

Book-chapter Pemikiran FISHUM 2021

Menuju Masyarakat Indonesia 5.0:

Perspektif & Dinamika



Editor:
Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn.

Penulis:
Ul Ardaninggar Luhtianty | Sabiqotul Husna | Astri Hanjarwati | Maya Sandra Rosita Dewi
Dwi Nur L. Fithriya | Katrin Purnomo Sari Rama Kertamukti | Bono Setyo | Lelita Azaria Rahmadiva | Yayan Suryana
Yani Tri Wijayanti | Alip Kunandar | Siantari Rihartono | Maulana Zulvian Rahman | Muryanti | Nur Hadi Prabawa
Candra Indraswari | Amalia De Tavare | Muhammad Dimas Cahya R. K. | Rizky Amalia | Rizqon Abdillah | Tri Muryani
Lisa Aditia Putra | Kanita Khoirun Nisa

Diterbitkan oleh
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika

Penulis:

Ul Ardaninggar Luhtitianti | Sabiqotul Husna | Astri Hanjarwati
Maya Sandra Rosita Dewi | Dwi Nur L. Fithriya | Katrin Purnomo Sari
Rama Kertamukti | Bono Setyo | Lelita Azaria Rahmadiva
Yayan Suryana | Yani Tri Wijayanti | Alip Kunandar
Siantari Rihartono | Maulana Zulvian Rahman | Muryanti
Nur Hadi Prabawa | Candra Indraswari | Amalia De Tavel
Muhammad Dimas Cahya R. K. | Rizky Amalia | Rizqon Abdillah
Tri Muryani | Lisa Aditia Putra | Kanita Khoirun Nisa

Editor:

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn.

Layout:

Toni Fajar Ristanto

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (Pasal 1 ayat [1]).
2. Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan: a. Penerbitan ciptaan; b. Penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan ciptaan; d. Pengadaptasian, pengarsyafan, atau pentransformasian ciptaan; e. pendistribusian ciptaan atau salinannya; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman ciptaan; h. Komunikasi ciptaan; dan i. Penyewaan ciptaan. (Pasal 9 ayat [1]).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (Pasal 113 ayat [3]).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling

KATA PENGANTAR

Dr. Mochamad Sodik, M. Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Buku ini merupakan sebuah ikhtiar dari Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk merespon isu Society 5.0. Dalam wacana Society 5.0 tersebut teknologi menjadi alat dan sarana yang digunakan untuk mempermudah seluruh aktivitas manusia dan kelompok-kelompok masyarakat. Meskipun Indonesia belum sampai pada tahapan Society 5.0 tersebut, namun ciri tersebut telah nampak dalam perilaku dan fenomena sosial masyarakat Indonesia. Setidaknya hal ini dapat diamati dalam perilaku digital warga di sosial media, pemanfaatan teknologi tepat guna dalam berbagai kegiatan produksi dan pemasaran, optimalisasi perangkat teknologi untuk mempermudah berbagai kegiatan manusia dari institusi birokrasi hingga aktivitas dalam lingkup rumah tangga (keluarga). Kesemuanya ini menunjukkan bahwa masyarakat kita saat ini sedang bergerak menuju Society 5.0.

Ilmu pengetahuan sangat dituntut untuk merespon fenomena tersebut. Ilmu pengetahuan memiliki keterkaitan erat dalam melihat Society 5.0 dalam perspektifnya yang beragam. Ini sangat penting, karena perspektif ilmu sosial dan humaniora diperlukan sebagai acuan, pegangan bagi berbagai stakeholder dalam masyarakat untuk penentuan kebijakan, khususnya menyikapi massifnya peran teknologi di berbagai bidang kehidupan masyarakat. Potensi disrupsi

Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika

© UI Ardaninggar Luhtiantji, dkk.

xiv + 266 halaman; 16 x 24 cm.

ISBN: 978-602-50028-4-7

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun juga tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Juni 2022

Penulis : UI Ardaninggar Luhtiantji, dkk.

Editor : Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn.

Sampul : Toni Fajar Ristanto

Layout : Toni Fajar Ristanto

Diterbitkan oleh:

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

(FISHUM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Kantor: Jl. Marsda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok,

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR DEKAN FISHUM.....	v
KATA PENGANTAR WAKIL DEKAN BIDANG AKADEMIK FISHUM	vii
DAFTAR ISI	xi
PENDAHULUAN	xiii
PERSPEKTIF-PERSPEKTIF DALAM SOCIETY 5.0	
TEKNOLOGI DAN MASYARAKAT: PERSPEKTIF MAKRO SOSIOLOGI IBN KHALDUN <i>UI Ardaninggar Luhtitianti</i>	2
ARTIFICIAL INTELLIGENCE: TREN, DEBAT DAN IMPLEMENTASI DALAM PSIKOLOGI <i>Sabiqotul Husna</i>	31
PELUANG DAN TANTANGAN UIN SUNAN KALJAGA SEBAGAI UNIVERSITAS INKLUSIF DI ERA SOCIETY 5.0 <i>Astri Hanjarwati.....</i>	51
INTERAKSI SOSIAL DI ERA SOCIETY 5.0: DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI KOMUNIKASI <i>Maya Sandra Rosita Dewi, Dwi Nur L.Fithriya.....</i>	70
KOMPETENSI PSIKOSOSIAL SEBAGAI MODALITAS DIRI MENJADI PROFESIONAL YANG HUMANIS DI ERA SOCIETY 5.0 <i>Katrin Purnomo Sari.....</i>	91

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN URGENSI BAGI PENDIDIKAN ISLAM	
Bono Setyo, Lelita Azaria Rahmadiva.....	124
DAMPAK ACARA DAKWAH DI TELEVISI TERHADAP KEBERAGAMAAN WARGA KAMPUNG NAGA	
Yayan Suryana, Yani Triwijayanti, Alip Kunandar	138
KENDALA MEDIA MASSA TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI) SEBAGAI TELEVISI PUBLIK DALAM BERSAING DENGAN TELEVISI KOMERSIAL	
Siantari Rihartono.....	166
PERAN PERFILMAN DALAM MENGGIRING PESAN DIGITAL: STUDI FILM “MARLINA SI PEMBUNUH DALAM EMPAT BABAK”	
Maulana Zulvian Rahman.....	185
PANDEMI DAN SOSIAL EKONOMI	
STRATEGI UMKM BERTAHAN DI MASA COVID-19	
Muryanti dan Nur Hadi Prabawa	200
DIGITAL MARKETING DAN MOTIVASI KOGNITIF PELAKU USAHA DI PAGUYUBAN BATIK GIRILOYO	
Candra Indraswari, Amalia De Tavarel, Muhammad Dimas Cahya R. K., Rizky Amalia, Rizgon Abdillah.....	220
DESA DAN KEDAULATAN PANGAN (STUDI AKTIVITAS MASYARAKAT DESA DI MASA PANDEMI COVID-19)	
Tri Muryani, Lisa Aditia Putra.....	243
FENOMENA MENJAMURNYA TOKO ONLINE SEBAGAI MEKANISME SURVIVAL MASYARAKAT DI ERA PANDEMI	
Kanita Khoirun Nisa.....	254

