peneliti mengambil subjek Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tabel 1
Matriks Perbedaan Tinjauan Pustaka

No.	Peneliti/ Instansi	Judul Penelitian	Lokasi/ Subjek	Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Dewi Hasari/ Universitas Komputer Indonesia Bandung	Presentasi Diri Foto Model Hijab Di Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Foto Model Hijab Di Kota Bandung)	Foto Model Hijab Di Kota Bandung	Metode penelitian kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti tentang presentasi diri - Menggunakan metode penelitian kualitatif 	Subjek penelitian	<p>Panggung depan foto model hijab di Kota Bandung melakukan presentasi diri terhadap aspek <i>appearance</i> (penampilan) dan <i>manner</i> (gaya) pada kehidupan <i>front stage</i> (panggung depan). Panggung tengah dipahami sebagai panggung persinggahan antara panggung depan dan panggung belakang. Sedangkan panggung belakang dipahami sebagai panggung di mana mereka bisa menunjukkan perannya dengan profesional di panggung depan sebagai foto model hijab.</p>
2.	Tossa Rahmania Darmawan/ Universitas Komputer Indonesia Bandung	Presentasi Diri Pengamen <i>Silver Man</i> di Kota Bandung (Studi Dramaturgi mengenai Presentasi Diri Pengamen <i>Silver Man</i> dalam Menjalani Kehidupannya di Kota Bandung)	Pengamen <i>Silver Man</i> di Kota Bandung	Metode penelitian kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti tentang presentasi diri - Menggunakan metode penelitian kualitatif 	Subjek penelitian	<p>Pada panggung depan pengamen <i>Silver Man</i>, mental dan emosi dari individu yang memerankan tokoh sebagai pengamen dengan dukungan atribut-atribut pendukung dalam interaksi yang dilakukan oleh pengamen <i>Silver Man</i> lebih bersifat nonverbal. Panggung tengah merupakan area transisi pengamen <i>Silver Man</i> dari panggung belakang ke panggung depan. Panggung belakang pengamen <i>Silver Man</i> benar-benar memainkan sebuah peran yang utuh/sesungguhnya.</p>
3.	Tika Mutia/ Universitas Padjajaran Bandung	Presentasi Diri Dosen Lajang (Sebuah Studi Dramaturgi Tentang Komunikasi Verbal dan Nonverbal Dosen Lajang di Kota Pekanbaru)	Dosen Lajang di Kota Pekanbaru	Metode penelitian kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti tentang presentasi diri - Menggunakan Metode penelitian kualitatif 	Subjek penelitian.	<p>Memberikan gambaran menyeluruh tentang presentasi diri secara verbal dan nonverbal seorang tenaga pendidik yang berprofesi sebagai dosen yang dalam hal ini tidak terkait dengan status pernikahan dalam aktivitas di dalam dan di luar lingkungan kampus.</p>

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Media Baru (*New Media*)

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa arti “media” adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, media, televisi, film, poster, dan spanduk (Nasrulloh, 2013 : 1). Sehingga media berarti sebuah alat (sarana) atau perantara untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

Yang dimaksud dengan media siber atau media baru adalah buah atau hasil dari pergeseran dari ketersediaan media yang dulu langka atau sulit untuk dijangkau kemudian kini menjadi mudah, sehingga seringkali disebut media baru.

Media siber mempunyai banyak penyebutan dalam literatur akademis, misalnya media *online*, digital media, media virtual, e-media, new media, media baru dan sebagainya. Namun, pada intinya beragam penyebutan itu memiliki muara yang sama, yakni merujuk pada perangkat media baik itu perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*) (Nasrulloh, 2013 : 16).

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Inilah salah satu ciri dalam lingkungan media baru menurut Mc Namus (dalam Severin Tankard, 2005 : 4) bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media yang melimpah (Nasrulloh, 2013 : 1).

