

Presentasi Diri *Netizen* dalam Konstruksi Identitas di Media Sosial dan Kehidupan Nyata

Nuriyatul Lailiyah

Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP Undip.

email : n.lailiyah@gmail.com

ABSTRACT

In real life we often took identity as something given. Social media gave users the opportunity to present themselves as they wished. Social media gave chances to people to choose the kind of person they wished to be in social media. People could then construct their identity the same as or different from their true selves in the real world.

This study aimed to identify and understand the self-presentation of social media users in the construction of identity in social media and identity in real life. The study was conducted through the methods of phenomenology and avatar research. Data was gathered by in-depth interviews and observations in informants social media accounts.

The results showed several findings, namely: construction of identity in social media take the positive part of identity in the real world, informants consistently set a certain image in the social media in match to their expectations, social media became a mean of users personal branding. Informants also divided into two categories: first, the group that consistently maintain the image they were trying to build. second, groups that occasionally appeared different from the image they wanted to construct.

Keywords: *Social media, identity, real life*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi berdampak pada menjamurnya jejaring sosial. Friendster merupakan pionir di jejaring sosial. Setelah friendster facebook kemudian muncul dan menjadi tren jejaring sosial di kalangan netizen. Berikutnya muncul twitter, instagram, path, Line, dan sebagainya. Saat ini sudah menjadi umum bahwa orang memiliki lebih dari satu jenis jejaring sosial sekaligus.

Melalui jejaring sosial orang kemudian mengkomunikasikan dirinya dengan menampilkan foto, video, opini, dan hal-hal yang ia konsumsi (buku bacaan, music yang didengarkan, berita dan informasi yang dibaca, dan sebagainya). Di dunia maya orang menjadi lebih bebas untuk berbicara dan mengomentari berbagai hal. sebagian orang bahkan dengan mudahnya mencemooh orang lain atau suatu peristiwa. Para pencemooh dalam dunia maya sering disebut sebagai haters (pembenci).

Haters biasanya sangat mudah menilai, menghakimi dan berkata buruk di jejaring sosial. Biasanya mereka melakukan hal itu pada public figur jejaring sosial. Fenomena haters yang saat ini banyak muncul. Orang dengan mudah menuliskan hal-hal buruk di dunia maya. Orang juga dengan mudah memamerkan berbagai hal di jejaring sosial, mulai dari telah berkunjung ke mana saja, makanan yang dimakan, hasil karya yang mereka buat, kegiatan pribadi, aktivitas anggota keluarga, hingga keluh kesah dan bahkan cacian terhadap orang atau keadaan.

Di jejaring sosial, terkadang orang menilai orang lain dengan mudah melalui apa yang tidak mereka tampilkan di akun mereka. Padahal tak jarang karakter yang ditampilkan seseorang di jejaring sosial berbeda

dengan yang muncul di kehidupan sehari-hari. Seseorang yang biasanya cenderung pendiam dan tertutup, terkadang justru sangat aktif memperbarui statusnya di jejaring sosial sehingga terkesan sebagai orang yang introvert. Haters misalnya, dalam kehidupan sehari-hari bisa jadi mereka adalah orang yang tidak banyak bicara dan tidak mudah mengomentari orang lain.

Riset menunjukkan bahwa identitas di media sosial merupakan identitas yang sangat mudah dimodifikasi. Identitas yang berbeda yang ditampilkan oleh seseorang di dunia nyata dan dunia maya merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Identitas di dunia maya lebih mudah dibentuk karena bisa dilakukan sesuai tujuan dengan perencanaan yang baik. Sementara dalam kehidupan yang sebenarnya orang tidak bisa secara konsisten hanya menampilkan sisi baiknya saja.

