

PENGELOLAAN KESAN ROLEPLAYER K-POP MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER (STUDI DRAMATURGI PADA AKUN TWITTER FANDOM DI KOTA BANDUNG)

Ivy Mahrani Aulia ^{1,✉}, Mohamad Syahriar Sugandi ²)

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
e-mail : ¹iwymahraniaulia@gmail.com, ²mohsyahriar@gmail.com

ABSTRACT

Korean Wave has become a trend in Indonesia, which was started with the high popularity of K-Drama (Korean Drama) back in the 2000s among the Indonesian. Along with the high interest in society, the Korean government kept spreading this Korean wave. In 2011, the Korean music industry, known as K-Pop started to appear and arise a big group; boyband and girlband. Since then, some fandoms or an assemblage of people who puts a high interest in them. The fandom members usually make some activities, one of the activities in the new media is a roleplay. Roleplay is one type of the games on social media played by individuals by acting like him/herself, portraying and imitating the characters that was delivered with how he/she writes status and responds to comments from others. This study focuses on the impression management of K-Pop Roleplayers on social media Twitter with qualitative research methods and dramaturgy approach to the three informants whom are the active Roleplayers on Twitter. Based on the results of the research of K-Pop Roleplayers on social media Twitter to keep and form a positive impression at the front stage is the Timeline. This research was also using the middle stage, Roleplayers perform displacement from Timeline towards more personal media such as direct message and KakaoTalk. As form some of the preparations made by the players at the back stage through was that pre-survey idol character through a variety show on YouTube.

Keywords : Roleplay, K-Pop, Dramaturgy, Impression Management, Social Media Twitter

ABSTRAK

K Korean wave telah memasuki dan tersebar ke dalam Indonesia, yang awal mulanya dimulai dari K-Drama (Korean Drama) yang diminati oleh masyarakat Indonesia di tahun 2000-an. Ramainya minat masyarakat Indonesia, membuat pemerintah Korea terus melakukan penyebaran Korean wave ini. Pada tahun 2011, industri musik Korea atau lebih sering disebut dengan K-Pop mulai muncul dan melahirkan sebuah grup yang besar; boyband dan girlband. Semenjak itu, munculnya beberapa fandom atau sebuah perkumpulan dari orang-orang yang menggemari mereka. Aktivitas anggota dari fandom biasanya membuat beberapa kegiatan, salah satu kegiatan di media baru ialah Roleplay. Roleplay adalah salah satu jenis permainan peran di media sosial yang dimainkan oleh individu dengan cara bertindak layaknya dirinya adalah orang yang ia perankan dari segi pembawaan diri dan melakukan imitasi karakter yang dibawakan dengan bagaimana ia menulis status dan merespon komentar dari orang lain. Penelitian ini berfokus kepada pengelolaan kesan Roleplayer K-Pop di media sosial Twitter dengan metode penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan dramaturgi kepada tiga informan yang merupakan Roleplayer aktif di Twitter. Hasil penelitian dari Roleplayer K-Pop di media sosial Twitter supaya citra dirinya terjaga dan menciptakan kesan yang ingin dibentuk di panggung depan (front stage) yaitu Timeline. Penelitian ini pun menggunakan panggung tengah (middle stage), Roleplayer melakukan perpindahan tempat dari Timeline menuju tempat yang lebih personal seperti direct message dan KakaoTalk. Adapun persiapan yang dilakukan oleh para Roleplayer di panggung belakang (back stage) yaitu melakukan pra-survey karakter idola melalui variety show di YouTube.

Kata kunci : Roleplay, K-Pop, Dramaturgi, Pengelolaan Kesan, Media Sosial Twitter

PENDAHULUAN

Hallyu Wave atau dapat diartikan dengan demam Korea yang dimana

masih sangat diminati walaupun keberadaanya sudah cukup lama di Indonesia. Awal penyebaran Korean