Adanya kemudahan teknologi internet yang dapat diakses oleh semua kalangan, ditambah dengan hampir semua masyarakat telah menggunakan *gadget (handphone)* sehingga semakin mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi. Berbeda dengan masa dulu dimana teknologi internet belum seperti sekarang, sehingga informasi yang didapat dari media masih sangatlah terbatas hanya untuk orang-orang tertentu.

a. Era Media Siber

Menurut John Vivian (2008: 262-264) dalam Nasrullah (2014: 13), keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Tabel 2
Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua

Era Media Pertama (<i>Broadcast</i>)	Era Media Kedua (<i>Intractivity</i>)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber
Media merupakan instrumen yang melanggengkan strata dan ketidaksetaraan kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing
Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi keadaan	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu

Sumber : Nasrullah, 2014: 14

Pada media baru, khalayak tidak sekadar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbarui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap peran itu. Manovich (2011) dalam Nasrullah (2014: 14) menegaskan bahwa konsep interaktif itu telah mengaburkan batasan-batasan fisik maupun sosial.

b. Tinjauan Atas “Cyber”

Kata *cyber* banyak digunakan untuk menjelaskan realitas media baru. Pengertian *cyberspace* menurut Gibson dalam Nasrullah (2014: 18) adalah sekumpulan data, representasi grafik demi grafik, dan hanya bisa diakses melalui komputer (Bell, 2001: 23). *Cyberspace* digambarkan oleh Gibson jauh sebelum teknologi internet berkembang dan untuk menjelaskan gambaran “*consensual hallucination*” atau seolah-olah ruang atau sesuatu itu ada.

Hubungan antar-individu di dunia virtual atau di ruang siber bukankah sekedar hubungan yang dikatakan sebagai “*substanceless hallucination*” semata; pada dasarnya hubungan itu terjadi secara nyata, memiliki arti, dan juga bisa berdampak/berlanjut pada kehidupan yang sesungguhnya. Howard Rheingold (1993: 5) dalam Nasrullah (2014: 20) menegaskan bahwa *cyberspace* merupakan

ruang konseptual dimana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan dimanifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi CMC atau *Computer Mediated Communication* (komunikasi termediasi komputer).

Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial (*social media*) seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Skype merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, foto, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

c. *Computer Mediated Communication (CMC)*

Perkembangan komunikasi saat ini memiliki pengaruh terhadap munculnya media komunikasi itu sendiri. Perkembangan komunikasi menurut Rogers dalam Nasrullah (2014:2) melalui empat fase, diantaranya masa komunikasi melalui tulisan (*The Writing Era*), masa media komunikasi tercetak (*The Printing Era*), era komunikasi yang memanfaatkan teknologi sederhana (*Telecommunication Era*), dan masa dimana media menjadi lebih interaktif (*Interactive Communication Era*). Dalam fase terakhir memunculkan adanya media baru dan menimbulkan pergeseran dalam proses penyampaian

pesan. Adanya media baru menjadikan media menjadi lebih interaktif dalam berkomunikasi melalui jaringan yang dimediasi komputer.

Dari hal tersebut dapat mempermudah setiap individu atau kelompok untuk berinteraksi atau berkomunikasi secara virtual yaitu melalui komunikasi termediasi komputer atau *computer mediated communication* (CMC). Menurut December dalam Nasrullah (2014:79), CMC merupakan proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan khalayak, tersituasi dalam konteks tertentu, dimana proses itu memanfaatkan media untuk tujuan tertentu. Menurut Thurlow dalam Nasrullah (2014:79), dalam CMC teknologi lebih spesifik dan secara teknis teknologi itu didesain, dibuat, dan digunakan agar memungkinkan terjadi pertukaran data dan informasi.

Marc Smith dalam Nasrullah (2014:80), menguraikan empat aspek yang terdapat pada komunikasi didunia maya, diantaranya:

- 1) Interaksi atau komunikasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan tidak harus pada waktu dan lokasi yang sama seperti komunikasi langsung atau tatap muka.
- 2) Interaksi atau komunikasi dapat disesuaikan dengan waktu yang diinginkan oleh pengguna media saat tersambung dengan koneksi internet.
- 3) Interaksi atau komunikasi pada dunia maya cenderung terjadi melalui medium teks yang melibatkan simbol untuk menyampaikan ekspresi komunikator.

- 4) Interaksi atau komunikasi yang terjadi tidak mensyaratkan adanya kesamaan status antar pengguna.

2. Presentasi Diri

Presentasi diri atau pengelolaan kesan dibatasi dalam pengertian menghadirkan diri sendiri dalam cara-cara yang sudah diperhitungkan untuk memperoleh penerimaan atau persetujuan orang lain (Dayaksini & Hudaniah, 2012: 65).

Presentasi diri seperti yang ditunjukkan Goffman bertujuan memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada (Mulyana, 2004: 110-111). Karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang mana saling berinteraksi dengan manusia lain. Hal ini seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 13 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya : “Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.”

