

GENERASI MILENIAL, *INSTAGRAM* DAN DRAMATURGI : SUATU FENOMENA DALAM PENGELOLAAN KESAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM

Tika Mutia

Dosen Tetap Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas km 15 No. 155 Pekanbaru, 28293
Email : tikamutia@uin.suska.ac.id

Abstract

Generasi milenial merupakan sebuah istilah yang akhir-akhir ini menjadi suatu hal yang fenomenal dan acap kali dibicarakan oleh banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang fenomena penggunaan jejaring sosial Instagram untuk mengelola kesan oleh generasi milenial dalam pendekatan teori Dramaturgi yang dipopulerkan oleh Erving Goffman. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma interpretif. Informasi penelitian didapatkan terutama melalui sumber primer dengan observasi pada akun jejaring sosial Instagram dan observasi lapangan yang ditujukan kepada beberapa informan yang merupakan individu yang memang aktif dalam menggunakan Instagram selama kurun waktu 3 (tiga) tahun belakangan, aktif mengunggah foto dan video dan telah memiliki followers lebih dari 3000 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam jejaring sosial Instagram, generasi milenial melakukan pengelolaan kesan dengan menampilkan panggung depan sedemikian rupa melalui penampilan (appearance) dan sikap (manner) yang mengarah kepada kepada hiperrealitas. Foto dan video yang diunggah menampilkan kesan bahwa mereka berkelas, mengikuti tren perkembangan teknologi dan sukses dalam profesi pekerjaan. Sementara di panggung belakang, generasi milenial lebih memiliki penampilan dan sikap yang apa adanya. Sangat bertolak belakang dari panggung depan, belum memiliki profesi pekerjaan yang jelas dan mempresentasikan diri lebih bebas tanpa harus mengelola kesan.

Keyword : **Generasi Milenial, *Instagram*, Dramaturgi.**

LATAR BELAKANG

Generasi milenial merupakan sebuah istilah yang akhir-akhir ini menjadi suatu hal yang fenomenal dan acap kali dibicarakan oleh banyak orang. Generasi milenial memiliki keunikan tersendiri karena mereka sering

diidentikkan dengan generasi muda yang menguasai teknologi. Mereka tumbuh besar disaat perkembangan teknologi sedang maju pesat. Mereka cenderung susah dipisahkan dari perangkat teknologi contohnya saja *smartphone*. Perangkat ini marak digunakan untuk

mendukung keaktifan mereka di era digital saat ini yang akrab dengan jejaring media sosial, contohnya, *Instagram*.

Istilah generasi milenial atau juga disebut sebagai generasi Y menurut para pakar digolongkan berdasarkan tahun awal dan akhir. Penggolongan generasi milenial atau generasi Y terbentuk bagi mereka yang lahir pada 1980-1990 dan seterusnya.¹ Era digital saat ini memungkinkan publik untuk bisa berkomunikasi tanpa memikirkan kendala jarak, ruang dan waktu. Jejaring media sosial seperti, *Instagram* banyak dipilih karena mudahnya berinteraksi dengan banyak orang dalam waktu singkat tanpa harus bersusah payah bertemu dan berinteraksi secara langsung. Terlebih bagi mereka yang memang masih berusia muda dan dewasa muda dengan segudang aktifitas yang ingin segala sesuatunya bisa diringkas dari sisi waktu.

Jejaring sosial *Instagram* merupakan sebuah *platform* media yang menyediakan fasilitas kepada siapa saja untuk bisa mengelola tampilan diri dimata publik. *Instagram* seperti memiliki daya tarik tersendiri jika dilirik dari kepopulerannya saat ini. Hal ini terlihat dari banyaknya generasi milenial yang mengunggah swafoto/ *photoselfie* dan video menggunakan akun *Instagram*.

Kekuatan pada foto-foto maupun video yang sering diunggah dan kemudian menjadi bahan oleh orang lain

¹<http://www.republika.co.id/berita/koran/inovasi/16/12/26/ois64613-mengenal-generasi-millennial>

Diakses tanggal 10 Oktober 2017 pukul 10.05

untuk dikomentari menjadikan *Instagram* sebagai jejaring sosial yang tidak lagi dimanfaatkan untuk sekedar berbagi informasi ataupun media berkomunikasi tetapi, juga telah dimanfaatkan oleh pengguna terutama dalam hal ini generasi milenial sebagai ajang untuk mengelola kesan, mempresentasikan diri yang baik dimata publik, menunjukkan sisi diri yang ingin ditonjolkan secara lebih efektif dibanding media sosial lainnya.