Wave di Indonesia yaitu dengan melalui K-Drama (serial televisi drama Korea). Pada rentan waktu tahun 2000, penggemar budaya Korea masih belum terlalu banyak meskipun sudah dilakukan penyebaran budaya dari negeri ginseng tersebut, tetapi K-Drama mulai menyerang dari kalangan masyarakat baik yang muda maupun tua. Keunikan dari konsep hingga alur cerita yang variatif membuat K-Drama dilirik oleh masyarakat Indonesia. Melihat penyebaran K-Drama yang mulai ramai, pemerintah Korea mulai melakukan penyebaran hallyu lebih lanjut di Indonesia. Tahun 2011, industri musik mulai memasuki Indonesia atau sering disebut dengan K-Pop (Korean Pop). Konser musik grup K-Pop “Super Junior” di tahun 2012 menjadi salah satu konser yang begitu hebat karena memberikan sebuah ledakan demam K-Pop di Indonesia. Semenjak adanya fenomena tersebut, Indonesia dijadikan negara wajib pemberhentian tur Asia dari grup K-Pop tersebut. Seorang pengamat musik, Adib Hidayat mengatakan boyband bukanlah suatu hal yang baru. Keberadaannya sudah ada dari dulu, di setiap generasi pasti akan ada boyband yang digemari. Pada kali ini di industri K-Pop memunculkan boyband yang berbeda dengan boyband lainnya yang dimana good looking, memiliki gerak tari yang pandai di atas panggung serta visualnya ditata dengan baik sehingga kemasannya dibuat sedemikian menarik, yang membuat minat masyarakat Indonesia tertarik terhadap artis K-Pop ialah boyband atau merupakan sejumlah laki-laki yang tergabung dalam satu grup band. Keberadaan grup band ini menjadi salah satu alasan terbentuknya suatu komunitas/kumpulan penggemar K-Pop, atau bisa disebut dengan fandom. Keberadaan Korean Wave terus meningkat, sehingga pemerintah Korea mengubah kebijakan dengan memanfaatkan peran Korean Wave.

khususnya menjadikan sebagai sarana soft power untuk meningkatkan citra nasional negara tersebut (Jin, 2017). Pada dasarnya peran media, baik dari media massa maupun media baru sangat penting bagi banyaknya pihak. Penyebaran hallyu berawal mula dari media massa yang membantu dalam mengembangkan kebudayaan Korea lalu dengan kemunculan media baru yang didukung oleh fasilitas yang lebih mudah diakses, sehingga para pengguna media baru pun menjadi lebih banyak mengetahui segala kegiatan budaya pop di Korea setiap harinya karena salah satu kelebihan media ini ialah tidak terbatas waktu. Media baru pun menumbuhkan aktivitas baru yang berkaitan dengan budaya pop Korea, yaitu Roleplay.

Sejarah singkat mengenai Roleplay, pertama kali muncul di media sosial Twitter. Rata-rata Roleplay dimainkan oleh mayoritas remaja Indonesia yang diantaranya mereka menyukai idola K-Pop, Barat, serta tokoh Anime. Penjelasan secara ringkasnya ialah mereka, para penggemar akan membuat sebuah akun Twitter lalu melakukan kegiatan seperti update status di Timeline selayaknya mereka sedang memainkan karakter atau dari tokoh tersebut.

Menurut Achsa & Affandi (2015:2) keunikan dari Roleplay adalah bermain dengan imajinasi. Permainan peran ini atau disebut socio-drama merupakan dramatisasi dari berbagai eksplorasi yang timbul dalam pergaulan dengan orang lain dalam lingkungan sosialnya. Dengan menjadi representasi dari tokoh idola, para fans mendapatkan pengalaman emosi kedekatan yang dibutuhkan oleh imajinasinya. Dengan bermain peran selayak tokoh idola di kehidupan sehari-hari bersama para Roleplayer lainnya dapat mengantarkan ekspresi kekaguman mereka sehingga tampak begitu menarik (Safitri, 2014).

Dalam media sosial Twitter, Roleplayer akan berperilaku seolah-olah dirinya

ialah karakter idola yang sedang ia perankan, melalui identitas foto profil, username, biodata, dan penampilannya di Timeline yang berkaitan dengan idola asli. Dalam sebuah permainan peran tersebut dramaturgi hadir secara esensial melalui proses yang tumbuh dari peran tiruan sehingga menciptakan dramatisasi sosial. Aspek penting dalam teori dramaturgi dalam konteks komunikasi adalah konsep khalayak dan hubungan antara individu dengan khalayak dalam suatu waktu dan tempat tertentu.