Surat Al-Hujurat tersebut menjelaskan tentang perintah untuk saling mengenal dan saling mengingat antar sesama manusia yang terdiri dari berbagai macam suku dan bangsa. Berinteraksi dengan sesama manusia adalah salah satu cara agar orang mengenal dan memahami apa yang kita perankan.

Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain (Mulyana, 2004: 112).

a. Panggung Depan dan Panggung Belakang

1) Panggung Depan (*Front Stage*)

Panggung depan adalah bagian dari pertunjukan yang secara umum berfungsi secara tetap dan umum untuk mendefinisikan situasi bagi mereka yang memerhatikan pertunjukan tersebut. Di panggung depan, Goffman membedakan antara *setting* dengan muka personal. *Setting* merujuk pada tampilan fisik yang biasanya harus ada jika aktor tampil. Tanpa itu, aktor biasanya tidak dapat tampil. Muka personal terdiri dari pernik-pernik perlengkapan ekspresi yang diidentikkan audien dengan pementas dan diharapkan agar dibawa serta dalam *setting* tersebut. Selanjutnya Goffman membagi muka personal menjadi tampilan dan tingkah laku. Tampilan termasuk pernik-pernik yang mengatakan kepada kita status sosial pementasannya. Tingkah

laku mengatakan kepada audien peran yang diharapkan untuk dimainkan pementas dalam situasi tersebut (Ritzer & Goodman, 2013: 400)

2) Panggung Belakang (*Back Stage*)

Panggung belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan (Mulyana, 2004: 114).

b. Strategi Presentasi Diri

Dayaksini dan Hudaniah dalam bukunya Psikologi Sosial (2012: 67-70) menyebutkan ada beberapa tujuan presentasi diri. Masing-masing tujuan melibatkan strategi presentasi yang bervariasi, yaitu:

1) Mengambil Muka/Menjilat (*Ingratiation*)

Tujuan dari strategi ini adalah supaya dipersepsi sebagai orang yang menyenangkan atau menarik. Taktik yang umum meliputi memuji orang lain, menjadi pendengar yang baik, ramah, melakukan hal-hal yang memberi keuntungan pada orang lain dan menyesuaikan diri atau konform dalam sikap dan perilakunya.

Orang yang menggunakan strategi ini mungkin beranggapan bahwa orang cenderung menyukai orang lain yang memiliki sikap dan nilai. Jones dan Wortman memberi nama sebagai taktik *illicit* (gelap/tersembunyi) karena motivasi pelaku yang sebenarnya tersembunyi. Sebab yang ditekankan adalah membangun penampilan sebagai orang yang benar-benar tulus hatinya dan perilakunya itu asli (otentik).

2) Mengancam atau Menakut-nakuti (*Intimidation*)

Strategi ini digunakan untuk menimbulkan rasa takut dan cara memperoleh kekuasaan dengan meyakinkan pada seseorang bahwa ia adalah orang yang berbahaya. Jadi berbeda dengan penjilat (*ingratiatory*) yang ingin disukai, maka mereka justru ingin ditakuti. Strategi intimidasi kemungkinan lebih sering digunakan dalam situasi dimana meloloskan diri adalah tidak mudah.

3) Promosi Diri (*Self-Promotion*)

Tujuan seseorang menggunakan strategi ini adalah supaya dilihat nampak kompeten atau ahli pada tugas tertentu. Orang yang menggunakan strategi ini akan menggambarkan kekuatan-kekuatan dan berusaha untuk memberi kesan dengan prestasi mereka.

4) Pemberian Contoh/Teladan (*Exemplification*)

Orang yang menggunakan strategi ini berusaha memproyeksikan penghargaannya pada kejujuran dan moralitas. Biasanya mereka mempresentasikan dirinya sebagai orang yang jujur, disiplin, dan baik hati atau dermawan.

5) Permohonan (*Supplication*)

Strategi ini dilakukan dengan cara memperlihatkan kelemahan atau ketergantungan untuk mendapatkan pertolongan atau simpati. Ini merupakan alternatif strategi yang terakhir, jika orang tidak memiliki sumber-sumber yang dapat digunakan untuk melakukan strategi-strategi yang tersebut diatas.

6) Hambatan Diri (*Self-Handicapping*)

Strategi ini digunakan ketika individu merasa egonya terancam karena kelihatan tidak mampu. Ketika orang merasa khawatir bahwa kesuksesannya sebelumnya karena nasib baik, mereka takut gagal dalam melaksanakan tugas. Sehingga mereka berpura-pura mendapatkan suatu hambatan (rintangan) sebelum atau selama kejadian-kejadian yang mengancam egonya. Ini dilakukan dalam rangka melindungi agar egonya tidak hancur sehingga harga dirinya menurun.