PENDAHULUAN

Inisiatif membangun “Society 5.0” telah dilakukan Pemerintah Indonesia dengan teknologi digital yang digunakan dalam berbagai sektor ekonomi dan bisnis, seperti fintech, e-commerce, layanan kesehatan/pendidikan/ transportasi online, maupun Internet of Things (IoT). Khusus untuk layanan kesehatan dan pendidikan, pemerintah memberikan dana yang besar karena menilik pada program kegiatan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI diprediksi akan sangat besar kontribusi teknologi digital dalam ekonomi Indonesia depannya. Bahkan perkembangan e-commerce sebagai sektor utama yang mendukung ekonomi digital di Indonesia sangat diperhatikan. Sebanyak 72,73% dari total transaksi ekonomi digital di Indonesia berasal dari e-commerce (laporan tahunan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Ri). Pada 2020, nilai e-commerce mencapai US\$32 miliar, dan diproyeksikan akan mencapai US\$83 miliar di 2025. Indonesia memiliki bonus demografi yang mendukung pembentukan ekosistem digital yang berkelanjutan. Mayoritas penduduk Indonesia adalah Generasi Z dan Milenial/berusia 8 s.d. 39 tahun yang memiliki tingkat adopsi digital tinggi. Sementara, terdapat 37% konsumen baru ekonomi digital yang muncul selama pandemi Covid-19 dan 93% di antaranya akan tetap memanfaatkan produk ekonomi digital pasca pandemi Covid-19 (Google, Bain, Temasek; 2020).

Kemajuan teknologi digital ini membuat pemerintah Indonesia berusaha menciptakan masyarakat cyber dalam kehidupan sehari-hari masyarakat dengan meningkatkan kolaborasi yang semakin

VIRTUALITAS DIRI DALAM RUANG MASYARAKAT CYBER

Rama Kertamukti

Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Email: rama.mukti@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 yang sudah berjalan hampir dua tahun di Indonesia, membuat masyarakat semakin dekat dengan ruang digital (Riski, 2020). Sebuah dunia yang di dalamnya tidak ada ruang yang membatasi, ruangan yang tidak terpisahkan, tidak ada batasnya *no bondaries*. Internet melemahkan batasan-batasan apapun yang ada dalam dunia *offline* karena koneksitasnya tidak ada batasan (Holmes, 2001:135). Tidak ada batasan kebenaran yang sebenarnya dalam ruang digital, melainkan manipulasi kenyataan. Kasus contoh dalam kasus Awkarin yang begitu menjadi perhatian, ketika Awkarin diberitakan membeli hotel dipicu karena unggahan-unggahan di Instagram milik Awkarin. Begitu banyak *follower*-nya memberi selamat bahkan unggahan tersebut menjadi berita di berbagai media massa online. Judul yang diangkat “Awkarin Umumkan Telah Beli Hotel” (Nursyamsi, 2021), “Awkarin Dikabarkan Beli Hotel, 7 Potret Tulisan di Karangan Bunganya Ini Curi Perhatian” (Ayuningtyas, 2021), “Awkarin Membeli Hotel Mewah, Dapat Ucapan Selamat dari Salah Satu Mantannya!” (Ibrahim, 2021). Unggahan Awkarin menjadi trending di media massa *online*, kenyataan yang terjadi itu hanyalah *gimmick* yang dilakukan hotel untuk meningkatkan okupasi hotelnya. Awkarin sebagai pemilik informasinya pun memberikan klarifikasi bahwa ia hanyalah bagian dari promosi untuk meng-

endorse hotel tersebut. Awkarin mengatakan di Instagram miliknya, ”Haduh, gue beli hotel artinya gue beli kamar hotel buat *staycation*”.

Instagram adalah media sosial yang menghubungkan dunia pribadi menjadi milik sosial dan dunia sosial seperti menjadi milik pribadi. Media sosial seperti instagram masuk dalam dunia virtual. Dalam ruang virtual, waktu menjadi sangat singkat, berbagai teknologi dan mikroteknologi telah muncul yang menawarkan cara baru untuk terlibat dalam kehidupan manusia dalam banyak aktivitas, mencakup penciptaan aktivitas, produksi aktivitas, penyebaran aktivitas, dan konsumsi aktivitas (Whiteley & Rambarran, 2016:xviii). Media sosial seperti *SecondLife*, kehidupan yang dilakukan sehari-hari dan berkomunikasi intens. konstruksi identitas online dapat dilakukan oleh pengguna dalam waktu kapan pun, karena hanya bermodalkan *gadget* yang dipunya dan kuota internet untuk menghidupi kehidupan dunia internet seseorang. Identitas online juga mempengaruhi perilaku seseorang di lingkungan sosialnya (Nagy, 2010:167). Media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan saat ini. Media sosial menyediakan beberapa layanan yang memungkinkan penggunaannya untuk menikmati waktu mereka di dunia virtual dan juga memberikan tubuh penggunaannya dalam ruang-ruang media sosial untuk berinteraksi dengan pengguna lain (Idid, 2019). Media sosial memberikan juga harapan untuk mewakili kepribadian mereka di dunia virtual untuk diceritakan pada orang lain. Dengan menggunakan teori dramaturgi Goffman kita bisa melihat cara pengguna mengidentifikasi dan merepresentasikan diri mereka sendiri. Pengguna media sosial memberikan ruang media tersebut untuk menggambarkan dan mengelola identitas virtual yang diproduksi pengguna. Pengguna sambil menjelajahi ruang-ruang media sosial mereka juga membangun identitas virtual mereka dan mewujudkan kehadiran online mereka dengan *share*, *like*, dan *comments*. Di internet pada dasarnya komunikasi dan atau interaksi yang terjadi memakai medium teks, secara langsung hal ini akan memengaruhi bagaimana seseorang mengkomunikasikan identitas dirinya di kehidupan virtual (*virtual life*) dan setiap teks menjadi semacam perwakilan dari setiap ikon diri dalam self-performance. Dalam interaksi *face-to-face* seseorang akan memahami gambaran identitas diri orang lain melalui gender, ras, pakaian, dan