Melalui pengelolaan kesan atau impression management, individu harus mengendalikan presentasi dirinya untuk membangkitkan reaksi khalayak terhadap presentasi yang disajikan. Tentunya para Roleplayer berusaha menampilkan sisi terbaik mereka supaya dapat menciptakan kesan tertentu di benak para pengikut akun Twitter Roleplay mereka dan mencapai citra diri yang diharapkan, maka dari itu peneliti berfokus kepada bagaimana pengelolaan kesan Roleplayer di saat mereka harus berperan menjadi orang lain di satu waktu memiliki dua dunia yang berbeda. Pengelolaan kesan merupakan aspek penting, terutama saat berada di dunia virtual. Pemain Roleplay di media sosial Twitter akan berusaha menyajikan tampilan terbaik mereka supaya dapat menciptakan kesan tertentu di benak pengikut akun Twitter mereka dan mencapai citra diri yang diharapkan. Berdasarkan pada pemaparan fenomena di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang **“Pengelolaan Kesan Roleplayer K-Pop Melalui Media Sosial Twitter (Studi Dramaturgi pada Akun Twitter Fandom di Kota Bandung)”**.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelolaan kesan yang ingin ditunjukkan oleh Roleplayer pada panggung depan (front stage) di media sosial Twitter?

2. Bagaimana pengelolaan kesan yang ingin ditunjukkan oleh Roleplayer pada panggung tengah (middle stage) di media sosial Twitter?

3. Bagaimana pengelolaan kesan yang ingin ditunjukkan oleh Roleplayer pada panggung belakang (back stage) di media sosial Twitter?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengelolaan kesan yang ingin ditunjukkan oleh Roleplayer pada panggung depan (front stage) di media sosial Twitter.

2. Untuk mengetahui pengelolaan kesan yang ingin ditunjukkan oleh Roleplayer pada panggung tengah (middle stage) di media sosial Twitter

3. Untuk mengetahui pengelolaan kesan yang ingin ditunjukkan oleh Roleplayer pada panggung belakang (back stage) di media sosial Twitter.

Manfaat atau kegunaan dari penelitian ini adalah:

- a. Kegunaan Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, terutama dalam bidang kajian budaya dan media. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan informasi dalam pengembangan ilmu yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian selanjutnya.

- b. Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat kepada peneliti dalam memahami penelitian karya ilmiah, bagaimana mengaplikasikan teori dalam fenomena sehari-hari, menganalisa realita di lapangan serta merelevansikan teori yang dipelajari semasa perkuliahan serta pengimplementasiannya saat di lapangan.

2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta rujukan yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian-penelitian di bidang Ilmu Komunikasi selanjutnya.

Tinjauan Pustaka

Identitas Diri

Kata identitas diambil dari bahasa Latin, yaitu *Idem* yang berarti serupa. Identitas merupakan hal penting di dalam masyarakat yang memiliki banyaknya anggota. Identitas menampilkan gambaran seseorang meliputi; penampilan fisik, warna kulit, bahasa yang digunakan, ciri ras, dan faktor persepsi lain dalam mengkonstruksi budaya (Sakti & Yulianto, 2018). Michael Hecht mengatakan mengenai teori komunikasi tentang identitas, menurutnya teori tersebut menjadi jembatan utama antara individu dan masyarakat sebagai mata rantai yang mengizinkan ini hubungan ini terjadi (dalam Winarty, 2018).

Menurut Erikson, identitas diri adalah suatu kesadaran seseorang dalam menempatkan diri dan memberi makna akan arti pada dirinya di dalam konteks kehidupan yang akan datang secara tepat dan akan menjadi suatu gambaran diri yang utuh dalam menemukan jati dirinya. Identitas diri juga merupakan suatu persona diri yang terdiri dari beragam tipe identitas; identitas karir, identitas seksual, identitas minat, identitas kepribadian, dan identitas fisik. Identitas pun dipengaruhi dari beberapa sumber seperti dari lingkungan sosial (keluarga, tetangga, teman sebaya), kelompok acuan, tokoh idola (Hasanah, 2013).

Konsep Diri

Menurut Ghufro dan Risnawita (dalam Mulawarman & Fitri, 2017) konsep diri apa yang dirasakan dan dipikirkan mengenai dirinya sendiri, adapun dua konsep diri; komponen kognitif dan komponen afektif. Kognitif mengarah kepada self image yang mencakup tentang “siapa saya” yang akan memberikan gambaran diri saya dan afektif cenderung kepada self esteem yang merupakan penilaian individu

terhadap dirinya sendiri dan bagaimana membentuk penerimaan terhadap diri dan harga diri.

