

PRESENTASI DIRI DALAM MEDIA SOSIAL PATH

SELF PRESENTATION IN SOCIAL MEDIA PATH

Christiany Juditha

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika – Makassar
Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia
Jalan Prof.Dr. Abdurahman Basalamah II No. 25 Makassar (90123)
e-mail: ithajuditha@yahoo.com

Diterima: 27 April 2014

Direvisi: 14 Mei 2014

Disetujui: 28 Juni 2014

ABSTRACT

The current social media has changed the behavior of many users. Most people can't live without social media activity, 'cause for communication, search for information , find a friend and existence self. But it also raises new issues, is behavior of uncontrolled narcissism and universally applicable and over self-presentation. This research to get description of self-presentation from Path users. The method used is quantitative content analysis. The study concluded the majority of respondents to present themselves as normal but there is also actively doing. Self presentation with the theme of "general" (togethers with friends , upload an image with the words of wisdom/humor) and "culinary" is the most uploaded of Path users . The results of this study also showed that the path is social media that freely but limited (only for those closest course) for a variety of activities and is one of the most dominant way to present yourself.

Keywords: *Self-presentation, social media, Path.*

ABSTRAK

Media sosial saat ini telah banyak merubah perilaku penggunanya. Kebanyakan orang tidak bisa lagi hidup tanpa beraktivitas di media sosial, karena dianggap berjasa dalam menjalin komunikasi, mencari informasi, mencari teman hingga eksistensi diri. Namun hal ini juga menimbulkan masalah baru antara lain tumbuhnya perilaku narsisme yang tidak terkendali dan berlaku universal dan presentasi diri yang berlebihan. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran presentasi diri pengguna Path. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menyimpulkan sebagian besar responden mempresentasikan diri mereka secara normal namun ada juga melakukannya secara aktif (berlebihan). Presentasi diri dengan tema “umum” (kumpul bersama teman-teman, mengunggah gambar disertai kalimat-kalimat bijak/humor) serta “kuliner” merupakan yang paling banyak diunggah pengguna Path. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Path merupakan media sosial yang dimanfaatkan secara bebas sekaligus terbatas (hanya bagi orang-orang terdekat saja) untuk berbagai aktivitas dan merupakan salah satu cara yang paling dominan untuk mempresentasikan diri.

Kata Kunci : Presentasi diri, media sosial, Path.

PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial beberapa tahun terakhir ini telah merubah perilaku masyarakat yang menggunakannya. Kini kebanyakan orang tidak bisa lagi hidup tanpa beraktivitas di media sosial. Media ini dianggap berjasa dalam menjalin komunikasi, mencari informasi, mencari teman lama/baru hingga mencari jodoh. Menurut ketua studi *Psikolog Universitas of Michigan*, Ethan Kross, secara kasat mata, media sosial telah menjadi sarana yang berharga dalam pemenuhan kebutuhan dasar manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya (Kartika, 2013).

Pertumbuhan media sosial yang pesat tidak lepas dari banyaknya pengguna yang aktif menggunakan internet pada *mobile phone*. Disamping itu perilaku masyarakat kita yang sangat senang bersosialisasi apalagi budaya rasa percaya diri atau narsisme yang tumbuh pesat di kalangan anak-anak muda ikut menyuburkan penggunaan media sosial. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menjelaskan data untuk September 2013, terdapat 82 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara pengguna Facebook mencapai 33 juta, menjadikan Indonesia sebagai pengguna Facebook terbesar keempat di dunia. Penggunaan yang pesat juga terjadi di media sosial Twitter. Pengguna Twitter di Indonesia yang aktif per bulan, diperkirakan 19% dari total populasi pengguna internet, dan sebagian besarnya mengakses lewat peranti bergerak, sehingga di Indonesia sekitar 16 juta akun.

Sedangkan media sosial yang belakangan tumbuh pesat adalah Path. Path adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dalam *smartphone* yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Pendiri dan CEO Path, Dave Morin, menjelaskan bahwa jumlah pengguna Path di Indonesia lebih dari empat juta pengguna dan Indonesia berada di urutan pertama di dunia. Posisi kedua dipegang oleh Amerika Serikat (Desyana, 2014).

Namun perkembangan penggunaan media sosial yang semakin marak ini juga melahirkan dua sisi yaitu sisi positif dan juga sisi negatif. Sebuah studi yang dilakukan *University of Edinburgh* dan *Masdar Institute of Science and Technology* menemukan pengaruh negatif candu media sosial terhadap kemampuan kognitif otak. Peneliti mengatakan bahwa, Twitter, Facebook dan Path bisa menurunkan kemampuan otak untuk menganalisis kondisi yang tengah dihadapi (Teraspos.com, 2014). Hal lain yang timbul dari penggunaan media sosial adalah tumbuhnya perilaku narsisme di kalangan masyarakat pengguna. Perilaku narsisme di media sosial ini pun sudah berlaku universal dan cenderung tanpa kendali. Tak cuma masyarakat biasa, kalangan elite seperti presiden, pejabat, dan selebriti pun sudah ketularan perilaku ini. Bahkan presentasi diri melalui media sosial dalam beberapa kasus cenderung berlebihan yang berakibat pada masalah sosial lainnya seperti kasus kekerasan, keamanan data privasi dan lain-lain.