Identitas dan Presentasi Diri

Identitas didefinisikan sebagai imaji budaya, sosial, relasional, dan individual atas konsep diri. Identitas memiliki implikasi keanggotaan grup, antar pribadi, dan individual. Identitas merupakan kaleidoskop berwarna yang memiliki karakter dinamis dan stabil. Henri Tajfel mendefinisikan identitas individual sebagai gabungan antara identitas sosial dan identitas personal pada level psikologis. Identitas sosial termasuk identitas keanggotaan etnis atau budaya tertentu, identitas gender, identitas orientasi seksual, identitas kelas sosial, identitas peran sosial, dan sebagainya. Identitas personal termasuk atribut unik yang kita asosiasikan dengan diri kita dibandingkan dengan orang lain. Baik identitas sosial maupun personal punya pengaruh dalam perilaku kita sehari-hari. Teori manajemen identitas dari Tadasu Todd Imahori dan William Cupach menekankan pentingnya dukungan *facework* dalam pengembangan hubungan antar budaya. Teori ini menyarankan agar individu mengelola identitas mereka secara berbeda pada waktu yang berbeda dalam hubungan mereka. (Littlejohn & Foss, 2009:492-494)

Persoalan identitas kemudian menjadi sesuatu yang bisa dinamis dan bisa dibentuk. Dalam media sosial hal itu sangat memungkinkan karena orang bisa dengan mudah merancang dan menyaring apa yang ingin ia tampilkan atau tidak di akunnya. Sehingga bisa muncul kesan bahwa orang tersebut memiliki karakter tertentu sebagaimana yang ia tampilkan di media sosial. Kesan kemudian menjadi sesuatu yang cenderung bisa diarahkan dan dikendalikan.

Manajemen Kesan (*impression management*) merupakan bangunan yang merepresentasikan penampilan dan pemeliharaan identitas sosial selama interaksi. Manajemen kesan merujuk pada gambaran yang ditampilkan seseorang selama berinteraksi. Beberapa peneliti menggunakan konsep diri public (*public self*) atau diri sosial (*social self*) untuk membedakan identitas sosial dari kehidupan pribadi. Sebagai individu, kita diatur oleh berbagai keistimewaan yang banyak, seperti kebiasaan, perilaku yang sopan, keyakinan, sikap, nilai, kemampuan, kebutuhan, ketertarikan, sejarah keluarga, dan sebagainya. Ketika berinteraksi dengan pihak lain, kita tidak dapat menampilkan seluruh aspek dalam kehidupan pribadi kita. Karenanya kita akan memilih karakter-karakter dari matriks perilaku dan psikologis kita yang kita yakini akan mempresentasikan diri yang harus kita jalani dalam kondisi tersebut. Jika seseorang membangun diri publiknya terdesak norma-norma interaksi, maka komunikasi koheren tidak akan terjadi. Orang akan cenderung mengatakan apapun yang mereka pikirkan, keluar dan masuk dalam percakapan sesuka hati, dan merespon (atau tidak) secara acak atas komentar orang lain. Tanpa mengenali dan mengikuti norma terkait etika komunikasi yang layak, konstruksi makna secara bersama tidak dapat terjadi. (Littlejohn & Foss, 2009:506-507)

Pengelolaan kesan sangat terkait dengan bagaimana seseorang menampilkan dirinya. Konsep presentasi diri dan presentasi diri strategis digunakan oleh Edward Jones dan koleganya untuk menggambarkan konseptualisasi mereka tentang manajemen kesan. Peneliti dalam tradisi ini tertarik meneliti pola dari tampilan perilaku di public dan motivasi psikologis di balik tampilan-tampilan tersebut. Teori presentasi diri memperkirakan bahwa seseorang menampilkan seperangkat perilaku selama interaksi akan berujung pada pemberian jenis-jenis atribut tertentu oleh orang lain.