Mead juga menjelaskan konsep diri mampu memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam berperilaku dan individu akan bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya. Konsep diri yang positif pun dapat membantu individu meningkatkan kepercayaan diri individu dan memotivasi diri sendiri (Novilita, 2013). Dalam penelitian Andriani (2013) pembentukan konsep diri juga dipengaruhi oleh penerimaan individu mengenai kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya, Dariyo (Andriani, 2013:115) juga menyebutkan seberapa jauh individu menyadari akan kelebihan atau pun kekurangan yang dimiliki oleh individu sehingga apabila dirinya mampu mengatasi kelebihan dan kekurangan akan menumbuhkan pribadi konsep diri yang positif. Begitu pun sebaliknya, apabila individu tidak dapat menerima apa yang ia miliki maka terbentuknya konsep diri negatif sehingga hal ini akan mempengaruhi penyesuaian dirinya dengan lingkungan sekitar.

Interaksionisme Simbolik

Sebuah karya dari Mead mencetuskan *mind* (pikiran), *self* (diri), *society* (masyarakat) merupakan tiga konsep yang paling dibutuhkan didalam diskusi interaksionisme simbolik, karena hal ini berkaitan erat dengan teori tersebut. Dari pemikiran manusia (*mind*), interaksi sosial (*diri/self* atau yang lain) dan hubungannya di tengah-tengah masyarakat (*society*) dimana kita hidup. Douglas (1970) berpendapat mengenai tentang makna, makna berasal dari interaksi dan tidak dari cara yang lain (Ardianto & Q-Anees, 2007:135-136).

Dramaturgi

Dramaturgi yang dipelopori oleh Erving Goffman didefinisikan sebuah kerangka dari presentasi simbol yang dampaknya

adalah mempersuasif. Dramaturgi melihat kehidupan layaknya drama di panggung, dimana sang aktor akan menampilkan dan berperan sesuai karakter yang dimainkan masing-masing.

Dramaturgi tidak terlepas dari impression management. Pada intinya teori dramaturgi membicarakan tentang kehidupan sosial sederetan panggung drama dalam sebuah pertunjukan. Secara jelasnya, kehidupan sosial ibarat pertunjukan teater yang dimana sang aktor akan bermain peran diatas suatu panggung dan membangun citra diri kepada khalayak, serta diharapkannya khalayak dapat menerima dan memperlakukan citra diri yang dibentuk oleh sang aktor (Goffman dalam Dewi, 2016).

Dalam teori dramaturgi ini memiliki konsep front stage (panggung depan), dan back stage (panggung belakang). Front stage merupakan bagian performa individu yang terlihat dari depan secara teratur berfungsi dalam aturan umum dan tetap untuk dapat didefinisikan oleh para penonton yang menyaksikan. Goffman membedakan antara setting dan front personal. Setting merujuk pada penglihatan fisik yang harus ada jika aktor memainkan perannya, untuk front personal terdiri dari berbagai macam perlengkapan barang yang berpola pernyataan pernyataan yang menjadi ciri suatu hubungan antar aktor dan penonton. Goffman juga membagi front personal menjadi dua; penampilan dan gaya. Penampilan adalah aspek yang mengenalkan kita tentang status sosial aktor, sedangkan gaya berfungsi kepada penonton untuk mengenalkan peran seperti apa yang diharapkan aktor untuk dimainkan dalam situasi tertentu. Back stage dalam dramaturgi menjelaskan tentang gambaran bahwa ada sesuatu hal yang ingin disembunyikan oleh sang aktor, Goffman juga berpendapat bahwa aktor berharap tidak menemukan audiens dari panggung depannya untuk

mengetahui atau bertemu di panggung belakangnya, karena hal ini dapat merubah jalannya pertunjukan atau skenario yang ada (Fitri, 2015: 105). Adapun selain panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage), peneliti menggunakan panggung tengah (middle stage) dari Mulyana (2013:59) yang merupakan wilayah yang bisa jadi diamati dan diapresiasi oleh khalayak tetapi bisa juga tidak. Panggung tengah (middle stage) juga merupakan sebuah panggung lain di luar panggung resmi saat sang aktor sedang mempresentasikan diri di panggung depan (front stage) tetapi juga di luar panggung belakang (back stage) saat mereka mempersiapkan pesan-pesannya (Mulyana dalam Annisa, 2016).