Peneliti Dr. Ethans Kross yang juga seorang Psikolog di *University of Michigan* mengatakan bahwa seseorang

yang menghabiskan waktu di jejaring sosial tidak terlalu baik, karena bisa berdampak buruk. Setiap hari sekitar 24 juta *logging* untuk memperbarui status dan kondisi mereka, ada juga yang setiap jam melakukannya. Secara umum facebook dapat menyediakan beberapa sumber yang tak ternilai untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia untuk koneksi sosial, tapi bukan hanya meningkatkan kesejahteraan saja yang didapat, tetapi pengguna media sosial selama periode tertentu pasti akan mengalami penurunan yang lebih besar untuk tingkat kepuasan hidup mereka. Philippe Verduyn dari *University of Leuven* di Belgia juga menemukan bahwa suami dan istri yang terus berhubungan dengan menggunakan media sosial memiliki pernikahan yang kurang memuaskan (Angelique, 2013).

Sisi positif dan negatif dari media sosial menurut pengamat politik dari Charta Politika, Yunarto Wijaya disamping digunakan untuk membangun citra diri yang positif tetapi juga banyak digunakan untuk menjelek-jelekan orang lain (Zulfikar, 2014). Tetapi pada dasarnya setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain, salah satunya melalui media sosial. Ada berbagai jenis penampilan diri yang bisa terlihat secara kasat mata yaitu menuliskan kata-kata bijak di status, menyampaikan kritik, mengomunikasikan kondisi pribadi saat ini, menyampaikan aktivitas dan lokasi saat ini, dan berbagai cara lainnya. Selain itu presentasi diri juga dimunculkan dengan video, gambar dan foto-foto. Berbagai jenis ekspresi yang dilakukan oleh

pengguna media sosial akan mengerucut pada jenis-jenis strategi presentasi diri.

Dengan berbagai keuntungan serta masalah yang ditimbulkan oleh media sosial, hal yang kemudian menarik untuk diteliti adalah kecenderungan pengguna media sosial dalam mempresentasikan diri mereka. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana presentasi diri pengguna dalam media sosial Path. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran presentasi diri pengguna dalam media sosial Path.

Media Sosial dan Presentasi Diri

Media sosial memiliki fungsi untuk mendukung interaksi sosial penggunanya. Dalam konteks ini, media sosial bisa digunakan untuk mempertahankan/mengembangkan relasi atau interaksi sosial yang sudah ada dan bisa digunakan untuk mendapatkan teman-teman yang baru. Stanley Milgram dalam Van Dijk, mengungkapkan bahwa rata-rata setiap elemen dalam sebuah unit akan saling berkaitan dengan manusia lainnya (Van Dijk, 2006)

Karakter media sosial dari Mayfield menjelaskannya ke dalam 3 hal, yaitu: 1). Partisipasi, dimana media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (*feedback*) dari setiap orang yang tertarik. Setiap orang dapat melakukannya secara bersama-sama berdasarkan kesadaran sendiri; 2). Keterbukaan, setiap kata telah dipublikasikan di media sosial berpeluang untuk ditanggapi oleh orang lain karena pada dasarnya media sosial bersifat terbuka untuk siapa saja;

3). Saling terhubung; Sifat media sosial adalah berjejaring, media sosial dapat melakukan percakapan dua arah atau lebih, beda halnya dengan media konvensional hanya memiliki satu arah. Antara satu dengan yang lainnya akan saling terhubung, dan keberhasilan media sosial terletak pada *link-link* yang menghubungkan media sosial dengan situs-situs, antara media sosial, juga perorangan; 4). Advokasi; Media sosial memungkinkan siapa saja mampu menjangkau orang banyak serta mendapat dukungan terhadap satu isu yang sedang mereka perjuangkan. Media ini juga memudahkan satu komunitas atau lembaga nirlaba untuk menyebarkan pesan sosial ke jaringan merek (Mayfield, 2008).

Kehadiran media sosial membuat setiap orang berpotensi untuk menjadi komunikator massa. Setiap individu berpotensi untuk menyampaikan berbagai kejadian di belahan bumi tanpa harus membawa beritanya ke meja redaktur atau editor. Media sosial bisa dipakai untuk menunjang aktivitas rutin pengguna atau aktivitas lainnya. Beberapa perusahaan atau individu menggunakan media sosial untuk melancarkan aktivitas bisnisnya. Untuk media sosial yang berbasiskan bakat dan minat, media sosial bisa dipakai sebagai wadah untuk saling berbagi karya dan memberi masukan. Terkait dengan presentasi diri, media sosial tertentu mewajibkan setiap pengguna untuk memiliki akun. Akan tetapi, konstruksi profil akun setiap orang akan menyesuaikan dengan cara orang tersebut mempresentasikan dirinya. Cara mempresentasikan diri sesuai yang

diinginkan oleh setiap orang bisa difasilitasi dengan leluasa oleh media sosial.

Path merupakan salah satu aplikasi jejaring sosial dalam *smartphone* yang kini lagi *booming* di Indonesia. Path memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Penggunaan Path ditargetkan menjadi tempat tersendiri untuk pengguna berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekat. Dave Morin, pendiri Path dan CEO dari perusahaan tersebut mengatakan visi utama Path adalah untuk membuat sebuah jejaring dengan kualitas tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu.

Adapun fitur-fitur Path adalah Profil. Fitur Profil memungkinkan pengguna Path untuk mengatur tampilan dari halaman Path; - Belanja, fitur belanja merupakan fitur terbaru yang diluncurkan oleh Path yang memungkinkan pengguna untuk mengunduh stiker yang dapat digunakan dalam mengirim pesan; - Mengunggah Foto dan Video, fitur lain dari Path adalah foto dan video di mana pengguna dapat mengunggah foto dan juga video untuk berbagi dengan pengguna lain; - Mengunggah Lokasi, Path memungkinkan pengguna untuk membagikan lokasi berada dengan pengguna lain; - Musik, Film, Buku, pengguna Path dapat membagikan musik yang sedang mereka dengar, film yang sedang ditonton, atau buku yang sedang dibaca oleh pengguna sendiri kepada pengguna lainnya; - Mengunggah Status, fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah status yang diinginkan dengan menggunakan huruf serta

emoticon yang ada; - Mengirim Pesan Kepada Pengguna Lain, fitur ini merupakan salah satu fitur terbaru Path di mana pengguna dapat mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna lain; - Komentar, fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah komentar untuk setiap momen dari pengguna lain yang telah menjadi teman; - Emosi, fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyatakan emosi yang merupakan tanggapan dari setiap momen pengguna lain; dan – Terlihat, fitur ini memberikan pengguna informasi atas berapa banyak dari pengguna lain yang telah melihat momen yang diunggah pengguna.