Perilaku dan atribut-atribut yang diasosiasikan dirangkum dalam lima jenis atribusi, strategi karakteristik yang harus didapatkan tiap atribusi, dan berbagai taktik untuk menerapkan strategi, yaitu:

- (1) seseorang yang ingin dianggap sebagai orang yang mudah disukai atau ramah akan menggunakan strategi menjilat (*ingratiation*) dan menggunakan taktik menampilkan emosi yang positif selama berinteraksi, melakukan hal-hal yang disukai orang, member pujian, dan menggunakan humor yang mencela diri sendiri.
 - (2) seseorang yang ingin dianggap kompeten akan menggunakan strategi promosi diri (*self promotion*) dan taktik memberi tahu orang lain tentang prestasinya, perilaku baiknya, atau pencapaiannya dengan menampilkan plakat atau penghargaan agar dilihat orang.
 - (3) seseorang yang ingin dianggap berharga akan menggunakan strategi pemberian contoh (*exemplification*) dan taktik mendemonstrasikan secara halus kemampuannya, kompetensinya, integritasnya, atau nilai lain dibanding menyatakan secara langsung pada orang lain.
 - (4) seseorang yang ingin dianggap tidak tertolong akan menggunakan strategi permohonan (*supplication*) atau membuat dirinya seolah kurang beruntung (*self-handicapping*). Strategi ini menggunakan taktik tampil lemah atau sedih untuk menimbulkan perilaku mengasuh atau menjaga dari orang lain. Selain itu juga menggunakan taktik memperlihatkan ketidaktahuan atau pengalaman yang minim untuk menghindari tanggung jawab tugas.
 - (5) seseorang yang ingin dianggap berkuasa atau terkendali akan menggunakan strategi intimidasi dan taktik yang digunakan adalah menampilkan kemarahan atau keinginan untuk menghukum atau mencelakai pihak lain.
- (Littlejohn & Foss, 2009: 506-507)

Media sosial berfungsi sebagai sarana penggunaannya untuk menempatkan diri dalam kerangka yang mereka inginkan. Pengguna memiliki kuasa untuk mengidentifikasi karakter diri yang mereka ingin bangun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan awal informan menggunakan media sosial untuk behubungan dengan kerabat dan keluarga, mengembangkan relasi, serta sebagai sarana aktualisasi diri. Dalam aktualisasi diri, informan kemudian menetapkan citra tertentu yang ingin mereka perlihatkan dalam akun media sosial mereka. Citra dan karakter tersebut kemudian melekat menjadi identitas pemilik akun.

Sebagai upaya menetapkan karakter dan citra tertentu, informan secara konsisten akan mengunggah foto, video, dan status yang temanya cenderung konsisten. Informan 1 misalnya, karakter yang hendak dibangunnya di media sosial adalah orang yang berpikiran positif, mensyukuri kehidupan, menghargai perbedaan. Sehingga dapat kita lihat bahwa ia sering menggunakan tagar berpikir positif dalam bahasa Jerman di status-statusnya. Ia banyak memberi pujian atas berbagai hal di sekitarnya dan berbagai pengalaman yang dilaluinya. Ia juga secara berulang menunjukkan dukungan terhadap isu-isu kebebasan memilih orientasi seksual dan berkeyakinan.

Informan 2 juga ingin menunjukkan dirinya sebagai pribadi yang profesional dan peka terhadap lingkungan. Kita bisa melihat bahwa informan 2 secara konsisten memberikan perhatian pada isu energi alternatif di akun Facebooknya, menyampaikan pandangannya dengan argumentatif dan sopan atas isu yang sedang hangat diperbincangkan baik di media massa konvensional maupun media sosial. Melalui media

sosialnya, informan 2 terlihat sebagai individu yang berpendirian teguh, berpikir positif dan ingin menjadi bagian dari solusi.

Informan 3 ingin menonjolkan peran sebagai guru dan ibu dibanding peran-peran lain yang ia jalani di kehidupan nyata. Informan 3 seringkali memunculkan status dengan doa-doa yang ditujukan untuk orang-orang di jejaringnya dan mengomentari peristiwa yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat dalam perspektif ibu dan pendidik.