Media Sosial

Media sosial ialah medium di internet yang dimana penggunaannya memiliki peluang untuk mempresentasikan diri ataupun berinteraksi, berbagi, berkomunikasi, bekerja sama dengan pengguna lainnya serta dapat membentuk suatu ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015:13). Kaplan dan Haenlin menciptakan klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka yang diterbitkan di tahun 2010. Menurutnya ada enam jenis media sosial, antara lain; proyek kolaborasi, blog dan mikroblog, konten situs jejaring sosial, virtual game worlds, virtual social words (Martaekadita et al, 2016).

Twitter

Twitter merupakan sebuah situs layanan microblogging, yang penggunaannya dapat membaca dan mengirim status terbaru seseorang. Status terbaru di dalam Twitter disebut dengan istilah tweets. Twitter juga dapat dikategorikan sebagai jejaring sosial karena memiliki fungsi mencari dan memiliki teman sebanyak-banyaknya, sehingga dengan adanya keberadaan teman bisa saling

mengomentari tweets satu sama lain. Twitter juga memiliki ciri khas lainnya seperti tweets yang hanya dibatasi 140 karakter (Adi & Sanjaya, 2009:1). Namun diketahui saat ini, Twitter sudah melakukan penambahan batas karakter menjadi 280 karakter.

Roleplay dalam Media Sosial Twitter

Roleplay diartikan menjadi salah satu bentuk permainan peran. Dalam bermain peran (Roleplay) adalah salah satu metode pembelajaran sebagai simulasi yang diarahkan untuk mengkreasikan kejadian sejarah, kejadian masa yang akan datang, atau peristiwa aktual (Sanjaya, 2010:161). Roleplay merupakan permainan kolaborasi dan improvisasi dengan menciptakan sebuah cerita, para pemain pun tidak hanya berinteraksi satu sama lain tetapi merespon siapapun dengan tetap menggunakan karakter dari peran yang mereka mainkan. Menurut Yardley, istilah “Roleplay” ialah sebuah istilah yang digunakan dalam menjelaskan rangkaian kegiatan yang menyertakan partisipan untuk melakukan atau menirukan peran baik dalam tindakan maupun keadaan.

Aktivitas Roleplay pertama kali muncul di media sosial Twitter. Dari segi pembawaan diri, fans malakukan imitasi karakter idola dengan bagaimana ia menulis status dan merespon komentar dari orang lain. Umumnya dalam permainan ini, para fans akan memilih tokoh berdasarkan yang mereka inginkan dan keberhasilan permainan ini berdasarkan ketaatan atas ketentuan yang telah didahulukan dengan batasan improvisasi aksi yang tidak melewati citra idola (dalam Nuruddiniyah, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan dramaturgi. Teori

konstruktivisme ialah menafsirkan suatu pengetahuan individu, dimana pengetahuan tersebut adalah bentukan atau konstruksi dari individu itu sendiri. Pengetahuan individu dalam memikirkan sesuatu, bukanlah dari bentuk tiruan sesuatu tersebut melainkan terbentuk dari pemikiran individu (konstruksi). Individu tidak akan memiliki pengetahuan apabila tanpa keaktifan dalam mencerna dan membentuk suatu pemikiran (Suparno, 2001:122-123). Pada penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada tiga orang informan kunci. Peneliti disini menggunakan pendekatan dramaturgi, merupakan salah satu dari model pendekatan interaksi simbolik selain dari teori penjumlahan dan etnometodologi (Mulyana dalam Pardede, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti akan menganalisis hasil temuan yang didapatkan dari hasil wawancara dengan para informan dan dikaitkan dengan teori yang sesuai penelitian skripsi ini. Pertanyaan penelitian terbagi menjadi; konsep diri; front stage meliputi setting dan personal front (appearance & manner); middle stage; back stage; serta pengelolaan kesan.

Konsep Diri Roleplayer

Menurut Ghufron dan Risnawita (dalam Fitri, 2017) konsep diri apa yang dirasakan dan dipikirkan mengenai dirinya sendiri, adapun dua konsep diri; komponen kognitif dan komponen afektif. Kognitif mengarah kepada self image yang mencakup tentang “siapa saya” yang akan memberikan gambaran diri saya dan afektif cenderung kepada self esteem yang merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri dan bagaimana membentuk penerimaan terhadap diri dan harga diri.