Dalam pendekatan teori Dramaturgi Goffman, presentasi diri memang bisa terjadi pada setiap orang dibelahan dunia manapun. Sebab, setiap orang memiliki alasan untuk menampilkan diri secara berbeda-beda. Ada satu sisi dimana seseorang ingin dipandang ideal bahkan mendekati sempurna, namun disisi lain seseorang bisa tampil berlawanan arah dari kata ideal tersebut. Sisi-sisi tersebut ditampilkan melalui sebuah persiapan layaknya orang yang akan tampil dalam sebuah pementasan di panggung pertunjukan. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan (*Impression Management*). (Mulyana, 2006:112).

Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang fenomena penggunaan jejaring sosial *Instagram* untuk mengelola kesan oleh generasi milenial dalam pendekatan teori Dramaturgi yang dipopulerkan oleh Erving Goffman. Gambaran menyeluruh ini diungkapkan melalui panggung depan dan panggung belakang generasi milenial. Gambaran menyeluruh ini diungkapkan dalam metode deskriptif kualitatif dengan paradigma interpretif. Informasi penelitian didapatkan

terutama melalui sumber primer dengan observasi ditujukan kepada beberapa informan yang merupakan individu yang aktif dalam menggunakan Instagram selama kurun waktu 3 (tiga) tahun belakangan, aktif mengunggah foto dan video dan telah memiliki *followers* lebih dari 3000 orang.

KAJIAN TEORITIS

Perspektif Dramaturgi

Dalam konsep teori Dramaturgi dalam buku *The Presentation of Self in Everyday Life* oleh Erving Goffman disebutkan bahwa: “*The individual will have to act so that he intentionally or unintentionally expresses himself and the others will in turn have to be impressed in some way by him*” (Goffman, 1959:111). Jadi, masing-masing individu selalu bertindak secara sengaja atau tidak sengaja mengekspresikan dirinya dan orang lain akan terkesan dengan cara ataupun ekspresi tiap-tiap individu tersebut.

Kajian Dramaturgi dipopulerkan oleh Erving Goffman, salah seorang sosiolog yang paling berpengaruh pada abad 20. Istilah ini ia tuangkan bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* yang diterbitkan pada tahun 1959, Goffman memperkenalkan konsep dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Menurut pemikiran Goffman, manusia sebagai aktor yang berusaha untuk menggabungkan keinginan dalam “Pertunjukan Teater” yang dibuat sendiri olehnya. Goffman melihat banyak kesamaan antara pentas teater dengan berbagai jenis peran yang kita mainkan dalam interaksi dan tindakan

sehari-hari. Kehidupan sebenarnya adalah laksana panggung sandiwara, dan di sana kita pameran serta kita sajikan kehidupan kita, dan memang itulah waktu yang kita miliki. Jadi, seperti aktor panggung, aktor sosial mempresentasikan diri, membawakan peran, mengasumsikan karakter, dan bermain melalui adegan-adegan ketika terlibat dalam interaksi dengan orang lain.

Bagi Goffman (Kivisto and Pittman, 2009, 285), pokok bahasan dramaturgi adalah penciptaan, pemeliharaan, dan memusnahkan pemahaman umum realitas oleh orang-orang yang bekerja secara individual dan kolektif untuk menyajikan gambaran yang satu dan sama dalam realitas. Goffman's concept of Dramaturgy is that he does not seek to understand the underlying motivation for what the individual is doing. Many people would argue that they do not feel they should be defined by different roles, and that they are still their true selves when playing these roles (Kivisto and Pittman, 2009, 285).

Dalam A-Qur'an ada beberapa kisah yang membahas tentang generasi muda yang sesungguhnya senantiasa berjuang di jalan Allah SWT. Dalam surat Al-Kahfi ayat 13-16:

{نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ نَبَأَهُم بِالْحَقِّ إِنَّهُمْ فِتْيَةٌ آمَنُوا بِرَبِّهِمْ وَزِدْنَاهُمْ هُدًى (13) وَرَبَطْنَا عَلَى قُلُوبِهِمْ إِذْ قَامُوا فَقَالُوا رَبُّنَا رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَنْ نَدْعُو مِنْ دُونِهِ إِلَهًا لَقَدْ قُلْنَا إِذَا شَطَطًا (14) هَؤُلَاءِ قَوْمُنَا اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ آلِهَةً لَوْ لَا يَأْتُونَ عَلَيْهِم بِسُلْطَانٍ بَيِّنٍ فَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا (15) وَإِذْ اعْتَزَلْتُمُوهُمْ وَمَا يُعْبُدُونَ إِلَّا