7) *Aligning Actions*

Yaitu usaha-usaha individu untuk mendefinisikan perilaku mereka yang nampaknya diragukan karena sebenarnya bertentangan dengan norma-norma budaya. Cara-cara yang pada umumnya dilakukan adalah dengan taktik *disclaimers* (penyangkalan) yaitu pernyataan secara verbal dengan niat/tujuan menyangkal implikasi negatif dari tindakan-tindakan yang akan datang dengan mendefinisikan tindakan-tindakan ini tidak relevan dengan identitas sosial yang telah mereka miliki.

8) *Altercasting*

Yaitu menggunakan taktik untuk memaksakan peran dan identitas pada orang lain. Melalui strategi ini, kita menempatkan orang lain dalam identitas situasi dan peran yang menguntungkan kita. Pada umumnya, *altercasting* melibatkan perlakuan terhadap orang lain seolah-olah mereka telah memiliki identitas dan peran yang ingin kita paksakan/bebankan.

3. **Habitus**

Bourdieu (1989: 18) dalam Ritzer dan Goodman (2013: 581) menjelaskan bahwa habitus adalah struktur mental atau kognitif yang dengannya orang berhubungan dengan dunia sosial. Orang dibekali dengan serangkaian skema terinternalisasi yang mereka gunakan untuk

memersepsi, memahami, mengapresiasi, dan mengevaluasi dunia sosial. Melalui skema inilah orang menghasilkan praktik mereka, memersepsi, dan mengevaluasinya. Secara dialektis, habitus adalah produk dari internalisasi struktur dunia sosial. Holton (2000) dalam Ritzer dan Goodman (2013: 581) menganggap bahwa habitus sebagai akal sehat (*common sense*). Mereka merefleksikan pembagian objektif dalam struktur kelas, seperti kelompok usia, jenis kelamin, dan kelas sosial. Habitus diperoleh sebagai akibat dari ditempatinya posisi seseorang di dunia tersebut; tidak semua orang memiliki habitus yang sama. Habitus memungkinkan orang memahami dunia sosial, namun keberadaan berbagai habitus berarti bahwa dunia sosial dan strukturnya tidak menancapkan dirinya secara seragam pada setiap aktor (Ritzer dan Goodman, 2013: 581).