karakteristik non-verbal lainnya. Namun, beberapa karakteristik ini sangat sulit muncul dalam interaksi virtual, teknologi internet menawarkan fasilitas untuk menyembunyikan beberapa petunjuk atau karakteristik ternetu yang tidak ingin ditampilkan dan diketahui oleh publik. Inilah yang dalam konsep Goffman mengumpamakan sebuah panggung drama di mana ruang pertunjukan tersebut selalu ada tempat apa yang dikatakan sebagai *front-stage* dan *back-stage*. Di panggung belakanglah setiap pemain menyembunyikan atau memiliki identitas dirinya yang disebut sebagai *personal identity*, sementara yang ditampilkan di atas panggung adalah identitas sosial atau *social identity*. Manajemen kesan atau *impression management* dikembangkan Goffman untuk menggambarkan bahwa dalam penampilan diri seringkali individu ketika menjalani perannya di tengah masyarakat melakukan sesuatu untuk menampilkan kesan tergantung dari apa yang disebut Goffman sebagai *setting* dan *audiences*. Dalam pelaksanaan manajemen kesan, " *the individual will have to act so that he intentionally or unintentionally expresses himself, and others will in turn have to be impressed in some way by him...*" (Goffman, 1956).

Gagasan tentang identitas memiliki sejarah yang dieksplorasi secara luas dan penuh warna dalam ilmu-ilmu sosial. Sejak karya perintis dan dasar Erik Erikson mengenai perkembangan identitas pada 1950-an (Kuper, 1996). makna tradisional dari identitas telah diperluas, memberikan pengaruh dalam berbagai hal di perubahan sosial dan budaya, terkait dengan dampak globalisasi dan inovasi teknologi terkini (Davis, 2012)2009. Dalam pengertian yang paling umum, identitas menangkap tanggapan implisit dan eksplisit terhadap pertanyaan itu. Siapa saya, mencak up berbagai konten dan proses yang terjadi dalam perjalanan kehidupan (Toffler, 1980). Pengembangan definisi identitas berlangsung melalui tahapan-tahapan panjang dan terus menerus menggabungkan definisi-definisi setelahnya dan umpan balik dari lingkungan (Toffler, 1980). Berdasarkan kerangka teoritis yang tersedia, empat tingkat identitas yang berbeda dapat dibedakan, termasuk identitas individu, relasional, sosial dan material (Vignoles et al., 2011). Masing-masing level mewakili konten yang berbeda dan elemen kontekstual dan dapat dicirikan oleh proses khas yang mendasari konstruksi,

pemeliharaan, serta modifikasi yang terkait dengan identitas yang diberikan. Identitas individu disebut juga sebagai identitas pribadi, terdiri dari serangkaian karakteristik yang relatif stabil yang dianggap berasal dari individu itu sendiri (Toffler, 1980). Identitas individu dapat dianggap sebagai kendaraan yang dimana seseorang dapat membangun kisah hidup yang dipahami lingkungannya (McAdams, 2006), menggabungkan tujuan, keyakinan dan nilai-nilai (Marcia, 1966; Waterman, 1999). Tingkat berikutnya, identitas relasional mengacu pada peran-peran yang memanifestasikan dirinya melalui berbagai interaksi sosial dan menempatkan penekanan khusus pada pentingnya umpan balik sosial (Toffler, 1980). Dalam kerangka identitas sosial, konsep diri individu cenderung sangat ditentukan oleh keanggotaan yang dirasakan dalam berbagai kelompok sosial, termasuk yang terkait dengan etnis, kebangsaan, agama, jenis kelamin dan keluarga (Baym, 2006) which defined features of CMC as the absence of regulating feedback, with reduced status and position cues. Researchers discovered that it took longer to complete tasks, single leaders were less likely to emerge, participation became more equal, and there was increased uninhibited behaviour. - This deterministic perspective had been replaced, involving a more sophisticated conceptualisation of variables with experimental research. Rather than positing limited cues as the primary independent variable, the challenge focused on explaining the roles that media characteristics played in shaping communication and on clarifying the variables that produced differing results. - The media qualities with the greatest interpersonal implications fell into roughly three categories: (1. Untuk mempertahankan rasa diri mereka, individu termotivasi untuk menyesuaikan diri dengan norma dan harapan kelompok tertentu (Goffman, 1969). Akhirnya, identitas material mencerminkan perluasan materi diri (Casaló et al., 2017).

Sebelum era digital saat ini, perkembangan identitas dulu dibatasi oleh realitas fisik dan kendala-kendala dari of sini dan sekarang, serta oleh kebutuhan untuk membangun koleksi pengalaman sebelumnya yang relatif terbatas (Featherstone et al., 1999). Menurut Mann (1991), reflektivitas memainkan peran penting dalam mencapai rasa umum diri dan identitas, yang dalam

kondisi *offline* terkait dengan dunia fisik di mana manusia ada. Munculnya lingkungan virtual, bagaimanapun, membuka pintu bagi pengguna untuk mengalami berbagai pertemuan virtual, banyak di antaranya tidak mungkin dilakukan di dunia nyata yang murni fisik (Lee & Chau, 2017).

Individu bersifat ekspresif dalam mengelola individualitasnya (Goffman, n.d.). Di dalam 'ruang online ada perspektif bahwa media tersebut dibingkai oleh semacam individualitas dengan memberikan penggunaannya dengan akun-akun pribadi dan *password*, di mana "kebebasan" untuk mengekspresikan diri menjadi persyaratan secara tidak langsung karena pengguna diberikan banyak kewenangan mengelola akun mereka, yang kemudian memungkinkan identitas untuk dikelola dan diatur sekehendak (Baker et al., 1998:10.) Persyaratan dalam pembuatan akun media sosial berperan penting dalam memainkan peran membantu individu mewakili diri mereka sendiri dan membuat mereka merasa nyaman dengan identitas mereka bentuk di ruang media sosial. Inisiatif web menjadi lebih efektif sebagai alat komunikasi dan akibatnya mempengaruhi kehidupan sosial. Perspektif tentang identitas yang dihadirkan pengguna dilakukan secara aktivitas pada pengguna lain dengan merepresentasi diri pada teks, gambar, dan video yang dibuat. Selanjutnya aktivitas itu juga didukung dengan, profil di media sosial yang mengundang komentar dari pengguna lain. Dari situlah terjadi kehidupan virtual di media sosial.