اللَّهُ فَأَوْوُوا إِلَى الْكَهْفِ يَنْشُرْ لَكُمْ رَبُّكُمْ مِنْ رَحْمَتِهِ
وَيُهَيِّئْ لَكُمْ مِنْ أَمْرِكُمْ مَرْفَقًا (16) {

Kami ceritakan kisah mereka kepadamu (Muhammad) dengan sebenarnya. Sesungguhnya mereka itu adalah pemuda-pemuda yang beriman kepada Tuhan mereka dan Kami tambahkan kepada mereka petunjuk; dan Kami telah meneguhkan hati mereka di waktu mereka berdiri, lalu mereka berkata, "Tuhan kami adalah Tuhan langit dan bumi; kami sekali-kali tidak menyeru Tuhan selain Dia, sesungguhnya kami kalau demikian telah mengucapkan perkataan yang amat jauh dari kebenaran." Kaum kami ini telah menjadikan selain Dia sebagai tuhan-tuhan (untuk disembah). Mengapa mereka tidak mengemukakan alasan yang terang (tentang kepercayaan mereka)? Siapakah yang lebih zalim daripada orang-orang yang mengadakan kebohongan terhadap Allah? Dan apabila kalian meninggalkan mereka dan apa yang mereka sembah selain Allah, maka carilah tempat berlindung ke dalam gua itu, niscaya Tuhan kalian akan melimpahkan sebagian rahmat-Nya kepada kalian dan menyediakan sesuatu yang berguna bagi kalian dalam urusan kalian.

Dari sini dimulailah penjabaran kisah tentang mereka secara rinci. Allah SWT menyebutkan bahwa mereka adalah segolongan kaum muda yang menerima perkara yang hak dan mendapat petunjuk ke jalan yang lurus dari guru-guru mereka yang saat itu telah durhaka dan tenggelam ke dalam agama kebatilan menjadi sesat. Karena itulah kebanyakan

orang yang menyambut baik seruan Allah dan Rasul-Nya adalah dari kalangan kaum muda. Adapun orang-orang tuanya, sebagian besar dari mereka tetap berpegang pada agamanya dan tidak ada yang masuk Islam dari kalangan mereka kecuali sedikit.

Dalam mencapai tujuan yang diinginkan, menurut konsep dramaturgi, manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut. Selayaknya pertunjukan drama, seorang aktor drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan. Kelengkapan ini antara lain memperhitungkan *setting*, menggunakan kata verbal (dialog) dan tindakan nonverbal lainnya. Melalui istilah "Pertunjukan Teater", teori Goffman (dalam Mulyana, 2008 : 38) membagi dua wilayah kehidupan sosial yaitu :

1. **Region** (wilayah depan), adalah tempat atau peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau berperan layaknya seorang aktor. Wilayah ini juga disebut *front stage* (panggung depan) yang ditonton oleh khalayak. Panggung depan mencakup, *setting*, *personal front* (penampilan diri), *expressive equipment* (peralatan untuk mengekspresikan diri), kemudian terbagi lagi menjadi *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya).
2. **Back Region** (wilayah belakang), adalah tempat untuk individu-individu mempersiapkan perannya di wilayah depan, biasa juga disebut *back stage* (panggung belakang) atau kamar rias untuk mempersiapkan diri atau berlatih

untuk memainkan perannya di panggung depan. Di tempat ini dilakukan semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan akting atau penampilan diri yang ada pada panggung depan.

Lebih lanjut Mulyana mengemukakan bahwa Goffman membagi wilayah panggung depan ini ke dalam dua kategori, yaitu *front* pribadi (*personal front*) dan *setting*, yaitu situasi fisik atau penampilan yang dapat terlihat dan harus ada ketika individu harus melakukan petunjukkan. "Personal front ini mencakup juga bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor" (Mulyana, 2008: 115).

Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)

Teori dramaturgi pada akhirnya akan bermuara pada pengelolaan kesan. Pengelolaan kesan seperti yang dilakukan oleh generasi milenial pada media sosial instagram sebagai wilayah depan disebut sebagai "*Impression Management*" dalam kajian Dramaturgi Goffman. Setiap *setting* kehidupan para generasi milenial dimetaforakan dengan saat dimana mereka menjadi aktor yang menampilkan *performance* tertentu untuk memberikan kesan pada orang lain. Analisis diperlukan supaya setiap anggota generasi milenial dapat mengatur dan memahami perilaku-perilaku tertentu dalam setiap situasi yang ada. Disamping itu agar mereka dapat memaknai peristiwa mana yang penting dan bermakna dan mana yang kurang penting agar dapat terfokus pada bagian-bagian kehidupan yang lebih penting.

Terdapat tiga motivasi primer pengelolaan kesan menurut Argyle (1994)² mengemukakan, yaitu keinginan untuk mendapatkan imbalan materi atau sosial, untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri, dan untuk mempermudah pengembangan identitas diri (menciptakan dan mengukuhkan identitas diri. Motivasi untuk mengelola kesan biasanya sering terjadi dalam situasi yang melibatkan tujuan penting (seperti persahabatan, persetujuan, imbalan materi) dimana individu yang melakukannya merasa kurang puas dengan image yang diproyeksikan saat ini (*self-discrepancy*).

Selain itu dalam konsep pengelolaan kesan yang disampaikan Goffman, kontribusi teori interaksionisme simbolik begitu terlihat jelas terutama dalam hal menjabarkan berbagai macam pengaruh yang ditimbulkan penafsiran orang lain terhadap identitas atau citra-diri individu yang merupakan objek interpretasi, yang lebih jauh dijabarkan Goffman sebagai "Keutuhan Diri".

Dramaturgi merupakan suatu pendekatan yang lahir dari pengembangan Teori Interaksionisme Simbolik. Dramaturgi diartikan untuk mempelajari perilaku manusia, tentang bagaimana manusia itu memaknai arti hidup mereka dan lingkungan tempat dia berinteraksi demi memelihara eksistensi diri.

Generasi Milenial

Millennial generation atau Generasi Y juga akrab disebut *Generation Me* atau *Echo*

² <http://edwi.dosen.upnyk.ac.id/PSIKOM.9.pdf>
diakses tanggal 29 Oktober 2017 pukul 00:42 WIB

Boomers. Secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini.³ Meminjam istilah Teori Generasi yang oleh Natali Yustisia ada 5 generasi yang lahir setelah perang dunia kedua dan berhubungan dengan masa kini menurut teori generasi⁴ :

1. *Baby Boomer* (lahir tahun 1946 - 1964)

Generasi yang lahir setelah Perang Dunia II ini memiliki banyak saudara, akibat dari banyaknya pasangan yang berani untuk mempunyai banyak keturunan. Generasi yang adaptif, mudah menerima dan menyesuaikan diri. Dianggap sebagai orang lama yang mempunyai pengalaman hidup.

2. *Generasi X* (lahir tahun 1965-1980)

Tahun-tahun ketika generasi ini lahir merupakan awal dari penggunaan PC (*personal computer*), video games, tv kabel, dan internet. Penyimpanan data nya pun menggunakan *floopy disk* atau disket. MTV dan video games sangat digemari masa ini. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Jane Deverson, sebagian dari generasi ini memiliki tingkah laku negatif seperti tidak hormat pada orang tua, mulai mengenal musik punk, dan mencoba menggunakan ganja.

3. *Generasi Y* (lahir tahun 1981-1994)

Dikenal dengan sebutan generasi milenial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar

³

<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/11/21/ozqwtb440-koran-republika-hari-ini>
diakses tanggal 10 november pukul 10.05 WIB

⁴ <https://dosen.perbanas.id/teori-generasi/> diakses tanggal 22 November 2017 pukul 16.16 WIB

Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instan messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter. Mereka juga suka main game *online*.

4. *Generasi Z* (lahir tahun 1995-2010)

Disebut juga *iGeneration*, generasi net atau generasi internet. Mereka memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti nge-tweet menggunakan ponsel, browsing dengan PC, dan mendengarkan musik menggunakan headset. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan *gadget* canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka.