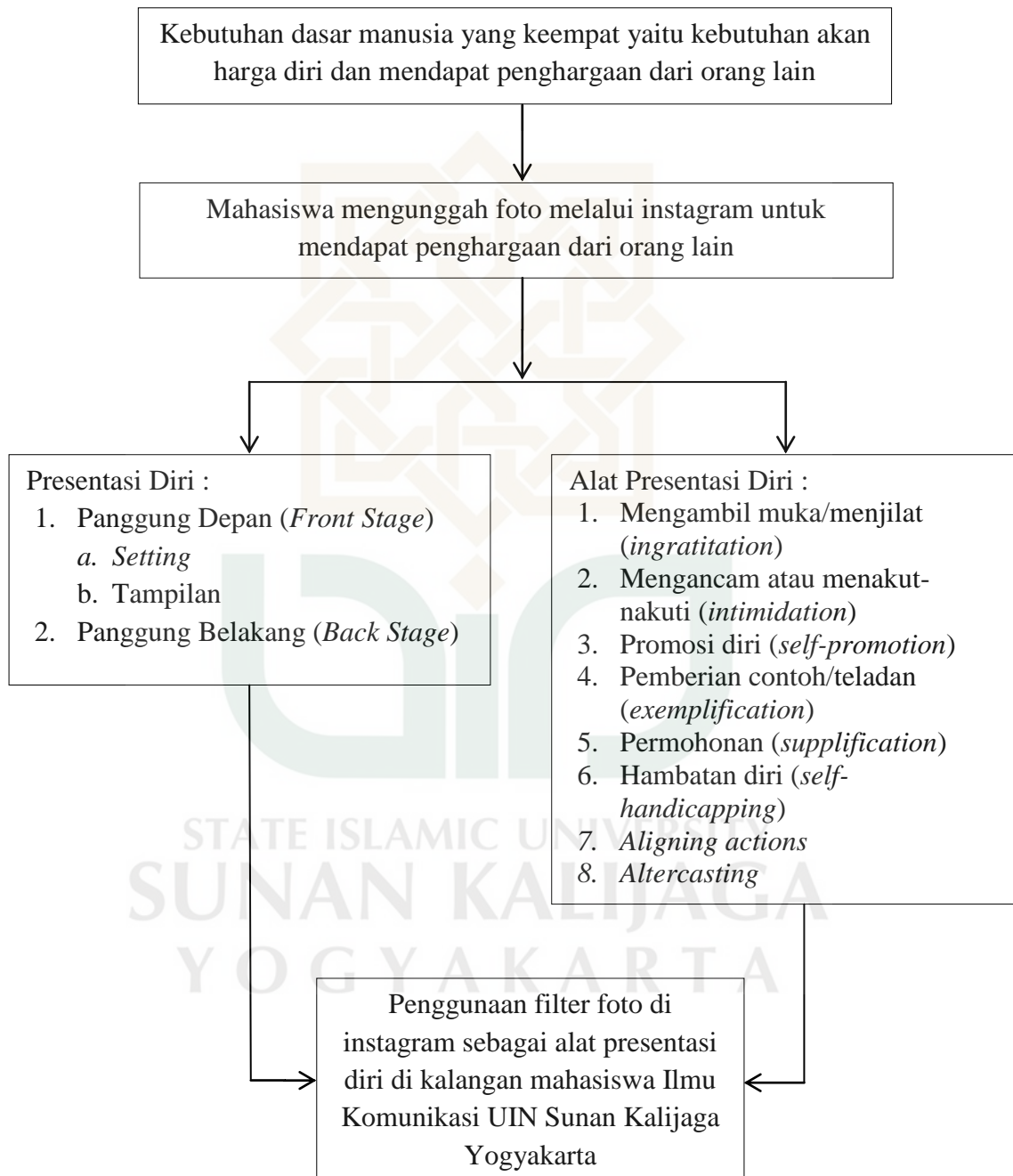
Praktik (tindakan) inilah yang memerantarai habitus dengan dunia sosial. Di satu sisi, melalui tindakan inilah habitus diciptakan, di sisi lain habitus adalah akibat dari tindakan yang diciptakan oleh dunia sosial.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif karena bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak menggunakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau *sampling*nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2009: 56-57).

Penelitian ini juga bersifat deskriptif, yakni data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2014: 11). Penulisan laporan yang dilakukan adalah peneliti menganalisis data secara mendalam kemudian disederhanakan ke dalam data yang ringkas sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menggunakan filter instagram untuk mengunggah fotonya di media sosial instagram. Oleh karena banyaknya pengguna filter instagram dan tidak dimungkinkan untuk melakukan analisis terhadap semua pengguna, maka peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2009: 156). Pengguna filter instagram yang dipilih menjadi subjek penelitian adalah pengguna yang menggunakan filter instagram untuk mengunggah fotonya di instagram, mempunyai pengikut/*followers* di instagram lebih dari 500. Berikut adalah data informan dari penelitian ini :

Tabel 3
Data Individu Informan Primer

No	Nama Lengkap	Nama Akun Instagram
1.	Arib Anang Ma'ruf	@aribanang
2.	Imada Muhammad Hamada	@madadane_
3.	Mohammad Habibi	@habibiduk
4.	Wenda Ayuningtyas	@wendawaw
5.	Fatimah Bilqis	@fatimahbilqis
6.	Febby Syafitri Larasati	@febby_syala

Sumber : Data Peneliti

Tabel 4

Data Informan Sekunder

No	Nama Lengkap	Nama Akun Instagram
1.	Arsita Pinandita, M. Sn	@arsita_pinandita

Sumber : Data Peneliti

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah penggunaan filter foto dalam instagram sebagai alat presentasi diri pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Metode Pengumpulan Data

Beragamnya data yang akan peneliti kumpulkan, sehingga untuk mempermudah penelitian, data akan dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer akan diperoleh dari hasil observasi yang akan peneliti lakukan dan dokumentasi dari pengguna media sosial instagram yang menggunakan filter foto di instagram untuk mengunggah fotonya, sedangkan data sekunder akan diperoleh melalui wawancara dengan subjek penelitian.

Metode-metode pengumpulan data yang akan dilakukan sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung -tanpa mediator- sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut (Kriyantono, 2009: 108).

b. Metode Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara (Bungin, 2007: 108).

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dapat mendukung metode wawancara dan observasi. Dokumentasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah kegiatan pengguna filter instagram ketika sedang mengunggah fotonya sebagai alat presentasi diri.