Masing-masing orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Dalam bukunya berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, Erving Goffman menyatakan bahwa individu, disebut aktor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Presentasi diri atau sering juga disebut manajemen inspirasi merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri yang dilakukan ini bisa dilakukan oleh individu atau bisa juga dilakukan oleh kelompok individu maupun organisasi (Boyer, 2006).

Jika presentasi diri ini dibawa dalam kehidupan virtual, maka terbentuklah sebuah identitas virtual (*virtual identity*). Identitas virtual yang terbentuk bisa sangat bervariasi. Bahkan, format teknologi Web 2.0 dan kemajuan media baru membuat identitas

virtual merupakan sebuah proses yang terus menerus selayaknya proses yang terjadi di dunia nyata (Lister. dkk, 2009). Identitas juga menjadi salah satu fokus dari Haraway (1991) mengenai perpaduan antara manusia dengan teknologi yang tergambarkan dalam *cyborg*. Selain itu, identitas juga bisa dilakukan oleh individu maupun komunitas (Turkle, 1997).

Presentasi diri yang terjadi di dalam net media akan berbeda-beda berdasarkan jenis mediumnya. Jika medium tersebut adalah *homepage* pribadi, maka presentasi diri akan terjadi lebih konstan dan tetap. Hal ini disebabkan frekuensi untuk melakukan perubahan-perubahan di dalam medium tersebut tidak terlalu tinggi. Kondisi yang berbeda muncul ketika mediumnya adalah Twitter, Facebook maupun Path yang merupakan *microblog* dan *social net working*. Pengguna media sosial ini mempresentasikan dirinya melalui biografi dan merupakan salah satu cara yang paling dominan untuk mempresentasikan diri serta bersifat dinamis dan interaktif, mengalami perubahan yang sangat cepat dari waktu ke waktu. Sehingga, medium seperti media sosial diatas membuat presentasi diri berlangsung lebih dinamis (Marwick & Boyd, 2010).

Dari pemaparan konsep-konsep tentang media sosial dan presentasi diri yang ada diatas maka kategori tema presentasi diri dalam media sosial Path disusun sebagai berikut :

Tabel 1. Kategori Tema Presentasi Diri dalam Path

Unit Kategori Tema Presentasi Diri	Unit Kelas
Pekerjaan	1. Ya 2. Tidak
Mendengarkan Musik	1. Ya 2. Tidak
Menonton Film	1. Ya 2. Tidak
Di Suatu Tempat	1. Ya 2. Tidak
Bangun Pagi	1. Ya 2. Tidak
Tidur Malam	1. Ya 2. Tidak
Kuliner	1. Ya 2. Tidak
Keluarga	1. Ya 2. Tidak
Traveling	1. Ya 2. Tidak
Aktivitas Umum	1. Ya 2. Tidak
Selfie	1. Ya 2. Tidak

Tema presentasi diri yang disusun ini berdasarkan tema yang paling sering atau biasa dipilih oleh pengguna Path dalam mempresentasikan diri mereka melalui media sosial Path. Dari hasil pengamatan proses berinteraksi melalui Path, maka dikategorikan 11 tema yaitu, soal pekerjaan, mendengarkan musik, menonton film, bangun pagi, tidur malam, kuliner, keluarga, *traveling*, aktivitas umum dan selfie (foto diri sendiri atau bersama teman). Dari ke 11 kategori ini kemudian dihitung unit kelas masing-masing kategori. Sehingga akhirnya akan diketahui tema presentasi diri pengguna yang paling banyak dilakukan dalam sebulan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian analisis isi ini menggunakan simbol atau teks yang ada dalam media tertentu, untuk kemudian simbol-simbol atau teks tersebut diolah dan dianalisis. Ada beberapa langkah yang perlu dilakukan untuk melakukan analisis isi ini, yaitu: merumuskan masalah penelitian; melakukan studi

pustaka; menentukan unit observasi dan unit analisis, menentukan sampel, menentukan variabel, membuat kategorisasi dan pedoman pengodingan, mengumpulkan data, melakukan koding data (*data coding*), mengolah data, menyajikan data dan memberikan interpretasi dan terakhir adalah menyusun laporan hasil penelitian (Martono, 2011).

Secara umum, analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi di balik data yang disajikan oleh media atau teks. Analisis isi dapat didefinisikan sebagai teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks. Isi dalam hal ini dapat berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan. Jadi dalam penelitian analisis isi yang digunakan untuk mengukur tema presentasi diri pengguna Path. Alasan pemilihan media sosial Path karena media ini terbilang baru tetapi menempatkan Indonesia sebagai negara nomor satu dunia sebagai penggunaannya.

Salah satu yang menjadi pencatatan dan analisis dari metode analisis isi adalah unit rekaman. Dalam penelitian ini unit rekaman adalah keseluruhan isi *posting-an* yang dilakukan oleh 29 pengguna Path yang menjadi *friend* penulis, selama satu bulan yaitu pada Maret 2014. Teknik penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan secara purposif. Teknik pengumpulan data penelitian analisis isi ini dengan menggunakan *codingsheet* yang disusun berdasarkan kategori penelitian. Hasil data ini kemudian dianalisis melalui program

statistik SPSS Versi 21 secara deskriptif dalam bentuk tabel frekuensi maupun grafik.