5. *Generasi Alpha* (lahir tahun 2011-2025)

Generasi yang lahir sesudah generasi Z, lahir dari generasi X akhir dan Y. Generasi yang sangat terdidik karena masuk sekolah lebih awal dan banyak belajar, rata-rata memiliki orang tua yang kaya dengan sedikit. Melihat dari banyaknya pimpinan baik itu negara maupun perusahaan, generasi X masih mendominasi. Sementara itu generasi Y masih menggeliat, mencari keamanan dalam bidang pekerjaan maupun pribadi, tidak dipungkiri beberapa sudah menjadi pimpinan sebuah perusahaan sejak usia muda. Generasi Z yang merupakan keturunan dari generasi X dan Y, sekarang ini merupakan anak-anak muda yang rata-rata masih mencari jati diri, beberapa di antaranya sudah mempunyai penghasilan

sendiri yang cukup besar terutama dari bidang seni.

Jika mengacu dari tahun kelahiran, berarti Generasi Milenial atau Gen Y saat ini sudah berumur diatas 23 tahun hingga yang tertua berkisar 30 tahunan. Bisa dikatakan bahwa rata-rata mereka sudah menyelesaikan studi dan berada dalam lingkaran karir. Bahkan, bisa saja sebagian dari mereka sudah berada pada puncak karirnya. Generasi milenial dianggap memiliki kontribusi dan peranan yang besar dalam kemajuan peradaban manusia saat ini. Di tangan merekalah masa depan akan terancang.

Jejaring Sosial *Instagram*

Jejaring sosial saat ini sudah berkembang pesat jika ditinjau dari penggunaannya. Saat ini menggunakan jejaring sosial bukan hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan komunikasi seperti bertukar kabar saja tetapi, sudah masuk ke ranah pemenuhan kebutuhan sehari-hari yakni, menggantikan kehadiran kita dalam dunia maya. Contohnya, ketika jejaring sosial sudah dipakai untuk membuktikan keberadaan kita, rapat dan pertemuan menggunakan jejaring sosial.

Begitu pula halnya dengan kemunculan Instagram beberapa tahun belakangan. Karena kemudahan dan daya tariknya yang tinggi dalam menyalurkan hobi penggunaanya terhadap fotografi dan videografi menjadikan *Instagram* begitu populer terutama di kalangan muda seperti generasi milenial saat ini yang sedang

aktif membentuk kesan dan *personal brandingnya* masing-masing.

Kebutuhan dan kepuasan yang berbeda-beda dalam penggunaan media komunikasi tersebut menyebabkan komunikasi dipaksa berkembang lebih cepat. Akhirnya media baru bermunculan dan berkembang di antara media lainnya. Seperti yang diketahui, internet (*interconnection networking*) merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio dan telepon (Bungin, 2006: 135). Kehadiran teknologi memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi, kehidupan dan kegiatan manusia menjadi sangat mudah dan cepat. Disadari atau tidak, kita menjadi tergantung kepada teknologi.

Motif pengguna dalam menggunakan *Instagram* sebagai media komunikasi, difokuskan pada motif penggunaan media menurut pendapat McQuail, Blumler dan Brown yang menggunakan kategori-kategori berikut (Severin dan Tankard, 2008: 356):

1. Informasi (*surveillance*) yaitu informasi mengenai hal-hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan sesuatu.
2. Identitas pribadi (*personal identity*) yaitu penguatan nilai atau penambah keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas, dan sebagainya.
3. Hubungan personal (*personal relationship*) yaitu manfaat sosial informasi dalam percakapan, pengganti media untuk kepentingan perkawanan,

4. Pengalihan (*diversion*) yaitu pelarian dari rutinitas dan masalah, pelepasan emosi.

METODOLOGI

Penelitian ini terfokus kepada paradigma interpretif khususnya dideskripsikan melalui pendekatan dramaturgi generasi milenial dalam menjalankan peran kaumnya sebagai penerus generasi bangsa. Bagaimana mereka membentuk sosok ideal ketika berada di depan publik dalam media sosial *Instagram* dan bagaimana mereka berinteraksi ketika berada di wilayah belakang. Misalnya, generasi milenial ingin dinilai kreatif, jenius, mampu menguasai teknologi dan perkembangan trend saat ini dimata publik. Penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu sebuah pendekatan yang dirasa relevan untuk meneliti fenomena yang terjadi di masyarakat, yang menempatkan pandangan peneliti terhadap sesuatu yang diteliti secara subyektif dan selalu berusaha memahami pemaknaan individu (Moleong, 2001:3).