Informan 4 lebih memandang media sosial sebagai sarana pelepas ketegangan dan sarana yang membantunya mendokumentasikan perkembangan kedua putranya. Dengan pandangan demikian, informan 4 cenderung tidak terlalu memikirkan apa yang orang lain pikirkan tentang status-statusnya di media sosial. Ia pun cenderung tidak berpikir dua kali saat hendak *posting* di media sosial. Di media sosial informan 4 terlihat berperan sebagai ibu yang sedang bersemangat dengan perkembangan anak-anaknya, wanita karir yang sering bepergian dan menikmati hidup, serta istri yang bahagia.

Informan 5 memandang media sosial sebagai sarana untuk bersenang-senang. Informan 5 sangat menikmati berfoto selfie dan membagikannya melalui media sosial. Dalam foto-foto yang diunggahnya, informan 5 menampilkan diri dalam beberapa peran sebagai ibu yang suportif bagi anak-anaknya, sebagai teman yang menyenangkan, dan sebagai individu yang ceria dan bahagia.

Dibandingkan dengan heteroseksual, kelompok cisgender, individu LGBTQ menghadapi jalan yang berbeda dimana mereka secara sadar mencari kemunculan dan pengungkapan identitas mereka. Pembelajaran dilakukan melalui pertanyaan langsung, observasi, dan identifikasi dan sosialisasi panduan pengalaman personal. (Fox & Ralston, 2016). Di Indonesia LGBT masih menjadi isu yang sangat diperdebatkan. Orang dengan kondisi tersebut masih mencari cara untuk mendapatkan penerimaan di masyarakat. Dalam identitas di media sosial, orang juga masih cenderung tidak menyampaikan secara terbuka bahwa mereka adalah bagian dari LGBT. Meskipun terkadang mereka sudah berani menunjukkan dukungan secara terbuka terhadap LGBT. Informan 1 sebagai seorang transgender, tidak secara terbuka menunjukkan dalam profil di Facebook dan berbagai platform media sosial lain bahwa ia adalah transgender. Namun dukungannya terhadap isu LGBT dan kebebasan memilih mencintai ditunjukkan dengan nyata baik melalui status, foto, maupun tautan yang diunggah di akun media sosialnya.

Peneliti juga melihat bahwa informan 1 berada dalam jejaring yang cukup mendukungnya dalam situasi yang dipilihnya saat ini. Informan 1 menunjukkan dalam berbagai kesempatan bahwa ia dan keluarga intinya berhubungan dengan sangat baik. Bahwa orangtua dan saudaranya memberikan dukungan yang luar biasa atas pilihannya menjadi ia saat ini (perempuan). Demikian juga dengan pilihannya untuk mengambil jalan yang relatif berbeda dengan pilihan orangtuanya. Informan 1 berasal dari keluarga muslim yang terlihat religius. Ibu dan saudaranya memakai jilbab. Saat berfoto bersama keluarga di momen hari raya informan 1 juga memakai jilbab. Informan 1 saat ini memilih untuk tidak lagi menjadi muslim. Namun keluarganya tetap memberikan dukungan.

Keluarga informan 1 juga berada dalam jejaring akun media sosialnya. Sehingga keluarganya juga sangat mungkin mendapatkan informasi atas unggahan status, foto, video, atau tautan apapun yang diunggahnya. Termasuk unggahan terkait gaya hidup informan 1 yang sangat berbeda dengan yang dijalankan keluarganya.

Informan 1 memberikan contoh bagaimana perjalanan spiritualnya dari memakai hijab kemudian menjadi seperti yang sekarang. Ia menganggap bahwa kini hijab justru mengganggu terjaganya tradisi perempuan Indonesia yang dulunya menggunakan sanggul dan asesoris lain sebagai bagian dari budaya. Jilbab kini dipandang sebagai sarana tekanan sosial bagi sesama perempuan muslim untuk mendefinisikan muslimah yang baik dan tidak. Atas dasar itulah kemudian informan 1 menganggap bahwa masyarakat barat memandang muslim egois dan teroris.