B. PEMBAHASAN

Kehidupan Pribadi di Ruang Virtual, Pakar psikologi kepribadian dari Universitas Institut Teknologi Massachusetts, Sherry Turkle memberikan pernyataan dalam bukunya *Life Beyond The Screen* (Turkle, 1997:3) di dalam ruang virtual orang tidak akan mengerti kita, walau kita berubah menjadi "seseorang yang berbeda" semua orang tidak bisa mengenali kita karena profil hasil bentukan di ruang virtual sehingga dunia virtual bersifat *anonymous*. Pernyataan satir itu memperlihatkan bagaimana dunia virtual internet yang menjelajah merambah ruang interaksi antar manusia. Tetapi di balik itu pula, diri di ruang virtual bukan lagi diri yang sifatnya tunggal serta selalu melekat secara aktif di diri sehari-hari, namun

identitas diri yang bersifat multiple, dinamis serta cair. Pada dimensi virtual, konsep interpersonal, dalam makna pertemuan dengan memperhatikan segala bentuk komunikasi non verbal dalam bentuk memperhatikan mimik, jarak antara yang saling berbicara dan juga lingkungan yang menyertai tidaklah hadir.

Keterbatasan penafsiran menjadi kendala karena dibatasi hanya dengan ruang monitor yang dimiliki perangkat teknologinya. Batasan itu menimbulkan multi tafsir yang luar biasa, apalagi bila berhubungan dengan bahasa dan penampilan dalam berinteraksi. Konteks interpersonal beralih jadi komunikasi konteks interpersonal termediasi (*interpersonal mediated communication*) (Pemberton & Shurville, 2000). Sebab suatu ekspektasi terhadap manusia dibatasi, harapan terputus karena komputer. Kesukaran memahami motif dan kemauan dari lawan bicara karena hanya melalui tampilan yang terdapat di layar perangkat teknologi selaku medium untuk berbicara. Contoh yang dapat dilihat dalam media sosial berhubungan dengan orang lain diawali dan mengenal melalui profil yang ditampilkan, ruang memperbaharui status (*updates status*) menjadi ruang untuk mengawali interaksi. Internet ataupun *interconnection networking* telah jadi media baru yang membagikan akses kemudahan untuk penggunaannya diseluruh dunia, yang membagikan akses kemudahan untuk penggunaannya diseluruh dunia dengan metode jaringan yang saling berhubungan. Dunia virtual ataupun *cyberspace* adalah media elektronik dalam jaringan personal computer atau gadget yang dipakai buat keperluan berbagi data dalam komunikasi. Komunikasi yang dimaksud ialah komunikasi satu arah maupun timbal balik yang dicoba secara *online*. Hadirnya internet serta dunia virtual ataupun *cyberspace* tersebut, mendesak timbulnya media sosial. Media sosial sendiri berperan selaku media yang memediasi komunikasi yang dicoba secara virtual atau *online*. Media sosial adalah ruang dimana pengguna ataupun user tidak dibatasi jarak serta waktu. Salah satu wujud dari media sosial yang berperan adalah dengan memberikan gambar serta video dan menyajikan fitur dalam berbagi aktivitas ketika saling berinteraksi menggantikan percakapan tatap muka atau *offline*. media sosial dapat memberikan gambar serta video dalam kegiatan tiap hari dan juga memberikan keterangan atas apa yang dilakukan penggunaannya.

Untuk memahami perubahan perilaku pengguna masyarakat dalam dunia virtual akibat revolusi teknologi, perlu dipahami cara kerja teknologi komunikasi yang ada. Teknologi komunikasi berupa media sosial sudah menjadi alat yang mendampingi aktivitas kehidupan manusia saat ini. Teknologi hampir menembus seluruh segi kehidupan manusia, terutama pembentukan aktivitas sosial yang tidak hanya berorientasi pada proses, tetapi juga membentuk produk baru. Revolusi teknologi kali ini merujuk pada teknologi proses informasi dan komunikasi (Castells, 2010:29). Media sosial yang merupakan media bersosialisasi secara *online* menuntut kita untuk menjalin koneksi dengan orang-orang di sekitar kita, layaknya di dunia nyata. Kesempatan yang diberikan media sosial untuk menciptakan sendiri identitas virtual yang diinginkan, melanggengkan para penggunanya untuk menampilkan imaji diri (*self-image*) yang sebebas-bebasnya. Mereka dapat menentukan dirinya ingin dilihat seperti apa, dikenal sebagai siapa, bahkan memiliki dunia yang seharusnya bagaimana menurut pengguna, semua itu dapat mereka wujudkan melalui citra-citra visual yang dikehendaki dan teks yang di-*framing*. Individu dapat membentuk identitas mereka menyesuaikan yang mereka harap mengenai kebangsaan, jenis kelamin, agama dan berbagai hal berdasarkan informasi yang ditulis pengguna. Menurut Chandler (Harris, 2012), internet dan web memberikan peluang untuk konstruksi identitas, karena mereka memungkinkan pemikiran tentang identitas dan juga memungkinkan orang untuk mengubah siapa yang mereka inginkan. Inilah sebabnya mengapa ia menyebut mereka teknologi diri (Thurlow et al., 2004). Identitas virtual adalah entitas yang diciptakan di dunia virtual untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran pengguna. Identitas virtual mencakup elemen virtual (avatar dan lingkungan) dan juga elemen non-virtual (penggunaan bahasa, reaksi terhadap kejadian tertentu, dll) cara mereka berinteraksi di jaringan.

Identitas *offline* dan identitas virtual dipahami memiliki perbedaan. Dalam interaksi tatap muka yang biasa, identitas dibangun di bawah serangkaian batasan yang unik. Kehadiran tubuh jasmani dalam pertemuan sosial mencegah orang mengklaim identitas yang tidak sesuai dengan informasi yang terlihat dari

karakteristik fisik si pemilik informasi (misalnya, jenis kelamin, ras, dan penampilan), dan pengetahuan bersama tentang latar belakang sosial, atribut kepribadian masing-masing. Akan sangat sulit bagi seseorang untuk berpura-pura menjadi apa yang bukan dirinya. Oleh karena itu, membangun identitas dalam keadaan ini sebagian besar melibatkan manipulasi pengaturan fisik dengan perubahan bentuk fisik dan pembetulan kesan untuk menghasilkan citra yang diinginkan pada orang lain (Thurlow et al., 2004). Dalam situasi di mana interaksi tatap muka terjadi ketika tidak saling mengenal semisal bertemu di swalayan, mall, orang mungkin dapat atau ingin menyembunyikan latar belakang dan kepribadian mereka untuk menghasilkan identitas baru. Kenyataannya, klaim identitas tersebut masih tidak dapat melampaui batas yang ditetapkan oleh kenyataan. Dengan mudah klaim identitas itu terbentur kebenaran, karena bila sudah mengenal akan terlihat bahwa itu adalah penipuan dan hanyalah manipulasi. Jadi, pada tingkat analitis sangat penting untuk mengenali bahwa “orang” dibangun dari apa yang kita rasakan dan dari apa yang kita ketahui. Seperti yang disebutkan Geser, dalam kondisi tatap muka, interaksi sangat dibentuk oleh persepsi bersama: oleh apa yang kita lihat, dengar, atau bahkan tercium (Nagy, 2010). Kenyataan itu tidak terlihat bila interaksi di mediasi teknologi, apa yang seharusnya dirasakan seperti yang dikemukakan Geser seakan tidak terjadi.