Menurut Bodgan dan Biklen, ada banyak istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif diantaranya penelitian fenomenologi, etnografi, interaksionis simbolik, penelitian naturalistik, perspektif ke dalam, etnometodologi, "The Chicago School", studi kasus, interpretatif, ekologis dan deskriptif (Dalam Moleong, 2001).

Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui metode observasi melalui penelusuran data *online* pada akun *Instagram* informan dan observasi di

lapangan dalam kehidupan sehari-hari. Informan yang berjumlah 4 orang terdiri dari 2 orang berjenis kelamin wanita dan selebihnya adalah pria. Dalam jejaring sosial, informan telah memiliki lebih dari 3000 orang *followers* dan sudah aktif menggunakan akun *Instagram* selama 3 (tiga) tahun. Penulis sengaja membatasi jumlah informan dan fokus kepada informan yang memiliki perbedaan jauh dalam dunia maya dan kehidupan sehari-hari. Semua informan berdomisili di kota Pekanbaru sehingga memungkinkan untuk bisa melakukan observasi dan investigasi mengenai kehidupan informan dalam dunia maya dan kehidupan nyata sehari-harinya .

Dalam pemilihan informan ini peneliti menggunakan teknik *purposive* (bertujuan) yaitu peneliti memilih orang-orang yang dianggap mengetahui secara jelas permasalahan yang diteliti (Faisal, 1990:12).

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan triangulasi dengan sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif dari data yang diperoleh.

HASIL PENELITIAN

Panggung Drama Generasi Milenial

Dalam pendekatan perspektif Dramaturgi Goffman memang bisa terjadi pada setiap orang di belahan dunia manapun. Sebab, setiap orang memiliki alasan untuk menampilkan diri secara berbeda-beda. Ada satu sisi

dimana seseorang ingin dipandang ideal bahkan mendekati sempurna, namun disisi lain seseorang bisa tampil berlawanan arah dari kata ideal tersebut. Sisi-sisi tersebut ditampilkan melalui sebuah persiapan layaknya orang yang akan tampil dalam sebuah pementasan di panggung pertunjukan.

Pengelolaan kesan yang ditampilkan pada panggung depan dapat ditemukan jelas pada jejaring sosial akun *Instagram* informan yang merupakan generasi milenial dalam penelitian ini. Generasi milenial yang lahir pada kurun waktu 1980-1990 tentunya saat ini sudah berumur diatas 25 tahun hingga 30 tahunan. Sebagian sudah menyelesaikan studi perkuliahan namun, belum memiliki karir yang jelas dan sebagian lagi sudah memiliki karir dan profesi pekerjaan. Generasi milenial ini dikatakan mengelola kesan melalui panggung depan ketika ia justru memiliki status keseharian yang berpotensi untuk keluar dari realitas yang ditampilkan dalam jejaring sosial *Instagram* sebagai seseorang yang dilihat banyak orang. Meskipun orang lain juga berpotensi untuk memiliki sisi lain dalam hidupnya namun, hal itu tidak akan bisa menyamai kondisi yang dialami oleh informan tersebut.

Pengelolaan kesan pada panggung depan generasi milenial dapat terlihat pada segala aktivitasnya dalam jejaring sosial *Instagram*. Hal ini dapat dilihat dari caranya mempresentasikan diri melalui penampilan (*appearance*), baik dari segi pakaian maupun pemilihan tempat untuk melakukan foto dan kemudian mengunggahnya kedalam akun *Instagram* masing-masing. Mereka memilih pakaian dan tempat yang

memberikan kesan berkelas dan tidak pasaran. Contohnya, mereka sering menampilkan foto dengan berpakaian formal ala eksekutif muda dan bermerk terkenal sambil duduk di sebuah ruangan dengan interior eksklusif atau dalam sebuah acara pertemuan besar.

Hal ini bertolak belakang dengan yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Hud ayat 15-16 :

{مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا وَزِينَتَهَا نُوَفِّ إِلَيْهِمْ أَعْمَالَهُمْ فِيهَا وَهُمْ فِيهَا لَا يُبْخَسُونَ (15) أُولَئِكَ الَّذِينَ لَيْسَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ إِلَّا النَّارُ وَحَبِطَ مَا صَدَعُوا فِيهَا وَبَاطِلٌ مَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ (16) }

Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia dan perhiasannya, niscaya Kami berikan kepada mereka balasan pekerjaan mereka di dunia dengan sempurna, dan mereka di dunia itu tidak akan dirugikan. Itulah orang-orang yang tidak memperoleh di akhirat kecuali neraka, dan lenyaplah di akhirat itu apa yang telah mereka usahakan di dunia dan sia-sialah apa yang telah mereka kerjakan.