Untuk konsep diri, peneliti hanya mengambil informan Ucay karena pada

dasarnya ia adalah perempuan dan berhasil memerankan sebagai laki-laki dengan title playboy dalam Roleplay-nya. Apabila dikaitkan dengan self image, informan Ucay memang sudah menentukan dari awal akan menjadi sosok laki-laki karena pada diri yang aslinya pun ia lebih cenderung kepada sifat yang tomboy seperti cuek, tidak begitu memikirkan sekitar, tetapi tomboy yang masih dalam tahap wajar. Untuk title yang ia dapatkan, merupakan konsep diri yang diluar kendali oleh Ucay. Dirinya pun tidak berekspektasi akan mendapatkan tittle tersebut.

Untuk self esteem yang dilakukan oleh informan Ucay, karena sudah terlanjur dikenal oleh kalangan teman-teman Roleplay-nya maka, ia menjalankan permainan peran tersebut. Ia menerima dan menghargai dirinya bahwa konsep diri sebagai Roleplayer laki-laki dengan labeling playboy, bahkan selama permainan peran berjalan pun dirinya memang menikmati istilah tersebut. Konsep diri Roleplayer dari Ucay adanya keselarasan hati dengan konsep, baik yang sudah dari awal ditentukan bahkan diluar ekspektasi dirinya.

Dilihat dari penelitian, informan merasa cocok satu sama lain dengan konsep idola yang dijalankan. Terjalannya kesepakatan dengan diri mereka sendiri untuk menjalankan konsep tersebut. Mereka merasa adanya kesesuaian dengan peran-peran itu walaupun ada beberapa point yang memang kurang, tetapi masih dapat diatasi oleh masing-masing informan.

Front Stage

1. Setting

Adalah panggung dan peralatan, serta perabotan dekor yang menghiasi, yang mendukung hasil pertunjukan tersebut (Goffman, 1956:13).

Pada penelitian ini, peneliti melihat penampilan bermain peran saat muncul di Timeline merupakan salah satu point penting dalam pertunjukkan, para

informan menganggap bahwa mereka harus memainkan peran dengan baik karena sudah memakai muka dari sang idola dan menurut informan yang bermain Roleplay juga butuh berinteraksi dan respon dari Roleplayer yang lain supaya keberadaan mereka dianggap, agar permainan peran ini dijalankan secara totalitas maka para Roleplayer pun melakukan beberapa pengaturan, peneliti menyatakan bahwa setting dalam dunia Roleplay di Twitter ialah dibutuhkannya unsur imajinasi dalam berperan sebagai orang lain, update mengenai informasi karakter, lalu mengedit identitas dalam profil Twitter.

Personal Front

Merujuk pada perlengkapan yang digunakan sebagai bentuk ekspresi supaya mampu dikenali oleh khalayak (Fitri, 2015:103). Personal front pun dibagi menjadi appearance (penampilan) dan manner (tingkah laku). Menurut peneliti dalam media sosial Twitter bahwa personal front dari Roleplayer adalah mencakup display name, avatar (foto profil), serta username.

Appearance

Penampilan adalah stimuli yang berfungsi sekaligus memberi tahu kita tentang status sang pelaku (Goffman, 1956:15). Plot tweet adalah sebuah penampilan dari Roleplayer yang berbentuk cerita (narasi), biasanya Roleplayer di sini menentukan topik atau memilih mengalir begitu saja dan sering digunakan sebagai salah satu alternatif untuk berkomunikasi dengan Roleplayer lainnya di Timeline, adapun sudut pandang yang digunakan ialah orang pertama atau orang ketiga.