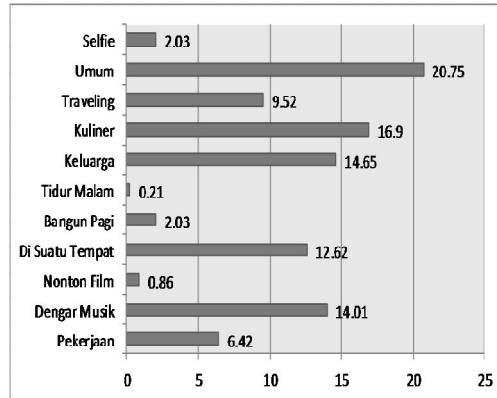
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 29 responden yang merupakan keseluruhan *friends* penulis yang terdapat pada media sosial Path. Dari 29 responden ini, 21 responden berjenis kelamin perempuan sementara hanya 8 responden berjenis kelamin laki-laki. Hanya saja saat pengumpulan data dilakukan selama Maret 2014, sebanyak 22 responden saja yang aktif menggunakan media sosial ini sementara 7 responden sama sekali tidak aktif. Adapun status pekerjaan responden yang terbanyak adalah karyawan Swasta sebanyak 37,9% menyusul Ibu Rumah Tangga sebanyak 27,6%, PNS (17,2%), karyawan BUMN (10,3%) dan Wiraswasta sebanyak 6,9%

Data yang diperoleh dari 22 pengguna Path selama Maret 2014, terdapat total 935 aktivitas yang diposting pada akun mereka. Aktivitas ini terdiri dari mengunggah foto, mengunggah lokasi, membagikan musik yang sedang mereka dengar/film yang sedang ditonton, mengunggah status serta aktivitas bangun pagi dan tidur malam.

Penelitian ini juga untuk mengetahui tema presentasi diri yang sering atau biasa dipilih oleh pengguna Path dalam mempresentasikan diri mereka melalui media sosial Path yang terdiri dari presentasi diri dalam hal pekerjaan, aktivitas rutin sehari-hari (bangun pagi, tidur malam, mendengarkan musik, menonton film,

dan berada di suatu tempat), kuliner, keluarga, *traveling/* bepergian, aktivitas umum dan *selfie* (foto diri sendiri atau bersama teman).



Grafik 1. Tema Presentasi Diri Pada Path

Hasil penelitian yang tergambar pada grafik 1 menunjukkan bahwa tema “umum” merupakan yang paling banyak diunggah oleh pengguna Path yaitu sebanyak 20,75%. Adapun aktivitas umum itu meliputi mengunggah foto-foto bersama teman-teman (kumpul-kumpul), mendapatkan oleh-oleh dari teman, atau mengunggah gambar disertai kalimat-kalimat bijak hingga yang mengandung humor (lucu). Seperti gambar-gambar pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Presentasi Diri Pengguna Path Bertemakan “Umum”

Setelah tema “umum”, tema “kuliner” merupakan tema yang juga banyak diunggah pengguna Path yaitu sebanyak 16,9%. Sebagian besar pengguna Path mengunggah foto-foto kuliner/ makanan/ minuman yang meng-gugah selera atau ada juga yang hanya meng-*update* status sedang makan/minum sesuatu di sebuah tempat baik itu di rumah, kafe, restoran, kantor dan lain sebagainya.



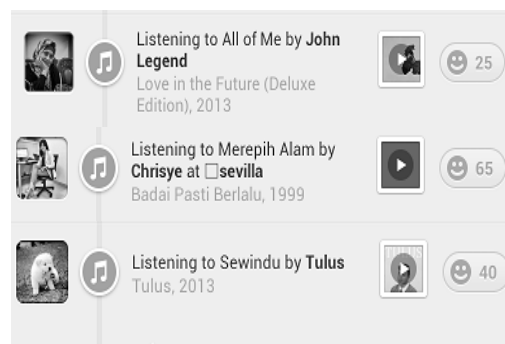
Gambar 2. Presentasi Diri Pengguna Path Bertemakan “Kuliner”

Tema “keluarga” merupakan tertinggi berikutnya yang suka diunggah oleh pengguna Path yaitu sebanyak 14,65%. Dari sini pengguna membuat status atau mengunggah foto-foto keluarga (suami, istri, anak-anak, orang tua, mertua, keponakan dan lain sebagainya) dalam segala situasi. Baik itu saat berkumpul bersama keluarga, atau hari ulang tahun salah seorang keluarga dekat mereka, foto anak sedang makan, tidur, belajar, bermain, mandi dan lain sebagainya.



Gambar 3. Presentasi Diri Pengguna Path Bertemakan “Keluarga”

Aktivitas sehari-hari dalam hal ini mendengarkan musik, termasuk kegiatan yang juga banyak dilakukan oleh pengguna Path yaitu sebanyak 14,01%. Seperti yang tergambar dalam gambar 4 berikut ini :



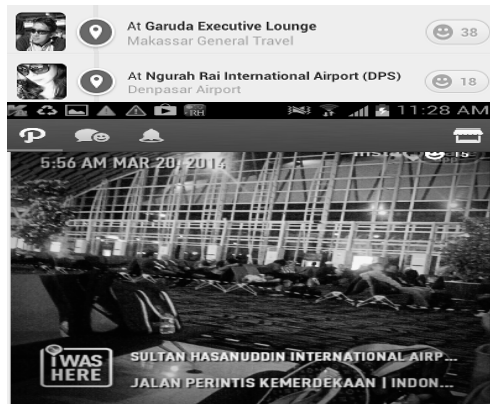
Gambar 4. Presentasi Diri Pengguna Path Bertemakan “Dengar Musik”

Selain mendengarkan musik/lagu favorit, sebanyak 12,62% pengguna Path juga aktif memberitahukan tempat di mana mereka berada. Baik itu di rumah, di pasar, kantor/tempat kerja, tempat-tempat umum/keramaian, hotel, kampus, sekolah anak, lokasi arisan, lokasi pertemuan, bandara, dan lain sebagainya.