4. Metode Analisis Data

Data-data yang telah diperoleh peneliti, selanjutnya akan dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman

Punch (dalam Pawito, 2007: 104), yang menyebutkan bahwa teknik ini terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

a. Reduksi data (*data reduction*), yang mempunyai tiga tahap.

1) Tahap pertama yaitu editing, pengelompokkan dan meringkas data.

2) Tahap kedua yaitu penyusunan catatan-catatan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan unit analisis, sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema dan pola-pola data.

3) Tahap ketiga yaitu konseptualisasi tema-tema dan pola-pola data.

b. Penyajian data (*data display*), yaitu pengorganisasian data dengan menjalin atau mengaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data dapat dianalisis dalam sebuah kesatuan.

c. Penarikan atau pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*), yaitu pengimplementasian prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari data *display* yang telah disusun.

5. Unit Analisis

Berdasarkan objek yang diteliti dan teori yang sudah dipaparkan di atas, pada penelitian ini unit analisisnya adalah panggung depan dan panggung belakang serta strategi presentasi diri pada mahasiswa Ilmu

Komunikasi angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menggunakan filter dalam instagram untuk mengunggah fotonya di instagram. Strategi presentasi diri tersebut meliputi: (1) mengambil muka/menjilat (*ingratiation*); (2) mengancam atau menakut-nakuti (*intimidation*); (3) promosi diri (*self-promotion*); (4) pemberian contoh/teladan (*exemplification*); (5) permohonan (*supplication*); (6) hambatan diri (*self-handicapping*); (7) *aligning actions*; (8) *altercasting*.

6. Teknik Keabsahan Data

Salah satu syarat bagi analisis data adalah dimilikinya data yang valid dan reliable. Untuk itu, dalam kegiatan penelitian kualitatif pun dilakukan upaya validitas data. Objektivitas dan keabsahan data penelitian dilakukan dengan melihat reliabilitas dan validitas data yang diperoleh. Dengan mengacu pada Moleong (1994), untuk pembuktian validitas data ditentukan oleh kredibilitas temuan dan interpretasinya dengan mengupayakan temuan dan penafsiran yang dilakukan sesuai dengan kondisi yang senyatanya dan disetujui oleh subjek penelitian (Idrus, 2009:145).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis triangulasi sumber. Menurut Patton dalam (Moleong, 1993:176) triangulasi dengan sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan sebuah informasi yang diperoleh dari berbagai

sumber yang berbeda dalam metode kualitatif.

Peneliti melakukan pengecekan atau membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara informan primer dan informan sekunder. Sehingga data yang diperoleh data teruji kebenarannya dan dapat dipertanggungjawabkan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan, peneliti akan memaparkan sebagai berikut :

1. Panggung Depan (*Front Stage*)

Pada tataran panggung depan ini terdapat dua aspek yaitu *setting* dan tampilan. Pada aspek *setting*, para informan mengungkapkan bahwa *setting* yang digunakan untuk mendukung segala bentuk presentasi diri di instagram adalah akun instagram pribadi masing-masing informan.

Pada aspek tampilan, para informan menampilkan foto-foto terbaik mereka dengan berbagai filter yang digunakan. Filter yang digunakan pun bermacam-macam dan berbeda-beda sesuai foto yang akan mereka unggah untuk mengkomunikasikan dirinya secara visual di instagram. Filter foto dalam instagram tersebut dapat digunakan sebagai alat presentasi diri pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2014 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penggunaan filter foto tersebut bertujuan agar foto yang diunggah terlihat bagus dan menarik, tentunya agar pengelolaan kesan yang diharapkan setiap individu terpenuhi.

2. Panggung Belakang (*Back Stage*)

Pada tataran panggung belakang ini, peneliti akan memaparkan panggung belakang dalam penelitian ini. Panggung belakang masing-masing informan berbeda-beda seperti latar belakang keluarga dan pendidikan, lingkungan sosial yang berbeda-beda, bahkan aktivitas sehari-hari serta pekerjaan berupa *freelance* juga dapat mempengaruhi seseorang dalam mengkomunikasikan dirinya di instagram.