Sehubungan dengan ayat ini Al Aufi telah meriwayatkan dari Ibnu Abbas, bahwa sesungguhnya orang-orang yang suka riya (pamer dalam amalnya), maka pahala mereka diberikan di dunia ini. Demikian itu karena mereka tidak dianiaya barang sedikit pun.⁵

Begitu juga dengan penunjang penampilan yang mereka bawa, seperti tas, jam tangan, sepatu, perhiasan, bahkan kendaraan mereka juga harus ditampilkan sedemikian rupa sehingga

⁵ <http://www.ibnukatsironline.com>
diakses tanggal 23 November 2017

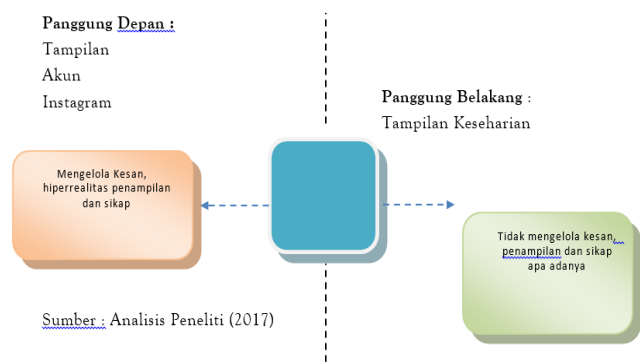
terlihat bahwa mereka adalah orang yang sukses dalam karir dan kehidupannya. Ditambah lagi, untuk kaum wanitanya, tidak segan-segan untuk melakukan *make over* menggunakan polesan *make up* pada bagian wajah sehingga seakan-akan mereka memiliki wajah yang cantik, proporsional dan sempurna. Bahkan, sesekali nyaris polesan *make up* itu membuat mereka tidak dikenali dari wajah aslinya. Belum lagi ketika foto ataupun video yang akan diunggah ke akun Instagram itu harus diedit terlebih dahulu dengan menaikkan tingkat kecerahan foto, mengecilkan ukuran badan dan lain sebagainya.

Kemudian dari sisi sikap/gaya (*manner*), pengelolaan kesan yang dilakukan generasi milenial ditujukan agar mereka terlihat wibawa, dan menjadi generasi yang diunggulkan. Hal ini terlihat dari cara mereka berbicara dengan menampilkan karakter yang berkepribadian baik. Beberapa diantara mereka ada yang telah memiliki profesi pekerjaan dan akan segera memasuki puncak karirnya. Sehingga mereka kian gencar mempresentasikan diri melalui panggung depan.

Temuan penelitian lainnya yakni, wilayah panggung belakang generasi milenial. Ternyata ditemukan adanya perbedaan antara penampilan (*appearance*) dan sikap/gaya (*manner*) pada panggung depan dan panggung belakang. Jika pada panggung depan mereka menampilkan kesan eksklusif dan memamerkan pakaian dan aksesoris yang mengikuti perkembangan zaman, pada panggung belakang dalam kesehariannya mereka hanyalah individu biasa yang beberapa diantaranya belum memiliki karir dan profesi yang jelas sehingga

masih menggantungkan nasib dan perekonomian pada orang tua. Penampilan dan sikap justru lebih apa adanya. Ternyata mereka sekedar meminjam aset orang tua untuk dipamerkan pada jejaring sosial Instagram contohnya, kendaraan mewah, barang-barang berteknologi canggih, dan bahkan ruangan kantor orang tua yang disetting seolah-olah mereka sendiri yang memilikinya.