Gambar 5. Presentasi Diri pengguna Path bertemakan “Berada di Suatu Tempat”

Sementara tema “*traveling*” juga diunggah pengguna Path sebanyak 9,52%. Terlihat dari lokasi mereka mengunggah yaitu di bandara, juga memposting foto-foto sedang berada di bandara atau lokasi *traveling* yang terdiri dari tempat-tempat wisata dan lain sebagainya.



Gambar 6. Presentasi Diri Pengguna Path Bertemakan “*Traveling*”

Tema “pekerjaan” diunggah oleh pengguna Path tidak terlalu banyak yaitu hanya 6,42%. Dalam mempresentasikan diri dalam tema ini, kebanyakan responden mengunggah foto-foto kegiatan kantor yang sedang mereka

ikuti seperti rapat, pelatihan, pertemuan dan lain sebagainya.



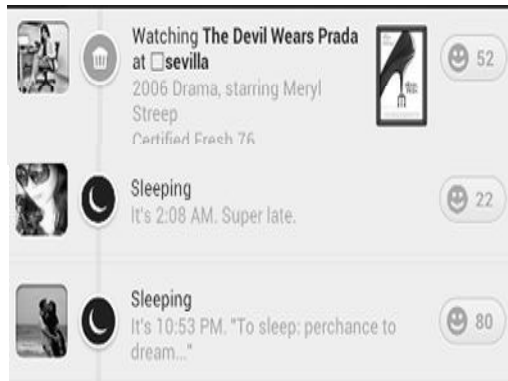
Gambar 7. Presentasi Diri Pengguna Path Bertemakan “Pekerjaan”

Sedangkan *selfie* dan aktivitas rutin “bangun pagi” merupakan tema presentasi diri yang memiliki jumlah persentasi yang sama yaitu sebanyak 2,03%. Meski jumlahnya tidak terlalu banyak namun kedua aktivitas ini juga menjadi perhatian pengguna Path.



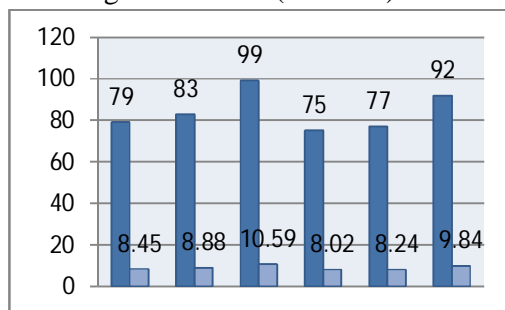
Gambar 8. Presentasi Diri pengguna Path Bertemakan *Selfie* dan “Bangun Pagi”

Sedangkan tema yang paling sedikit dilakukan oleh pengguna Path adalah “nonton film/video” yaitu sebanyak 0,86% dan “tidur malam” sebanyak 0,21% saja.



Gambar 9. Presentasi Diri pengguna Path Bertemakan “Menonton Film” dan “Tidur Malam”

Hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa sebanyak 20,69% pengguna yang memiliki aktivitas pada Path yang cenderung tinggi (berlebihan). Atau dengan kata lain aktivitas presentasi diri yang mereka lakukan sebanyak 75 kali ke atas dalam satu bulan. Dari 6 pengguna ini, presentasi diri yang terbanyak diunggah adalah tema umum, kuliner dan mendengarkan musik (Grafik 2).



Sumber : Data primer diolah, 2014. n = 29.

Grafik 2. Presentasi diri Pengguna Path yang Cenderung Tinggi

Setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Apalagi jika hal tersebut dimudahkan karena adanya media sosial seperti Path.

Tidak dipungkiri bahwa kehadiran media sosial baik itu Facebook, Twitter, Instagram hingga Path memberikan ruang seluas-luasnya bagi penggunanya untuk lebih berkreasi khususnya dalam menampilkan diri masing-masing.

Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan diatas dimana ada berbagai jenis penampilan diri yang bisa terlihat antara lain menuliskan kata-kata bijak di status maupun mengunggahnya melalui gambar, menyampaikan kritik, mengkomunikasikan kondisi pribadi saat ini, menyampaikan aktivitas dan lokasi keberadaan saat ini, dan lain sebagainya. Selain kata-kata, presentasi diri juga dikombinasi dengan video, gambar dan foto hasil karya sendiri. Selain itu, pengguna juga mempresentasikan dirinya dalam bentuk profil yang berisi data pribadi, daftar teman, dan sekumpulan testimonial dari teman-temannya.

Berbagai jenis ekspresi yang dilakukan pengguna Path yang akan mengerucut pada jenis-jenis strategi presentasi diri masing-masing orang. Keadaan ini menguatkan apa yang dikemukakan oleh Erving Goffman pada tahun 1959 yang dituliskan kembali oleh Boyer dkk. bahwa individu, disebut aktor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Presentasi diri merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan (Boyer, dkk, 2006). Salah satu cara yang dilakukan orang melalui media sosial Path.