Menurut Tim Jordan (Taylor & Jordan, 2002), menjelaskan dua kondisi yang bisa menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internert, yaitu (1) untuk melakukan koneksitas di *cyberspace* setiap orang harus melakukan logging in atau melakukan prosedur tertentu seperti menulis unsername dan password untuk membuka akses e-mail, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya. Ketika prosedur itu dilalui, maka individu akan mendapatkkan semacam their own individualised place yang hanya bisa diakses oleh individu tersebut saja atau yang bisa disebut dengan istilah akun (*account*); (2) memasuki dunia virtual kadang kala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengkontruksi dirinya di dunia virtual. Fenomena inilah yang menurut Tim Jordan, dikatakan

sebagai tiga elemen dasar kekuatan individu di dunia siber, yaitu: 1. *Identity Fluidity*, bermakna sebuah proses pembentukan identitas secara online atau virtual dan identitas yang terbentuk ini tidaklah mesti sama atau mendekati dengan identitasnya di dunia nyata (*offline identities*). 2. *Renovated Hierarchies*, Proses dimana hierarki-hierarki yang terjadi di dunia nyata direka dibentuk kembali menjadi hierarki dunia maya (*online hierarchies*). 3. *Information as reality*, Yakni informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual. Dengan kata lain, hasil akhir dari *identity fluidity* dan *renovated hierarchies* inilah yang selanjutnya menjadi *informational space*, yakni informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual. Kenyataan membuktikan bahwa identitas individu di *online* adalah individu yang memiliki dua kemungkinan, yakni; Dapat menjadi sama atau bisa jadi berbeda identitas secara *offline*. Kemudian, individu tidak hanya memiliki satu identitas semata, melainkan bisa memiliki identitas yang beragam dengan karakteristik yang berbedabeda pula di *online*. Ada dua kondisi yang ditambahkan Tim Jordan untuk menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internet, yaitu (1) untuk melakukan koneksi di cyberspace setiap orang harus melakukan logging in atau melakukan prosedur tertentu seperti menulis username dan password untuk membuka akses ke e-mail, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya. Ketika prosedur tersebut dilalui, maka individu akan mendapatkan semacam *their own individualised place* di mana setiap individu mendapatkan laman khusus yang hanya bisa diakses oleh individu tersebut saja atau yang biasa disebut dengan istilah akun (*account*); (2) memasuki dunia virtual kadangkala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengkonstruksi dirinya di dunia virtual (Taylor & Jordan, 2002)

Internet telah mengubah kondisi konstruksi identitas yang dibawa di ruang sebelumnya *offline* (Dieneke Boer, 2016) karena lingkungan virtual membuka pintu pengalaman identitas baru. Memasuki dunia virtual ciri-ciri pengguna dapat disembunyikan ke dunia luar, dan menampilkan yang bukan diri pengguna asli. Pandangan psikososial mengartikan cara berkomunikasi yang

memperlihatkan cara-cara baru untuk menjadi, menunjukkan dan menegosiasikan identitas yang dipertaruhkan dalam kenyataan di dunia *offline* (Dieneke Boer, 2016). Menggunakan identitas baru dalam internet memiliki kemungkinan untuk masuk ke dalam komunitas baru, di mana setiap informasi pribadi dapat diperbaharui atau dimanipulasi bahkan juga bisa secara langsung ditunjukkan kepada orang lain.

Selain itu, karena tubuh terlepas dari tatap muka secara langsung dalam ruang *online*, menjadisuatu yang biasa terjadi pengguna ketika berinteraksi satu sama lain di Internet dalam mode menyembunyikan keaslian “tubuh” yang kemungkinan tidak mengungkapkan apa pun tentang keadaan asli pengguna. Selain itu, bahkan dalam situasi di mana mode audiovisual digunakan dalam kontak online, anonimitas dapat dipertahankan dengan menyembunyikan informasi tentang latar belakang pribadi seseorang, seperti nama dan tempat tinggal. Kombinasi tanpa tubuh dan anonimitas menciptakan lingkungan yang dimediasi secara teknologi mengembangkan mode produksi identitas baru muncul (Baym, 2006) which defined features of CMC as the absence of regulating feedback, with reduced status and position cues. Researchers discovered that it took longer to complete tasks, single leaders were less likely to emerge, participation became more equal, and there was increased uninhibited behaviour. - This deterministic perspective had been replaced, involving a more sophisticated conceptualisation of variables with experimental research. Rather than positing limited cues as the primary independent variable, the challenge focused on explaining the roles that media characteristics played in shaping communication and on clarifying the variables that produced differing results. - The media qualities with the greatest interpersonal implications fell into roughly three categories: (1. Ini terjadi karena setiap pendaftaran pengguna online seperti pada media sosial dan setiap “inkarnasi virtual” perwujudan virtual dalam media sosial sebagai aktivitas bebas untuk menciptakan identitas baru bagi para pengguna yang seringkali tidak terkait dengan komitmen diri dan harapan-harapan sosial dari masa lalu yang pengguna alami. Identitas baru yang dibuat memberikan harapan atau keinginan untuk memberikan titik awal untuk tindakan baru dan strategi baru dalam membangun “manajemen identitas” (ini

berhubungan dengan *personal brand*) yang dibentuk secara eksklusif untuk mendapatkan atau mengharapkan motivasi, peluang, bagi para penggunanya di ruang virtual. Selanjutnya, identitas online dapat dihidupkan dan dimatikan tanpa melewati fase perantara (misalnya dengan masuk dan keluar), dan identitas tersebut dapat dimodifikasi kapan pun pengguna kehendaki seperti saat mengubah profil pendaftaran dalam media sosial, seperti merubah nama panggilan, atau karakteristik avatar yang dibagi ke pengguna lain (Rosenfeld, 2015). Kegiatan didalam dunia *online* seperti "bermain peran, bahkan memungkinkan pengguna yang kurang beruntung untuk melewati rintangan yang mereka hadapi seperti pengguna lain memilih yang cantik, pintar dan lain-lain. Rintangan seperti ini bisa dilewati dengan mudah dalam pengaturan biodata bila fisik dapat menggunakan filter-filter khusus yang disediakan aplikasi media sosial. Aktivitas yang dapat dilakukan media sosial ini membuka ruang mencegah sentimen seperti membangun identitas yang diinginkan dalam aktivitas tatap muka (Baym, 2006:20) which defined features of CMC as the absence of regulating feedback, with reduced status and position cues. Researchers discovered that it took longer to complete tasks, single leaders were less likely to emerge, participation became more equal, and there was increased uninhibited behaviour. - This deterministic perspective had been replaced, involving a more sophisticated conceptualisation of variables with experimental research. Rather than positing limited cues as the primary independent variable, the challenge focused on explaining the roles that media characteristics played in shaping communication and on clarifying the variables that produced differing results. - The media qualities with the greatest interpersonal implications fell into roughly three categories: (1. Lingkungan *online* menyediakan ruang untuk ekspresi "diri tersembunyi" seseorang (Nagy, 2010), dan eksperimen dengan berbagai identitas non-konvensional (Burns et al., 2011). Dengan demikian, Internet memainkan peran penting dalam pemberdayaan identitas, ketika identitas diri dibuka untuk publik atau orang lain. Selain itu, dunia maya memaksa individu untuk melakukan pergantian peran yang sangat mendadak dan menyeluruh yang mungkin tidak selaras dengan fakta. Pergantian peran mengikuti suasana psikologis bahkan situasi komersil, pengguna dapat merubah status identitas dengan cepat, lembut