Peneliti memandang dibutuhkan keberanian untuk mengunggah status seperti di atas dan sejenisnya. Sebagai seorang muslim dan berjilbab, peneliti merasa bahwa status-status informan 1 yang cenderung menyerang Islam cukup memprihatinkan dan merendahkan. Peneliti melihat bahwa informan 1 terkadang tidak konsisten dalam konstruksi identitas yang tengah dibangunnya di media sosial. Di satu sisi, ia gencar menyuarakan kebebasan dan penghormatan atas hak individu. Di sisi lain tidak jarang ia menyindir, menyerang, dan merendahkan keyakinan yang berbeda dengannya.

Terdapat beberapa tahapan yang seringkali muncul dalam proses pembangunan identitas LGBT. Pertama tahap menjadi peka (*sensitization*), seseorang menjadi sadar bahwa ia berbeda dan mulai mempertanyakannya identitas asalnya. Mereka mulai mencari informasi dan mempelajari yang mereka rasakan. Sebagian mungkin akan mengalami upaya penolakan atas perasaan berbeda itu dan mencoba membingkai kembali identitas asal mereka. Kedua, tahap asumsi (*assumption*) dimana mulai terjadi penerimaan diri. Seseorang mulai membuka identitasnya dan mulai mencari kelompok yang diidentifikasinya mirip, mencari ikatan sosial, dan panutan untuk belajar menetapkan diri dengan identitasnya. Ketiga, tahap komitmen dimana seseorang sudah mantap dengan identitasnya dan siap untuk terbuka dengan pihak lain. Dalam setiap tahapan tersebut, seorang LGBT mencari informasi dan berusaha mempelajari lebih jauh tentang identitasnya. (Fox & Ralston, 2016)

Pada informan 1 seluruh tahapan tersebut telah terlewati. Ia sudah berada pada tahap komitmen. Dalam era seperti sekarang, kemudahan mendapat informasi dan jaringan menjadi bagian yang menguatkan pembentukan identitas seseorang, termasuk pada LGBT seperti informan 1. Peneliti melihat dalam *timeline* informan 1 bahwa ia berada dalam lingkungan yang sangat mendukung apapun pilihannya. Sehingga saat ia memutuskan sesuatu, informan 1 terlihat sangat mantap dan yakin. Dalam proses pencarian informasi dan kelompok dukungan untuk membentuk identitas, informan 1 mendapatkan sesuai dengan yang ia yakini dan ia rasa nyaman. Kehadiran media sosial memberikan ruang untuk proses pencarian sekaligus proses pengungkapan identitas informan 1.

Penggunaan media sosial sebagai sarana *personal branding* terjadi pada informan 1. Informan 1 memikirkan dan mempertimbangkan dengan baik sebelum mengunggah status. Demikian juga pada informan 2. Informan 2 merasakan manfaat media sosial untuk dirinya yang sedang bekerja di bidang perusahaan konsultan *public relations*. Ia menyadari dengan sangat baik pentingnya membangun identitas media sosial secara profesional. Karenanya ia berhati-hati dan memilih dengan baik jenis unggahan apa yang layak atau tidak ditampilkan di akunnya. Termasuk juga bagaimana dampak unggahan itu terhadap citra dirinya.

Personal branding merupakan proses dimana orang dan karir mereka dipandang sebagai brand dan dibedakan tujuannya dari manajemen reputasi dan manajemen kesan. Ia secara langsung ditujukan untuk menciptakan brand ekuitas dan aset yang membedakan ia dari orang lain. Biasanya upaya *branding* membutuhkan dukungan finansial yang ekstensif untuk mendukung promosi dalam menciptakan *brand*

awareness dan selanjutnya *brand loyalty*. Media sosial dengan struktur ideologis dan teknologinya memberi kesempatan pada orang untuk mempromosikan dirinya sendiri sebagai brand dengan cara yang relatif mudah dan efisien. (Karaduman, 2013)