Namun sebagai mahasiswa ilmu komunikasi, para informan mempunyai panggung belakang yang sama yaitu mempunyai hobi fotografi, yang mana fotografi merupakan salah satu mata kuliah wajib yang harus diambil oleh para informan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran dan masukan untuk pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini serta pihak-pihak yang kiranya akan melakukan penelitian dengan tema yang sama dengan penelitian ini guna sebagai pembelajaran dan introspeksi bagi seluruh pihak terkait demi kemajuan bagi kita semua. Berikut ini beberapa saran dari peneliti berikan :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi mahasiswa yang akan meneliti tentang presentasi diri, hendaknya bisa lebih baik lagi dari yang peneliti lakukan pada penelitian

ini. Jangan biarkan keterbatasan referensi dan literatur tentang presentasi diri menyurutkan yang ingin meneliti tentang presentasi diri. Penelitian tentang presentasi diri hendaknya menggunakan observasi yang mendalam dan wawancara yang lebih mendalam lagi agar data yang diperoleh lebih mumpuni guna mempertajam analisa, sehingga hasil penelitian menjadi lebih rinci.

2. Bagi Pengguna Instagram

Saran bagi pengguna instagram, gunakanlah akun instagram yang dimiliki dengan bijak dan sebaik mungkin. Unggahlah foto-foto terbaik yang dimiliki dengan menggunakan atau memaksimalkan fitur-fitur yang ada di dalam instagram jika diperlukan. Sebaiknya jangan mengunggah foto-foto atau gambar yang menyimpang dari aturan dan norma-norma yang berlaku di dalam masyarakat karena instagram merupakan salah satu media sosial dimana semua orang di seluruh dunia dapat memilikinya dan melihatnya.

3. Bagi Pembaca

Bagi pembaca yang sudah *expert* dalam bidang presentasi diri khususnya presentasi diri melalui *new media* seperti instagram agar dapat mengkritisi kekurangan dari penelitian ini, karena penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan harapan penelitian ini akan lebih disempurnakan lagi oleh penelitian selanjutnya. Sementara bagi pembaca

yang sedang mencari referensi untuk penelitiannya, agar dapat mempelajarinya dengan beberapa referensi lain supaya terdapat pembandingan untuk semakin memperkaya bacaannya dan memperkuat landasan penelitiannya.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2009. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Qur'an. Bandung: Syaamil Quran

Buku

Alwisol. 2010. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press

Aziz, Sholechul. 2012. *Jurus Rahasia Jago Fotografi Digital untuk Pemula*. Depok: Kir Direction

Bambang. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Cetakan Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Dayakisni, Tri dan Hudaniah. 2012. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Erlangga

Johntefon. 2011. *Langsung Pinter Adobe Photoshop: Johntefon's Professional Techniques*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan Ketujuh. Bandung: Remaja Rosdakarya

Mulyanta, Edi S. 2007. *101 Jurus Cepat Menguasai Photoshop CS3 untuk Fotografer*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Nasrullah, Rulli. 2013. *Cyber Media*. Yogyakarta : IDEA Press

- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara Yogyakarta
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. 2013. *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Bantul: Kreasi Wacana Offset
- Suyantoro, FI Sigit. 2009. *Tutorial 5 Hari: Digital Imaging dengan Adobe Photoshop CS4*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Skripsi dan Tesis

- Hantoro, Gunawan Mahdi. 2014. *Makna Presentasi Diri pada Mahasiswa Tunanetra UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Darmawan, Tossa Rahmania. 2013. *Presentasi Diri Pengamen Silver Man Di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Mutia, Tika. 2013. *Presentasi Diri Dosen Lajang (Sebuah Studi Dramaturgi Tentang Komunikasi Verbal dan Nonverbal Dosen Lajang di Kota Pekanbaru)*. Bandung: Universitas Padjajaran.

Jurnal

- Rama Kertamukti 2015. "Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)". *Jurnal Komunikasi Profetik*. Hal 57-66

Internet

- <http://antaranews.com/berita/540022/pengguna-instagram-indonesia-termasuk-terbanyak-di-dunia>
- <https://begawei.com/2014/12/utak-atik-foto-di-instagram-lebih-seru-dengan-filter-filter-barunya.html>

<https://insanecatblog.wordpress.com/2016/03/02/tutorial-edit-foto-dengan-vsco-cam-2/>

<https://www.lynda.com/Photoshop-tutorials/Using-Instagrams-Structure-tool-make-your-photos-pop/371543/424603-4.html>

<http://oomsem.blogspot.co.id>

<http://phinemo.com/8-filter-instagram-untuk-traveler/>

<http://satupedang.blogspot.co.id/2015/02/sejarah-asal-mula-media-sosial-instagram.html?=1>

<http://uin-suka.ac.id>



Interview Guide

Nama :