Pengelolaan kesan pada jejaring sosial Instagram generasi milenial ini seperti menjadi jebakan mereka terhadap diri sendiri dengan suatu keadaan hiperrealitas, yakni dimana segala sesuatu yang terlihat sangat bertolak belakang dengan realitas kehidupan sehari-hari yang mereka jalani. Temuan penelitian ini dapat digambarkan melalui Model Panggung Drama Generasi Milenial dibawah ini :



Gambar 1.1 Model Panggung Drama Generasi Milenial

Penutup

Dalam kajian ini terdapat beberapa kesimpulan diantaranya :

1. Terdapat 2 (dua) panggung drama generasi milenial. Pertama adalah Panggung depan yang dicirikan melalui pengelolaan

kesan. Pengelolaan kesan pada panggung depan generasi milenial dapat terlihat pada segala aktivitasnya dalam jejaring sosial Instagram. Hal ini dapat dilihat dari caranya mempresentasikan diri melalui penampilan (*appereance*) dan sikap/gaya (*manner*). Dari segi pakaian maupun pemilihan tempat untuk melakukan foto dan kemudian mengunggahnya kedalam akun Instagram masing-masing. Mereka memilih pakaian dan tempat yang memberikan kesan berkelas dan tidak pasaran. Contohnya, mereka sering menampilkan foto dengan berpakaian formal ala eksekutif muda dan bermerk terkenal sambil duduk di sebuah ruangan dengan interior eksklusif atau dalam sebuah acara pertemuan besar. Kemudian dari sisi sikap/gaya (*manner*), pengelolaan kesan yang dilakukan generasi milenial ditujukan agar mereka terlihat wibawa, dan menjadi generasi yang diunggulkan. Hal ini terlihat dari cara mereka berbicara dengan menampilkan karakter yang berkepribadian baik. Beberapa diantara mereka ada yang telah memiliki profesi pekerjaan dan akan segera memasuki puncak karirnya. Sehingga mereka kian gencar mempresentasikan diri melalui panggung depan. Temuan penelitian lainnya yakni, wilayah panggung belakang generasi milenial. Ternyata ditemukan adanya perbedaan antara penampilan (*appereance*) dan sikap/gaya (*manner*) pada panggung depan dan panggung belakang. Jika pada panggung depan mereka menampilkan kesan eksklusif dan memamerkan pakaian dan aksesoris yang mengikuti perkembangan zaman, pada

panggung belakang dalam kesehariannya mereka hanyalah individu biasa yang beberapa diantaranya belum memiliki karir dan profesi yang jelas sehingga masih menggantungkan nasib dan perekonomian pada orang tua. Penampilan dan sikap mereka justru lebih apa adanya.

Sebagai hasil kajian ilmiah tidak lengkap tanpa adanya saran, ada beberapa saran yang bisa penulis sampaikan diantaranya adalah :

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi peneliti lain yang mungkin saja membahas fenomena dengan metode yang sama yakni dramaturgi. Hal yang positif yang dapat dipahami bahwa setiap orang dalam belahan dunia manapun, dengan status tertentu berpotensi melakukan dramaturgi. Selain itu, secara teoritis peneliti berharap penelitian ini dapat memperluas wawasan dalam menginterpretasikan suatu fenomena. Tidak menjadi masalah bila pendekatan yang digunakan tidak hanya dramaturgi saja, tidak menutup kemungkinan bila dikombinasikan dengan penelitian yang berbau fenomenologi, etnografi, interaksi simbolik, studi kasus dan studi-studi lainnya.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

- Faisal, S. 1990. *Penelitian Kualitatif: Dasar-dasar dan Aplikasi*. Malang : Yayasan Asih.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York : Doubleday Anchor Garden City.
- Kivisto, Peter and, Pittman, Dan. 2009. *Goffman's Dramaturgical Sociology: Personal Sales and Service in a Commodified World*. Pine Forge Press: 271-297.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Morissan, M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma Baru Ilmu*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- , 2004. *Komunikasi Efektif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- , 2005. *Ilmu Komunikasi Sebagai Suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy dan Solatun, (ed.), 2008. *Metode Penelitian Komunikasi; Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Saverin, W.J dan Tankard, J.W. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Republika. *Mengenal Generasi Millennial*.
<http://www.republika.co.id/berita/koran/inovasi/16/12/26/ois64613-mengenal-generasi-millennial>
Diakses tanggal 10 Oktober 2017 pukul 10.05
- <http://edwi.dosen.upnyk.ac.id/PSIKOM.9.pdf> diakses tanggal 29 Oktober 2017 pukul 00:42 WIB
- <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/11/21/ozqwtb440-koran-republika-hari-ini>
diakses tanggal 10 november pukul 10.05 WIB
- <https://dosen.perbanas.id/teori-generasi/> diakses tanggal 22 November 2017 pukul 16.16 WIB
- <http://www.ibnukatsironline.com>
diakses tanggal 23 November 2017