Manner

Stimuli yang berupa tingkah laku, atau gerakan, atau gaya yang berfungsi untuk menyampaikan peran pelaku yang akan dimainkan nanti (Goffman, 1956:15). Mengenai tingkah laku (manner) yang berfungsi

untuk mengenalkan peran seperti apa yang diharapkan aktor untuk dimainkan dalam situasi tertentu kepada khalayak. Kedua informan melakukan perannya sesuai dengan karakter aslinya, tetapi tidak dengan salah satu informan karena jenis Roleplay yang out of character yang digunakan, dimana karakter tersebut melenceng dari sifat atau perilaku yang asli. Selain itu, semua perilaku Roleplayer harus dijaga dan dibawakan perannya dengan baik karena khalayak akan menonton dan mengamati pembawaan sang informan sebagai Roleplayer. Perilaku yang ditampilkan di dunia Roleplay akan membentuk sebuah kesan Roleplayer itu sendiri, dari perilaku tersebut akan terbentuknya pengelolaan kesan yang ingin diciptakan.

Middle Stage

Peneliti menemukan adanya panggung lain selain front stage dan back stage, dalam buku Mulyana (2013:58) panggung ini disebut dengan panggung tengah atau middle stage yang merupakan panggung lain di luar panggung resmi saat sang pemain mengkomunikasikan presentasi dirinya sebagai Roleplayer yakni panggung depan (front stage) saat mereka beraksi di depan khalayak tetapi juga di luar panggung (back stage) saat mereka mempersiapkan pesan-pesannya. Informan pun melakukan transisi identitas dari sebelumnya berpenampilan di Timeline, lalu sedikit membuka dirinya dan juga melepas sebagian title Roleplayer saat sudah berada di Direct Message (DM). Peneliti menganggap bahwa DM merupakan tempat middle stage para Roleplayer karena di sana tidak dapat dijangkau oleh banyak khalayak seperti di Timeline, dan informan pun bisa seluas mungkin menjadi sosok aslinya walaupun masih menggunakan identitas Roleplayer.

Back Stage

Goffman berpendapat bahwa aktor berharap tidak menemukan audiens dari panggung depannya untuk mengetahui atau bertemu di panggung belakangnya, karena hal ini dapat merubah jalannya pertunjukan atau skenario yang ada (Fitri, 2015:105). Panggung belakang adalah sebuah tempat di mana persiapan dilakukan untuk nantinya di pertunjukkan (Mulyana, 2013:188).

Roleplayer pun menyiapkan beberapa hal untuk mendukung jalannya peran seperti mengetahui dahulu latar belakang dari idola aslinya. Salah satu observasi yang peneliti ikuti untuk memerankan seorang idola, yaitu dengan menonton variety show sang idola sebagai bintang tamunya melalui YouTube dan panggung belakang lainnya ialah beberapa aplikasi untuk menunjang permainan peran seperti Photoshop, PicsArt, VSCO, GIF Downloader.

Pengelolaan Kesan

Pengelolaan kesan atau impression management, adalah teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karenanya, setiap orang melakukan pertunjukkan bagi orang lain, sehingga ia menjadi aktor yang menunjukkan penampilannya untuk membuat kesan bagi lawannya (Goffman dalam Mulyana, 2013:102-103).

Melakukan pengelolaan kesan karena Roleplayer dituntut untuk menjaga image dari idola aslinya merupakan aspek penting, apabila perilaku Roleplayer bermain peran dengan buruk maka khalayak akan meninggalkan kesan yang buruk juga bahkan akan berdampak negatif pada idola aslinya sendiri, hal itu hanya akan merugikan pihak lain. Para informan sudah mengelola kesannya sebaik mungkin, dan sudah mendapatkan title tertentu karena khalayak menilai dirinya seperti itu. Menurut peneliti, mereka berhasil

untuk mendapatkan kesan yang sudah dijaga dan dibangun sedemikian karena semua informan sudah dikonfirmasi pernah mendapatkan kesan-kesan yang telah mereka pupuk.

KESIMPULAN

Panggung depan (front stage) di Twitter adalah Timeline yang dijadikan sebagai ajang bermain peran di depan khalayak (followers), kemudian meliputi setting dalam bermain peran di Twitter ialah membutuhkan unsur imajinasi dalam berpenampilan sebagai orang lain, harus mengupdate informasi terbaru mengenai chara (karakter) yang ia perankan, harus mengedit identitas profil akun Twitter; biodata, foto profil, username. Personal front dalam dunia Roleplay mencakup username, display name, dan foto profil. Personal front pun dibagi menjadi dua; appearance dan manner. Appearance dalam Roleplay ialah membuat naskah cerita atau disebut plot tweet, memberikan fans service selama berpenampilan, dan melakukan imagine Roleplay. Untuk manner sendiri para Roleplayer menyesuaikan dengan karakter aslinya terkecuali jenis Roleplayer out of character dan harus sesuai jalur yang benar dalam memainkan peran.