Goffman dalam Dwyer (2007) mengemukakan *impression management* seseorang dapat mengubah penampilan dirinya disesuaikan dengan orang-orang yang berada dalam lingkungan interaksinya. Perubahan presentasi diri dimaksudkan untuk menarik perhatian dari lawan bicara atau orang-orang sekitar dan untuk menunjukkan identitas dirinya. Pada media sosial, pengguna akan berusaha membuat profilnya sebaik mungkin dan terkadang berlebih-lebihan (*narcism*) untuk menarik perhatian pengguna lain

Hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa presentasi atau menampilkan diri pengguna Path ini sekaligus ingin menyampaikan bahwa mereka juga tetap bisa eksis meski melalui media sosial Path. Dengan menggunakan Path, orang lain dapat melihat bahwa mereka masih ada dan tetap eksis sekaligus tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan media sosial sebagai media yang membantu mewujudkan eksistensi diri pengguna. Hal ini juga didukung beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan Tri Hastuti Caisari (2014) dalam skripsinya yang berjudul Fenomena Penggunaan Path sebagai Ajang Menunjukkan Eksistensi Diri. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengalaman individu dalam menampilkan eksistensi diri pada jejaring sosial Path. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dalam jejaring sosial Path, pengguna berusaha menampilkan diri sebaik mungkin, agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Path merupakan media yang dinilai dapat meningkatkan eksistensi diri

penggunanya dengan berbagai fitur yang mendukung di dalamnya sehingga pengguna berusaha menunjukkan diri yang terbaik untuk mendapatkan gambaran diri yang diinginkan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Astri Riyanti (2010) dengan judul Fenomena Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Ajang Penampilan Diri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan gagasan-gagasan yang mendasari *facebookers* menggunakan situs jejaring sosial Facebook sebagai ajang penampilan diri. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa Facebook layaknya sebuah panggung sandiwara, setiap individu berlomba-lomba menampilkan dirinya sebaik mungkin. Ini dapat dilihat dari aktivitas *update status* dan aktivitas memasang foto profil terbaik dilakukan *facebookers* untuk menciptakan citra diri yang positif. Semua yang ditampilkan *facebookers* di Facebook adalah selalu yang terbaik, karena menurut *facebookers* Facebook sebagai ajang penampilan dirinya di mata orang lain.

Dari dua penelitian ini hasilnya hampir sama yaitu media sosial, sebagai ajang eksistensi dan presentasi diri. Bahkan hasil penelitian ini kembali mengukuhkan bahwa media sosial merupakan media yang paling kuat digunakan oleh penggunanya dalam hal menampilkan diri mereka yang terbaik. Memang jika dilihat dari teori dasar presentasi diri, hal ini berakar dari interaktif tatap muka antar individu secara langsung. Namun ketika hal ini dilakukan melalui media sosial seperti Path maka akan menghilangkan elemen komunikasi non-verbal komunikasi dan

konteks terjadinya komunikasi. Sehingga yang terjadi adalah presentasi diri yang tidak maksimal, meski tetap ada unpan balik (dalam bentuk komen) pada media sosial. Namun di sisi lain, ketidakhadiran elemen-elemen non-verbal dan konteks bisa dipandang sebagai sebuah kondisi bagi pengguna untuk lebih mudah mengontrol dalam melakukan presentasi diri. Tetapi pada saat yang sama setiap pengguna mendapatkan kesempatan untuk lebih inventif dalam melakukan presentasi diri (Papacharissi, 2002).

Dalam presentasi diri, media sosial dipandang sebagai perpanjangan diri pengguna. Seperti yang diutarakan oleh Mc Luhan (1965) bahwa medium adalah perpanjangan indera maupun sistem saraf manusia. Pengguna media sosial akan menata media yang dipakai selayaknya sebuah “ruang tamu”, bahkan “kamar” bagi para pengunjungnya. Joseph Dominick (1999) pernah melakukan penelitian mengenai presentasi diri di *website* pribadi. Dalam studinya itu, dia mengutip pandangan beberapa pakar mengenai *website* pribadi. Rubio memandangnya sebagai sebuah *open house* dimana pemiliknya tidak pernah muncul. Erickson membandingkan *website* tersebut sebagai *resume*/biodata informal yang berisi informasi pribadi. Chandler menjuluki *website* tersebut sebagai mengiklankan diri sendiri (*self-advertisement*). Burns mengatakan bahwa *website* tersebut sebagai kartu nama abad ke-21.

Penelitian ini juga menunjukkan media sosial Path merupakan akun yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai

aktivitas yang dapat mempresentasikan penggunaannya mulai dari status, lokasi, foto dan musik yang didengar. Bahkan pengguna akun Path bisa juga memberitahu saat dia hendak tidur atau bangun di lokasi mana dengan memilih satu menu tanpa memberi keterangan. Dibanding media sosial lainnya, Path juga menyediakan fasilitas yang lebih komplit. Diantaranya pengguna dapat mendengarkan musik dan membagikan langsung ke teman-temannya. Siapapun yang bukan teman dari pemilik satu akun Path dipastikan tidak dapat mengetahui isi akun yang dimaksud.

Sementara mereka yang sudah berteman akan selalu meninggalkan jejak begitu melihat aktivitas akun Path yang dilihat. Tidak seperti media sosial lainnya yang harus dihubungkan terlebih dahulu dengan aplikasi lain untuk mengetahui siapa saja yang melihat akun bersangkutan. Pengguna media sosial Path akan mengetahui siapa saja yang biasa mengikuti aktivitasnya. Ini berarti ajang eksistensi diri dan presentasi diri pengguna dapat semakin dimanfaatkan oleh yang bersangkutan melalui media sosial Path. Dave Morin, CEO Path menjelaskan ide utama dari Path adalah untuk memberi ruang yang terpercaya untuk berbagi dengan teman dekat/keluarga penggunaannya. Karena hanya bisa berbagi dengan 150 teman saja. Itupun telah meningkat dari sebelumnya yang hanya berjumlah 50 orang *friends* saja (Donald, 2011).