dan beradaptasi, fokus terhadap masalah yang ada atau situasional yang terjadi yang dihadapi para pengguna di dunia virtual. Media sosial dengan cepat juga merespon mengembangkan fitur-fitur yang dapat membuat pengguna mengkonstruksi lain diri mereka untuk diperkenalkan dan membingkai identitas virtual dengan cara yang menurut pengguna lebih tepat. Aspek identitas virtual bagi para pengguna hari ini dianggap sebagai fitur penting untuk membangun personal *brand*.

Pertumbuhan komunitas virtual hari ini sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan internet yang dari hari ke hari makin pesat penggunaannya. Komunitas virtual tumbuh menjadi sebuah trend yang memperbolehkan manusia beraktifitas di ruang virtual bersama-sama dengan warga dunia dengan membentuk suatu komunitas, tanpa wajib berkumpul di sesuatu tempat secara raga. Namun dalam kehidupan komunitas virtual di Indonesia, terdapat kecenderungan apabila komunitas virtual dimulai pembentukannya dengan pertemuan raga untuk menciptakan jati diri mereka selaku komunitas sosial (Nugroho et al., 2017). Paling utama komunitas virtual di Indonesia dibentuk dan diarahkan aktivitasnya ke dalam aktivitas media sosial seperti komunitas (Hidayat, 2014). Pertemuan raga itu umumnya disebut kopi darat, dibangun secara kuat melalui media sosial yang tergabung dalam dunia virtual. Media sosial di Indonesia telah memberikan dan mempunyai tempat tertentu dalam kehidupan tiap hari, diperlihatkan dalam laporan hootsuite bahwa penggunaan media sosial di Indonesia di tahun 2021 mencapai 170 juta pengguna (We Are Social - Hootsuite, 2021). Sebagian media sosial yang populer digunakan oleh pengguna di Indonesia adalah Youtube, Whatapps, Instagram, Facebook, Line, Linkedin, Twitter. Sampai saat ini salah satu media sosial yang masih eksis ialah Facebook dengan berbagai *power source*-nya. Pada prinsipnya, pemakaian Facebook sama dengan media sosial yang lain, facebook terus berusaha membedakan diri dengan segi tampilan, serta fitur yang disediakan lebih lengkap untuk mengkontruksi identitas pengguna. Hingga saat ini, komunitas virtual masih banyak diperdebatkan untuk menjadi sebuah komunitas yang riil. Keberadaan komunitas virtual telah memisahkan dua kehidupan sosial dan virtual (Nugroho et al., 2017), tidak dapat dianggap sebagai komunitas karena tidak

dapat memenuhi dasar yang jelas tentang komunikasi itu sendiri dan komunitas virtual justru mendorong terpisahnya kehidupan riil dan kehidupan virtual (Baym, 2006) which defined features of CMC as the absence of regulating feedback, with reduced status and position cues. Researchers discovered that it took longer to complete tasks, single leaders were less likely to emerge, participation became more equal, and there was increased uninhibited behaviour. - This deterministic perspective had been replaced, involving a more sophisticated conceptualisation of variables with experimental research. Rather than positing limited cues as the primary independent variable, the challenge focused on explaining the roles that media characteristics played in shaping communication and on clarifying the variables that produced differing results. - The media qualities with the greatest interpersonal implications fell into roughly three categories: (1. Namun pada kenyataannya, komunitas virtual saat ini jauh berkembang di bandingkan komunitas yang bersifat *offline*, komunitas virtual karena identitas yang bergabung lebih membebaskan segala bentuk identitas sehingga perkembangannya menjadi sangat cepat bahkan komunitas virtual dapat dikatakan dibangun melampaui waktu, ruang, dan tempat melalui teknologi komunikasi tanpa menganulir kebutuhan bertemu secara fisik yang diwujudkan dalam berbagai kegiatan yang sifatnya bertatap muka dan mengenal secara *offline* di kehidupan sosial. Komunitas virtual sebagai kumpulan banyak identitas virtual dalam fenomenanya saat ini sudah jadi bagian ruang-ruang sosial. Perkembangan dunia big data, dunia yang menjadi sebuah keniscayaan, dunia virtual tidak lagi bisa dipisahkan dari kenyataan sosial walau fenomena ini dalam masyarakat siber. Proses dini bertemunya orang dengan teknologi komunikasi membuat interaksi mudah dilakukan dan menjadi sebuah fenomena interaksi komunitas virtual. Interaksi sebuah komunitas virtual menjadi sebuah pola yang dapat digambarkan anggota komunitas berjumpa dengan ruang komunitas virtual yang disitu berada anggota yang banyak *no boundaries* . Seperti yang diungkap dalam