Panggung tengah (middle stage) dalam dunia Roleplay ialah perubahan identitas dari Timeline menuju Direct Message atau KakaoTalk yang bersifat personal.

Panggung belakang (back stage) Roleplayer yaitu dengan mempersiapkan dirinya mencari tahu karakter yang akan dimainkan melalui tontonan variety show di YouTube, setelah itu mempersiapkan kuota internet, waktu luang, memiliki akun khusus Roleplay, serta suasana hati yang bisa diajak bekerjasama untuk memerankan orang lain. Satu hal lain yang juga mendukung bermain peran di Roleplay yaitu **aplikasi edit foto/video untuk menunjang permainan peran.**

Pengelolaan kesan yang berhasil dibentuk yaitu ketika teman-teman Roleplay sudah berhasil memanggil atau menyebutkan suatu title kepada Roleplayer yang bersangkutan. Para Roleplayer sebisa mungkin untuk tidak meninggalkan citra dirinya yang buruk karena hal ini akan berdampak besar kepada karakter aslinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Achsa, H. P., & Affandi, M. A. 2015. 12966-16752-1-Pb. Representasi Diri Dan Identitas Virtual Pelaku Roleplay Dalam Dunia Maya ('Permainan Peran' Hallyu Star Idol K-Pop Dengan Media Twitter), 03, 1–12.
- [2] Adi, A. P., & Ridwan Sanjaya. 2009. Panduan Cepat Menguasai Twitter. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [3] Andriani, Mutia & Ni'Matuzahroh. 2013. Konsep Diri dengan Konformitas pada Komunitas Hijabers. Vol. 1, No. 1.
- [4] Ardianto, E., & Q-Anees, B. 2007. Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [5] Dewi, D. R. 2016. Impression Management Mahasiswa di Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Menggunakan Pendekatan Dramaturgi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Telkom). Universitas Telkom.
- [6] Fitri, A. 2014. Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014. 101–108.
- [7] Goffman, E. 1956. The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Random House.

- [8] Hasanah, Uswatun. 2013. Pembentukan Identitas Diri dan Gambaran Diri Pada Remaja Putri Bertato di Samarinda. *E-Journal Psikologi*, Vol.1, No 2, halaman 177-186.
- [9] Jin, D. Y., & Yoon, T. J. 2017. The Korean Wave: Retrospect and prospect: Introduction. *International Journal of Communication*, 11, 2241–2249.
- [10] Martaekadita et al. 2016. Pengelolaan Kesan Selebask (Studi Dramaturgi Pada Pengguna Ask . Fm Dari Kalangan Mahasiswa). *E-Proceeding of Management*, 3(3), 3954–3961.
- [11] Mulawarman. & Aldila Dyas Nurfitri. 2017. Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. Vol. 25, No. 1, halaman 36 – 44.
- [12] Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [13] Nasrulullah, R. 2015. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [14] Novilita, Hairina. & Suharnan. 2013. Konsep Diri Adversity Quotient Dan Kemandirian Belajar Siswa. *Jurnal Psikologi*, Vol. 8, No. 1.
- [15] Nuruddiniyah, T. W. 2017. *Konsep Diri Pemain Role Play Dalam Media Sosial (Studi Dramaturgi Pada Komunitas Dance K-Pop Yang Memainkan Roleplay Melalui Twitter Di Kota Malang)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- [16] Sakti, Bulan Cahya. & Much Yulianto. 2018. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja*.
- [17] Pardede, Cathelya R. H. 2017. *Presentasi Diri Pendeta Perempuan (Studi Dramaturgi Pendeta Perempuan di Gereja HKBP di Bandung)*. Universitas Telkom.
- [18] Safitri, A. 2014. *Roleplayer Di Twitter Mempengaruhi Kepribadian Dan Interaksi Sosial*.
- [19] Sanjaya, W. 2010. *Strategi Pembelajaran: Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [20] Suparno, Paul. 2001. *Teori Perkembangan Kognitif Jean Piaget*. Yogyakarta: Kanisius.
- [21] Winarty, Shenthya. 2018. *Pembentukan Identitas Virtual Roleplayer di Twitter*. Skripsi Universitas Mercubuana.