Apa yang dihasilkan dalam penelitian ini serta merta akan terbentuk kebiasaan baru yang fenomenal dalam mempresentasikan diri setiap pengguna Path. Bahkan jika ditilik secara

mendalam, maka setiap kehidupan pribadi pengguna dapat dengan mudah terlacak dalam presentasi mereka melalui Path. Meski tidak dipungkiri bahwa yang ditampilkan tersebut memang cenderung semua hal yang baik dan telah diatur/diedit sebelum diunggah. Ini terlihat kebanyakan responden menampilkan foto-foto diri mereka dengan kelompok mereka yang paling baik. Atau sekedar memposting kalimat-kalimat bijak, sehingga terkesan pemilik pengunggah status tersebut adalah orang bijak (meski dalam kenyataannya tidak juga seperti itu). Hal inilah yang disebut Lister dkk (2009) telah terbentuk sebuah identitas virtual (*virtual identik*) yang bisa jadi sangat bervariasi. Bisa jadi apa yang ditampilkan adalah identitas pengguna sesungguhnya yang hanya digiring ke kehidupan virtual, namun bisa jadi juga sebaliknya. Karena dengan kemajuan media baru membuat identitas virtual merupakan sebuah proses yang terus menerus selayaknya proses yang terjadi di dunia nyata. Bahkan Turkle (1997) menyebutnya bahwa hal ini terbentuk karena adanya perpaduan antara manusia dengan teknologi yang tergambarkan dalam *cyborg*.

Marwick & Boyd (2010) berpendapat bahwa presentasi diri yang terjadi di dalam media internet akan berbeda-beda berdasarkan jenis mediumnya. Jika medium tersebut adalah *homepage* pribadi, maka presentasi diri akan terjadi lebih konstan dan tetap. Hal ini disebabkan frekuensi untuk melakukan perubahan-perubahan di dalam medium tersebut tidak terlalu tinggi. Kondisi yang berbeda muncul

ketika mediumnya adalah Twitter, Facebook maupun Path yang merupakan *microblog* dan *social net working*.

Survei dari *Pew Internet & American Life Project* menyatakan, 54 persen pengguna internet punya kebiasaan mengunggah potret dirinya ke dalam Facebook, Twitter, atau jejaring sosial lainnya. Menurut psikolog dan direktur *Media Psychology Research Center*, Dr Pamela Rutledge, keinginan memotret, mem-posting, dan mendapatkan "*likes*" dari situs jejaring sosial merupakan hal yang wajar pada setiap orang. Keinginan ini dipengaruhi rasa kita pada hubungan sosial. Hal ini sebetulnya sama dengan saat orang mengatakan betapa bagus baju yang kita kenakan. Secara biologis, pengakuan sosial merupakan kebutuhan, bahkan ada area pada otak yang dikhususkan untuk aktivitas sosial.

Menurut pendapat beberapa ahli, selfie ternyata memiliki dampak negatif dan positif. Penelitian di Inggris menyatakan, membagi terlalu banyak foto ke jejaring sosial termasuk foto *selfie*, berpotensi memperburuk hubungan atau membuat pengunggah foto kurang disukai. Pimpinan riset David Houghton mengatakan hal ini terjadi dikarenakan tidak semua orang berhubungan baik dengan orang yang mem-posting foto personalnya. Beberapa ahli menyatakan, memposting foto di jejaring sosial, termasuk foto selfie, bisa memengaruhi karakter dan tingkah laku orang dewasa. Misalnya untuk narsis, yang ditemukan pada beberapa selfie, obyek dalam keadaan bersenang-senang. Meski begitu, peneliti menganggap *selfie* bisa menimbulkan

kesan kesendirian yang amat dalam pada obyek foto (Widiani, 2013).

Jika dihubungkan dengan hasil penelitian ini maka tergambar jelas bahwa pengguna media sosial Path ini mempresentasikan dirinya melalui biografi dan merupakan salah satu cara yang paling dominan untuk mempresentasikan diri. Hal ini terlihat dari sifatnya yang sangat dinamis dan interaktif, serta mengalami perubahan yang sangat cepat dari waktu ke waktu. Bahkan dengan cepat, Path menjadi salah satu media sosial yang paling dinamis dalam mempresentasi diri. Hal ini sesuai dengan salah satu karakter media sosial yang memang mendukung keterbukaan dimana setiap kata telah dipublikasikan di media sosial berpeluang untuk ditanggapi oleh orang lain karena pada dasarnya media sosial bersifat terbuka untuk siapa saja. Sehingga tidak heran Dave Morin, pendiri Path dan CEO dari perusahaan tersebut mengatakan visi utama Path adalah untuk membuat sebuah jejaring dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu. Path juga bertujuan bukan sekedar menjadi aplikasi untuk berbagi semata tetapi juga menjadi jurnal digital yang menyimpan memori aktivitas penggunanya hanya dengan menekan sebuah tombol (Donald, 2011).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dengan sampel sebanyak 29 responden ini menyimpulkan bahwa kebanyakan responden adalah perempuan dengan status pekerjaan terbanyak adalah

karyawan Swasta. Data yang diperoleh selama Maret 2014, terdapat total 935 aktivitas yang diunggah pada akun Path responden. Aktivitas ini merupakan presentasi diri dalam bentuk mengunggah foto, lokasi, membagikan musik yang sedang mereka dengar/film yang ditonton, mengunggah status serta aktivitas bangun pagi dan tidur malam.