Informan 2 menempatkan media sosial dalam membantu membentuk *personal branding*nya. Ia menyadari bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk membantu membentuk identitasnya sebagai sosok yang profesional, cerdas, dan memiliki pandangan yang kuat. Informan 2 secara konsisten mengunggah hanya pesan positif dan materi yang dapat memberi inspirasi positif. Berbeda dengan informan 1 yang menyuarakan dengan lantang pandangannya (termasuk yang tidak *mainstream*), informan 1 selalu memilih kata-kata positif untuk menyuarakan apapun pandangannya. Ia berusaha menyampaikan pandangannya baik yang sama dengan kebanyakan orang maupun tidak dengan pilihan diksi yang tetap positif dan santun. Sehingga orang dalam jejaringnya bisa dengan cepat menyimpulkan karakter-karakter positif informan 2 hanya dari status-status di akun media sosialnya.

Dalam kehidupan nyata informan 2 mengakui bahwa ia sedikit berbeda antara di media sosial dan dunia nyata. Keleluasan untuk mengatur diri di media sosial membuat informan 2 lebih berani berbicara dibanding di dunia nyata. Di dunia nyata ia cenderung memilih untuk tidak banyak berbicara dan pro aktif terhadap obrolan atau situasi. Namun media sosial memberinya ruang yang luas dan kenyamanan untuk menyampaikan apapun yang dia pikirkan dengan cara positif.

Media sosial secara utama adalah berinteraksi dengan orang lain dengan harapan mendapatkan balasan. Karaduman memodifikasi kategori media sosial yang dibuat oleh Kaplan dan Haenlein sebagai berikut: (Karaduman, 2013).

		Kehadiran sosial / media <i>richness</i>			
		Rendah	Sedang		Tinggi
Presentasi diri / pengungkapan diri	Tinggi	Blog	Jejaring sosial. Misal : Facebook.	Situs mikro blogging. Misal : twitter	Dunia sosial virtual. Misal : Second Life
	Rendah	Proyek kolaboratif. Misal : wikipedia.	Komunikasi konten. Misal : Youtube	Situs profesional. Misal : LinkedIn	Dunia game virtual. Misal : World of Craft

Kategori di atas memperlihatkan bahwa facebook menempati posisi media sosial dengan presentasi dan pengungkapan diri yang tinggi. Hal tersebut senada dengan yang dialami oleh seluruh informan dalam penelitian ini. Pengungkapan diri informan di akun mereka di Facebook relatif tinggi. Bahkan informan 2 merasa bahwa ia lebih terbuka di dunia maya dibanding di dunia nyata. Informan lain meskipun merasa bahwa identitas yang ditampilkan di dunia nyata dan dunia maya relatif sama, mereka juga membuka diri dengan baik di Facebook. Seluruh informan cukup terbuka berbagi informasi dan foto-foto aktivitas dengan keluarga mereka. Bahkan informan 4 yang anak-anaknya masih balita juga cukup detil memberikan informasi kegiatan dan lokasi tinggalnya di akun Facebooknya.

Media sosial menjadi sarana konstruksi identitas oleh penggunanya. Melalui media sosial, orang akan menemukan kemudahan untuk membuat identitas seperti yang ia harapkan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa informan hanya ingin menunjukkan sebagian sisi dari dirinya yang ingin ditampilkan melalui media

sosial. Sebagian sisi tersebut adalah sisi yang dipandang positif oleh informan dan layak muncul ke media sosial mereka. Informan tidak bernegosiasi dengan lingkungan untuk apa yang mereka anggap sebagai layak muncul di media sosial. Sehingga yang mereka unggah ke media sosial tidaklah selalu konsisten dengan konsensus di masyarakat kita. Meskipun demikian, informan menilai bahwa identitas mereka di media sosial dan di dunia nyata cenderung konsisten. Meskipun mereka cenderung mengambil bagian positif dari identitas di dunia nyata untuk ditampilkan secara berulang dan membentuk citra yang relatif konsisten di media sosial. Citra konsisten tersebutlah yang menjadi identitas media sosial penggunanya. Pada konteks inilah media sosial menjadi medium konstruksi identitas oleh penggunanya sendiri. Pengguna media sosial bebas dan mandiri dalam mendefinisikan dirinya melalui status-status, foto, maupun tautan informasi yang mereka unggah di media sosial mereka.