Kondusifitas berhubungan lewat grup dalam media sosial menunjang terjadinya komunitas virtual menjadi lebih solid, kekuatan solidaritas ini diharapkan tidak banyak oknum yang

membuat permasalahan di komunitas virtual yang dapat menjadi hambatan dalam proses interaksi di komunitas virtual. Loyalitas seorang terhadap komunitas virtual didasari pula oleh kebutuhan akan informasi yang dibutuhkan lewat komunitas virtual ini. Pembentukan kegiatan *offline* menuju *online* dalam ruang komunitas virtual biasanya dimulai dalam fase *Pseudo community*, fase ini adalah fase di mana media online yang dipilih menjadi wadah dari sebuah komunitas virtual. Fase ini bisa juga disebut fase fase bulan madu, yaitu fase setiap anggota merasakan kenyamanan berinteraksi bersama dalam ruang virtual. Hal ini disebabkan karena setiap individu tidak dapat mengetahui kehidupan pribadi secara mendalam satu sama lain. Jarak ini membuat setiap anggota bisa memperlakukan satu sama lain dengan baik dan interaksi di grup berjalan lancar. Para anggota merasa komunitas virtual sebagai sebuah “Komunitas semu” yang bagi anggotanya tampak sebagai komunitas, tetapi sebenarnya adalah kumpulan orang-orang yang jauh lebih longgar yang kesetiaan dan kepeduliannya satu sama lain lebih dekat ke tingkat “kelompok”, daripada komunitas (Rheingold, 1993). Tetapi perubahan definisi komunitas virtual dalam konteks di Indonesia itu ketika komunitas virtual mengadakan kopi darat, karena kopi darat sesungguhnya sudah fenomena komunitas virtual itu dapat dikatakan sebagai komunitas sosial. Fenomena ini merupakan fase penting dalam membentuk sebuah komunitas secara utuh adanya saling percaya dalam bentuk mempercayai secara fisik. Fase *Emptiness*, fase ini merupakan fase dimana sebuah komunitas virtual mengalami kekosongan. Hal ini diakibatkan karena kesibukan para anggotanya sehingga menyebabkan tidak adanya kegiatan dalam sebuah komunitas, tidak adanya interaksi di grup komunitas virtual. Selain itu bila ada konflik yang terus terjadi dan tak kunjung menemukan solusi, mendorong komunitas menuju fase *emptiness* ini. Fase ini juga dimulai ketika anggota komunitas virtual menginginkan sebagai komunitas sosial dalam masyarakat. Kunci utama untuk mengetahui komunitas sebagai sebuah komunitas sosial adalah saat setiap anggota telah memiliki keinginan untuk mencapai tujuan bersama. Sehingga kebanyakan di Indonesia Komunitas virtual bukanlah komunitas semu, karena juga ada *cross check* secara fisik. Padahal dalam kenyataannya loyalitas dan kepedulian adalah bagian dari komunitas nyata tetapi bukan bagian

dari kelompok atau komunitas semu. (Ensslin & Muse, 2011).

Pada kenyataannya, komunitas virtual tidak boleh hanya dianggap sebagai pengganti atau simulasi komunikasi interpersonal. Komunitas virtual hari ini menjadi tipe komunitas yang sama sekali baru yang muncul dari komunikasi jaringan (*cyberspace*). Bentuk baru bahasa, interaksi dan identitas diciptakan. Komunitas virtual tampaknya merupakan kompromi yang sempurna antara individualitas dan tanggung jawab dalam masyarakat modern (jaringan). Mereka menawarkan kesempatan untuk informasi dan komunikasi, diskusi pribadi dan publik yang semua dilakukan pada waktu bersamaan. Karena mereka tumbuh dalam arti penting, mereka pasti akan memberi kontribusi pada struktur dan mekanisme sosial yang akan mempertahankan masyarakat. Mereka tidak akan menggantikan komunitas organik dan cara untuk bersosialisasi, tapi mereka akan menjadi tambahan bagi keberadaan komunitas organik, membangunnya dan mungkin memperkuatnya. Perkembangan dunia virtual menawarkan wadah bagi penggunanya untuk dapat berinteraksi dilingkungan sosial yang lebih luas tanpa terhalang oleh jarak dan waktu kepada siapapun. Salah satunya melalui media sosial Instagram. Komunikasi yang terjadi pada media sosial Instagram membentuk sebuah interaksi yang terjadi antara individu dengan lingkungan sosial dalam dunia siber.. Interaksi inilah yang kemudian akan mendorong seseorang untuk mengkonstruksi identitas seseorang secara *online* bersama (media indonesia, 2019).

C. SIMPULAN

Komunitas Virtual dengan bermacam bukti diri virtualnya mewakili bagaimana proses transformasi sosial yang dibawa oleh teknologi komunikasi serta dengan dukungan teknologi data baru. Komunitas bukan lagi wajib dibatasi secara daerah atau geografis namun dapat pula pada ruang virtual dimana manusia hidup. Tidak terdapat perbandingan yang berarti dalam dinamika komunitas ketika mereka cuma beraktifitas secara online dengan ketika berkehendak mereka berjumpa secara tatap muka. Kontak tatap muka sebagai perekat ikatan antar anggota dalam komunitas senantiasa diinginkan para anggota komunitas virtual. Bisa dilihat dari bagaimana orang dalam komunitas lebih intensif melaksanakan

aktivitas di dalam dunia *offline*, daripada di dunia virtual. Tidak hanya itu, orang juga senantiasa ingin memasuki dan menjelajah dalam dunia media baru atau virtual, serta mulai melaksanakan kegiatan virtual mereka dengan anggota lain lewat bermacam teknologi komunikasi untuk aktivitas di komunitas virtual. , Sedangkan identitas virtual diciptakan dan diposisikan melalui interaksi komunikasi yang cenderung bergantung pada konteks. Dunia virtual, memiliki karakteristik unik yang mendorong penggunaanya untuk membentuk hubungan satu sama lain dan dengan musuh memberikan berbagai peluang untuk berinteraksi dan bekerja sama dengan pengguna lain dalam suatu komunitas. Dengan identitas virtual, para pengguna ruang virtual dapat menentukan ruang dan batas pribadi mereka sendiri. Dalam hal ini, kedekatan fisik dengan identitas yang dihadirkan mungkin sebenarnya juga memiliki makna simbolis yang terkait dengan keintiman, persahabatan dan ikatan sosial, mirip dengan keberadaan *offline* individu.

Pengguna media sosial adalah Manusia yang pada dasarnya tak luput dari komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik itu melalui saluran maupun tidak. Komunikasi juga menyarakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi merupakan sarana yang membentuk identitas dan mekanismenya selalau berubah. Identitas menjadi penanda dalam kita berkomunikasi satu sama lain. Dalam berinteraksi satu sama lain, kita menunjukkan simbol-simbol tertentu untuk memberikan pemaknaan, begitu juga sebaliknya dimana seseorang yang menunjukkan simbol tertentu yang mampu kita pahami. Pembentukan identitas individu dalam mengkontruksi di media sosial kadangkala sama dengan berbeda dengan dunia nyata (*offline*). Pengguna di media sosial mampu bersifat lebih terbuka atau bebas mengungkapkan pikiran dan perasaanya. Hal itu disebabkan dirinya di media sosial tidak perlu ditunjukkan atau memerlukan keberadaan orang lain tidak perlu ditunjukkan atau memerlukan keberadaan orang tertentu sehingga pengguna harus mempertimbangkan orang tersebut. Media sosial dapat menjadi alat kontruksi diri seperti yang diinginkan oleh penggunaanya. Melalui pilihan kata, gambar yang diupload atau di unggah, komentar yang di dibuat pengguna

dapat memperkirakan kesan atau makna yang terbangun tentang dirinya. Pengguna memahami media sosial dapat menjadi tempat membentuk identitas diri seperti apa yang dia inginkan. Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*User generated content*). Media jejaring sosial (*social networking*) merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, efek dari hubungan sosial tersebut.