Hasil ini juga mengungkap bahwa sebagian besar responden mempresentasikan diri mereka secara normal (biasa) namun diantara mereka ada juga melakukannya secara aktif (berlebihan).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa presentasi diri dengan tema “umum” (kumpul bersama teman-teman, mendapatkah oleh-oleh, atau mengunggah gambar disertai kalimat-kalimat bijak atau humor/lucu) merupakan yang paling banyak diunggah pengguna Path. Menyusul tema “kuliner”, dimana sebagian besar pengguna Path mengunggah foto-foto makanan/minuman atau meng-*update* status sedang makan/minum di suatu tempat (di rumah, kafe, restoran, kantor dan lain sebagainya). Tema “keluarga” merupakan tema tertinggi berikutnya. Menyusul tema “mendengarkan musik”, “memberitahukan tempat dimana mereka berada”, “traveling”, “pekerjaan”, “selfie” (foto diri sendiri atau kelompok), serta “bangun pagi”. Sedangkan tema yang paling sedikit diunggah adalah “nonton film/video” dan “tidur malam”.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial Path merupakan akun yang dapat dimanfaatkan secara bebas sekaligus terbatas (hanya bagi orang-orang

terdekat saja) untuk berbagai aktivitas dan merupakan salah satu cara yang paling dominan untuk mempresentasikan diri. Hal ini terlihat dari sifat Path yang sangat dinamis dan interaktif, serta mengalami perubahan yang sangat cepat dari waktu ke waktu.

Penelitian ini juga menyarankan agar pengguna media sosial tidak terlalu mengekspos diri secara berlebihan, karena hal ini dapat menimbulkan masalah sosial baru lainnya yang tidak terduga seperti korban penipuan, masalah keamanan data dan lain sebagainya. Penelitian lanjutan tentang media sosial baik untuk terus dilakukan dengan isu lainnya seperti kemanan privasi media sosial, relasi media sosial dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelique, N. (2013). *Inilah Dampak Buruk Sosial Media Bagi Kehidupan Manusia Hasil Penelitian Baru*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2014 dari: <http://www.memobee.com/inilah-dampak-buruk-sosial-media-bagi-kehidupan-manusia-hasil-penelitian-baru-1454-myreview.html>.
- Boyer, L., Brunner, B.R., Charles, T., & Coleman, P. (2006). Managing Impressions in Avirtual Environment: Is Ethnic Diversity a Self-Presentation Strategy for Colleges and Universities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 12(1), halaman 1-15.4.
- Caisari, T.H. (2014). *Fenomena Penggunaann Path sebagai Ajang Menunjukkan Eksistensi Diri*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Desyana, C. (2014). *Ceo Path : Pengguna Indonesia Nomor 1 di Dunia*. Diakses pada tanggal 18 Maret 2014 dari: <http://www.tempo.co/read/news/2014/02/25/072557422/CEO-Path-Pengguna-Indonesia-Nomor-1-di-Dunia/1/1>.
- Dominick, J.R. (1999). Who Do You Think You Are? Personal Home Page and Self-Presentation on the World Wide Web. *Journalism and Mass Communication Quarterly Winter*, halaman 646-658.
- Donald, B. (2011). *Social network Path announces more ways to share*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2014 dari: http://news.yahoo.com/social-network-path-announces-more-ways-share-050517313.html?soc_src=copy.
- Dwyer, C. (2007). Digital Relationships in the 'MySpace' Generation: Results From a Qualitative Study. *Article presented at the 40th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)* (hal. 19-19). Waikoloa, Hawaii: IEEE.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, New York: Doubleday.
- Haraway, D. (1991). *Simians, Cyborg, and Women: the Reinvention of Nature*. New York: Routledge.

- Kartika, U. (2013). *Kecanduan Media Sosial Kurangi Rasa Bahagian*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2014 dari: <http://health.kompas.com/read/2013/08/16/0833528/>.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a Critical Introductio* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Marwick, A.E. & Boyd, D. (2010). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and The Imagined Audience. *New Media & Society*, XX(X), halaman 1-20. Los Angeles: Sage Publications.
- Mayfield, A.(2008). *What is Social Media*. Diakses pada tanggal 10 April 2014 dari: <http://www.icrossing.com/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf>.
- McLuhan, M. (1965). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill Book.
- Media Sosial Buat Kualitas Otak Menurun*.(2014). Diakses pada tanggal 18 Maret 2014 dari: <http://hiburan.teraspos.com/read/2014/02/06/77861/media-sosial-buat-kualitas-otak-menurun#sthash.ztcCiqIX.dpuf>.
- Papacharissi, Z. (2002). The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Page. *Journalism and Mass Communication Quarterly Autumn*, halaman 643-660.
- Riyanti, A. (2010). *Fenomena Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Ajang Penampilan Diri*. Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Turkle, S. (1997). *Construction and Reconstructions of Self in Virtual Reality: Playing in the MUDs, in Culture of the Internet*. (Ed.) Sara Kiesler. Mahwah, New Jersey: Erlbaum.
- Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Widiani, R. (2013). *Efek Positif dan Negatif Terlalu Sering Narsis di Media Sosial*. Diakses pada tanggal 18 Maret 2014 dari: <http://www.tribunnews.com/kesehatan/2013/12/18/efek-positif-dan-negatif-terlalu-sering-narsis-di-media-sosial>.
- Zulfikar, M. (2014). *Pengamat: Sosial Media Tidak Bisa Dilawan Sekalipun di Negara Otoriter*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2014 dari: <http://www.tribunnews.com/nasional/2014/02/22/pengamat-sosial-media-tidak-bisa-dilawan-sekalipun-di-negara-ototriter>.