Akun Instagram :

Instagram sebagai Alat Presentasi Diri Mahasiswa

1. Apakah mahasiswa perlu mempresentasikan diri/mengkomunikasikan dirinya? Apa alasannya?
2. Di dalam masa sekarang yang syarat *new media*, ada 2 dunia yang berbeda yaitu dunia nyata dan dunia maya. Sebagai mahasiswa ilmu komunikasi, apakah presentasi diri di dunia maya sama pentingnya seperti di dunia nyata? Apa alasannya?
3. Apa saja setting yang digunakan untuk mendukung anda presentasi diri ?
4. Bagaimana kehidupan anda sehari-hari selain menjadi mahasiswa ?
5. Apakah benar anda menggunakan strategi mengambil muka/menjilat (*ingratiation*) untuk mengkomunikasikan diri secara visual di instagram? Apa alasannya? Foto yang mana dan filter foto apa saja yang anda gunakan?
6. Apakah benar anda menggunakan strategi mengancam atau menakut-nakuti (*intimidation*) untuk mengkomunikasikan diri secara visual di instagram? Apa alasannya? Foto yang mana dan filter foto apa saja yang anda gunakan?
7. Apakah benar anda menggunakan strategi promosi diri (*self-promotion*) untuk mengkomunikasikan diri secara visual di instagram? Apa alasannya? Foto yang mana dan filter foto apa saja yang anda gunakan?
8. Apakah benar anda menggunakan strategi pemberian contoh/teladan (*exemplification*) untuk mengkomunikasikan diri secara visual di instagram? Apa alasannya? Foto yang mana dan filter foto apa saja yang anda gunakan?

9. Apakah benar anda menggunakan strategi permohonan (*supplification*) untuk mengkomunikasikan diri secara visual di instagram? Apa alasannya? Foto yang mana dan filter foto apa saja yang anda gunakan?
10. Apakah benar anda menggunakan strategi hambatan diri (*self-hadicapping*) untuk mengkomunikasikan diri secara visual di instagram? Apa alasannya? Foto yang mana dan filter foto apa saja yang anda gunakan?
11. Apakah benar anda menggunakan strategi *aligning actions* untuk mengkomunikasikan diri secara visual di instagram? Apa alasannya? Foto yang mana dan filter foto apa saja yang anda gunakan?
12. Apakah benar anda menggunakan strategi *altercasting* untuk mengkomunikasikan diri secara visual di instagram? Apa alasannya? Foto yang mana dan filter foto apa saja yang anda gunakan?

*Pertanyaan sewaktu-waktu dapat berubah, sesuai keadaan yang peneliti temui ketika melakukan observasi di lapangan.



Curriculum Vitae

Nama : Meidiana Catur Astiani
Tempat, Tanggal Lahir : Yogyakarta, 2 Mei 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Nitikan UH VI/493 RT 48 RW 12, Sososutan,
Umbulharjo, Yogyakarta, 55162
Telepon : 085643837369
E-mail : meidiana.catur@gmail.com

Pendidikan Formal

2012 – 2017 : Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2008 – 2011 : SMA Negeri 5 Yogyakarta
2005 – 2008 : SMP Negeri 10 Yogyakarta
1999 – 2005 : SD Negeri Giwangan
1998 – 1999 : TK ABA Nitikan

Pengalaman Organisasi

2014 - Sekarang : Nasyiatul Aisyiyah Ranting Nitikan
2014 - Sekarang : Angkatan Muda Muhammadiyah Ranting Nitikan
2009 - Sekarang : Madrasah Diniyah Al-Ishlah Nitikan
2008 - Sekarang : Muda – Mudi RW 12 Nitikan
2008 - Sekarang : Remaja Islam Masjid Al-Ishlah Nitikan
2013 - 2015 : Komunitas NEON Photography UIN Sunan Kalijaga
2010 - 2012 : Ikatan Pelajar Muhammadiyah Ranting Nitikan
2010 - 2011 : Dewan Ambalan Nyi Pembayun SMA Negeri 5 Yogyakarta
2008 - 2011 : Palang Merah Remaja SMA Negeri 5 Yogyakarta
2008 - 2010 : Rohis Darussalam SMA Negeri 5 Yogyakarta

Pengalaman Kepanitiaan

2015 : Bendahara Festival ADUIN (Advertising UIN)
2014 : Panitia Diskusi Musikal Anti Korupsi BHACA (Bung Hatta Anti Corruption Award)