Proses kontruksi identitas di media sosial sangat dipengaruhi oleh siapa saja yang mengakses akun pengguna, sehingga itu menjadi kontrol terhadap proses kontruksi yang dibangunnya. Pengguna media sosial sebagai seorang manusia tampaknya juga memahami ada perbedaan batasan nilai-nilai individu, kelompok atau lingkungannya. Dengan kata lain dapat dimaknai identitas virtual pada pengguna media sosial pada dasarnya tidak tunggal atau sama, akan tetapi tergantung konteks dan peran yang dipilihnya. Terkait dengan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kebutuhan orang dalam hal ini pengguna media sosial untuk membuat identitas virtual yang beragam dapat dilakukan melalui media sosial. Identitas direpresentasikan dengan cara beragam dan berbeda bergantung pada masing-masing individu. Melalui identitas ini, individu terindikasi memiliki persamaan atau perbedaan dengan individu lain. Melalui identitas pula, sebuah komunitas terindikasi memiliki persamaan atau perbedaan dengan komunitas lainnya, baik aspek-aspek personal maupun aspek sosial. Dengan demikian, identitas dapat difungsikan sebagai penanda apakah individu yang bersangkutan merupakan bagian dari suatu kelompok atau bukan dan apakah kesamaan tertentu yang dimiliki sekelompok orang dapat menjadi identitas bersama/kolektif dan membedakannya dari kelompok lain.

D. REFERENSI

Ayuningtyas, N. (2021). *Awkarin Dikabarkan Beli Hotel, 7 Potret Tulisan di Karanganyan Bunganya Ini Curi Perhatian*. Liputan6.Com. <https://hot.liputan6.com/read/4516436/awkarin-dikabarkan->

beli-hotel-7-potret-tulisan-di-karangan-bunganya-ini-curi-perhatian

- Baker, J., Börlin, J., Balanchine, G., Dunham, K., & Graham, M. (1998). *How Did Dancers on Each Side of the Atlantic Choreograph the*. Routledge.
- Baym, N. K. (2006). Interpersonal life online. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*, 35–54. <https://doi.org/10.4135/9781446211304.n1>
- Burns, N., Daugherty, T., & Eastin, M. S. (2011). *User Generated Content Consumption*.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2017). Understanding Consumer Interaction on Instagram: The Role of Satisfaction, Hedonism, and Content Characteristics. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(6), 369–375. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0360>
- Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society. In *Massachusetts: Blackwell Publishing: Vol. I* (2nd ed.). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.2307/1252090>
- Davis, J. (2012). Prosuming Identity: The Production and Consumption of Transableism on Transabled.org. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 596–617. <https://doi.org/10.1177/0002764211429361>
- Dieneke Boer. (2016). The Construction of an Online Identity. *Universiteit Leiden*.
- Ensslin, A., & Muse, E. (2011). *Creating Second Lives*. <https://doi.org/10.4324/9780203828571>
- Featherstone, M., Hepworth, M., & Turner, B. S. (1999). *The Body*. SAGE Publications.
- Goffman, E. (n.d.). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. University of Edinburgh Socia Sciencesl Research Centre.
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh.
- Harris, C. D. (2012). Key Concepts in Leisure Studies Work – Leisure Relationships Work – Leisure Relationships. *Knowledge Creation Diffusion Utilization*, 262–268. <https://doi.org/10.4135/9781446220696>

- Hidayat, W. (2014). *17 Komunitas Online Asyik Indonesia*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2014/08/16/10100027/17.Komunitas.Online.Asyik.Indonesia>
- Holmes, D. (2001). *Virtual Globalization: Virtual Spaces/ Tourist Space*. Routledge.
- Ibrahim, M. (2021). *Awkarin Membeli Hotel Mewah, Dapat Ucapan Selamat dari Salah Satu Mantannya!* Galamedianews.Com. <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-351671254/awkarin-membeli-hotel-mewah-dapat-ucapan-selamat-dari-salah-satu-mantannya>
- Idid, S. A. (2019). Online self-representation of Malaysian muslim female students: a Facebook case study. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 21(1), 0–0.
- Kuper, A. (1996). The social science encyclopedia. In *The Social Science Encyclopedia* (Vol. 40, Issue 6). [https://doi.org/10.1002/1521-3773\(20010316\)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/1521-3773(20010316)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C)
- Lee, C., & Chau, D. (2017). Language as pride, love, and hate: Archiving emotions through multilingual Instagram hashtags. *Discourse, Context & Media Journal*, XXX, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.06.002>
- Nagy, P. (2010). Second Life, Second Choice? The effects of virtual identity on consumer behavior. A conceptual framework. *FIKUSZ 10 Symposium of Young Researches*, 167–180. <http://kgk.bmf.hu/system/files/pnagy.pdf>
- Nugroho, R. H. S. N., Afifi, S., & Rochayanti, C. (2017). Komunitas Virtual Menjadi Komunitas Sosial. *Paradigma*, 21, 29–42.
- Nursyamsi, A. (2021). *Awkarin Umumkan Telah Beli Hotel*. Tribunnews.Com. <https://www.tribunnews.com/seleb/2021/03/25/awkarin-umumkan-telah-beli-hotel>
- Pemberton, L., & Shurville, S. (2000). *Words on The Web: CMC*. Intellect.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier* (Revised Edition). MIT Press, London. <http://www.rheingold.com/vc/book/>
- Riski, L. (2020). *Urgensi Literasi Digital bagi Masa Depan Ruang Digital Indonesia*. Aptika.Kominfo.Go.Id. <https://aptika.kominfo>.

go.id/2020/06/urgensi-literasi-digital-bagi-masa-depan-
ruang-digital-indonesia/

- Rosenfeld, K. N. (2015). Digital Online Culture, Identity and Schooling in the Twenty First Century. In *Rosenfeld, Kimberly N.* Palgrave Macmillan.
- Taylor, T. L., & Jordan, T. (2002). Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet. In *Contemporary Sociology* (Vol. 31, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/3089671>
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication Social Interaction an The Internet*. Sage Publication.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. Bantam Books.
- Turkle, S. (1997). *The Second Self*. Simon & Schuster.
- We Are Social - Hootsuite. (2021). *Digital Report 2021*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Whiteley, S., & Rambarran, S. (2016). *The Oxford Handbook of Music And Virtuality* (S. Whiteley & S. Rambarran (eds.); 1st ed.). Oxford University Press.