Media sosial kemudian menjadi bagian dari *personal branding* penggunanya. Identitas yang diharapkan dibentuk melalui media sosial diupayakan dengan melakukan berbagai aktivitas di media sosial yang bisa mendukung *personal branding*. Menulis status, mengunggah foto, menautkan situs, dan membagi status orang lain yang ia anggap konsisten dengan citra yang ingin ditampilkan merupakan bagian dari upaya pembentukan identitas. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa informan terbagi dalam dua kelompok. Pertama, kelompok yang secara konsisten menjaga citra yang berusaha dibangunnya. Kedua, kelompok yang sesekali tampil berbeda dengan citra yang sebenarnya ingin dibangunnya. Sesekali tampil berbeda dengan citra yang ingin dibangun biasanya terjadi saat pengguna sosial seketika menulis berdasar apa yang ia rasakan atau pikirkan. Namun ada pula informan yang menampilkan demikian meski merasa sudah mempertimbangkan dengan baik hal yang ia ingin unggah. Persoalan konsistensi kemampuan informan untuk menjaga perasaannya juga berkontribusi dalam konsisten tidaknya antara citra yang ingin dibangun dengan materi unggahan yang ditampilkan.

Dalam menggunakan media sosial, para informan juga melakukan manajemen kesan. Manajemen kesan dilakukan dengan membedakan antara *public self* dengan *individual self*. *Public self* adalah diri publik yang bisa ditampilkan di media sosial. Berisi terutama hal positif dari informan yang ingin ditampilkan dalam media sosial. Tampilan positif tersebut diharapkan dapat membentuk citra positif dan selanjutnya menjadi identitas. *Individual self* adalah saat informan menjadi diri mereka yang utuh dengan segala kekurangan dan kelebihan di dunia nyata. *Individual self* ini tidak muncul di media sosial. *Individual self* terkadang dapat dikendalikan namun seringkali muncul secara alami. Karena seseorang tidak dapat selamanya mengendalikan dirinya di dunia nyata. Orang juga tidak dapat menampilkan satu sisi semata karena orang lain dapat melihatnya dari berbagai sisi. Berbeda dengan media sosial yang interaksinya relatif lebih terbatas di dunia maya.

DAFTAR PUSTAKA

- Denzin, Norman K & Yvonna S. Lincoln.ed. (2005). *The Sage Handbook Of Qualitative Research 3rd edition*. California: Sage Publication
- Fairfield, Joshua A.T.(2012). *Avatar Experimentation: Human Subjects Research in Virtual Worlds*; U.C. Irvine Law Review. 695
- Foster, Andrea L.(2005). *The Avatar of Research*; **The Chronicle of Higher Education**: A35-A36.
- Fox, J., & Ralston, R. (2016). *Computers in Human Behavior Queer identity online : Informal learning and teaching experiences of LGBTQ individuals on social media. Computers in Human Behavior*, 1–8. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.009>
- Karaduman, Ilkay. (2013). *The effect of social media on personal branding efforts of top level executives*, 99, 465–473. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.515>
- Littlejohn, Stephen W. (2002). *Theories of Human Communication.5th edition*. California: Thomas Wadsworth
- Littlejohn, Stephen W.& Karen A. Foss. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: Sage Publications, Inc.
- Moleong, Lexi J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, Noeng. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Rake Sarasin
- Neuman, W. Lawrence. 1997. *Sosial Research Method: Qualitative and Quantitative Approach*. Boston:. Allyn and Bacon.
- Patton, Michael Quinn.(1991) *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Warburton, Steven & Stylianos Hatzipanagos. (2013). *Digital Identity and Sosial Media*. King College London: London