



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**INTERPRETASI PENGGUNA (*FOLLOWER*) MENGENAI VIRTUAL  
SOCIAL IDENTITY PEMILIK AKUN YANG MENJADI SELEBRITI  
(STUDI PADA AKUN @POCONGGG)**

**SKRIPSI**

**Mohamad Hasan Fitrahman**

**0906614175**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI  
DEPOK  
MEI 2012**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**INTERPRETASI PENGGUNA (*FOLLOWER*) MENGENAI VIRTUAL  
SOCIAL IDENTITY PEMILIK AKUN YANG MENJADI SELEBRITI  
(STUDI PADA AKUN @POCONGGG)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial

**Mohamad Hasan Fitrahman**

**0906614175**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**KEKHUSUSAN KOMUNIKASI MASSA**

**DEPOK**

**MEI 2012**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Interpretasi Pengguna (Follower) Mengenai Virtual Social Identity Pemilik Akun  
yang Menjadi Selebriti (Studi pada Akun @poconggg)

Nama : M. Hasan Fitrahman

NPM : 0906614175

Laporan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui.

7 Juli 2012



Soraya, S.Sos, M.Si

Pembimbing Skripsi

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh:

Nama : M. Hasan Fitrahman

NPM : 0906614175

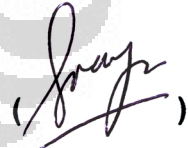
Program Studi : Komunikasi Massa

Judul Skripsi : Interpretasi Pengguna (Follower) Mengenai *Virtual Social Identity* Pemilik Akun yang Menjadi Selebriti (Studi pada Akun @poconggg)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Massa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing Skripsi: Soraya, S.Sos., M.Si



Penguji : D. Chandra Kirana S.Sos., M.Si



Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si



Sekretaris Sidang : Kinkin Yuliaty S. Putri. S.Sos., M.Si (  )

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 4 Juli 2012

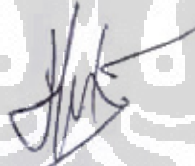
## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : M. Hasan Fitrahman**

**NPM : 0906614175**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 7 Juli 2012**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan berkat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosial Program Komunikasi Massa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Penelitian ini diawali oleh ketertarikan saya terhadap sebuah anomali yang terjadi di Twitter. Anomali yang dimaksud adalah ketika sebuah akun dengan nama @poconggg menjadi ramai dibicarakan di Twitter. Ia ramai dibicarakan karena berhasil mendapatkan *followers* melebihi satu juta orang. Secara tiba-tiba dia muncul sebagai selebriti di Twitter dengan *tweet-tweet* konyol dan absurdnya. Yang menjadi aneh adalah bahwa sebenarnya tidak ada orang yang mengetahui siapa sebenarnya dia. Ini menjadi menarik karena bagaimana bisa seseorang yang tidak diketahui identitasnya bisa memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap mereka yang juga hanya mampu mengira-ngira siapa dirinya melalui batasan 140 karakter yang ada di Twitter. Karenanya penelitian ini mencoba melihat interpretasi pengguna Twitter lainnya terhadap identitas sosial @poconggg melalui apa yang ia tampilkan di Twitter.

Melalui karya tulis ini, saya berharap dapat ikut memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi, khususnya penelitian media baru dan identitas. Saya juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Depok, 7 Juli 2012

Mohamad Hasan Fitrahman

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji dan syukur kepada Allah SWT penguasa segala yang ada di langit dan bumi. Karena hanya atas kuasa-Nya lah maka saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan batas waktu yang ditentukan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bimbingan dan dukungan berbagi pihak, maka skripsi ini akan sangat sulit untuk diselesaikan. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Reni Siti Zachrani dan (alm.) Syarif Hidayat Wirahadiredja kedua orangtuaku atas semua kasih sayang dan dukungan yang tanpa henti kepada penulis.
2. Soraya, S. Sos, M.Si., selaku pembimbing skripsi. Terima kasih untuk semua masukan, dorongan, dan lecutan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
3. Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si. selaku Ketua Program Ekstensi dan ketua sidang, yang mau memperpanjang masa jabatannya untuk mengawal saya dan teman-teman yang 'tertinggal' di semester ini sampai lulus.
4. D. Chandra Kirana, S.Sos., M.Si selaku penguji ahli dan Kinkin Yuliaty S. Putri, S.Sos., M.Si selaku sekretaris sidang dan seluruh jajaran staf program ekstensi komunikasi atas kerjasamanya selama 3 tahun ini
5. Para informan atas kerjasamanya selama proses pengumpulan data.
6. Teman-teman seperjuangan semester ini, kita LULUS kawan!

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala budi baik semua pihak yang turut memberi bantuan kepada penulis sekecil apapun bentuknya.

Depok, 7 Juli 2012

Mohamad Hasan Fitrahman

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama** : M. Hasan Fitrahman  
**NPM** : 0906614175  
**Program Studi** : Komunikasi Massa  
**Departemen** : Ilmu Komunikasi  
**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
**Jenis karya** : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Interpretasi Pengguna (*follower*) terhadap Virtual Social Identity  
Pengguna Akun yang Menjadi Selebriti  
(Studi pada Akun @Pocong)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 7 Juli 2012

Yang menyatakan,



(M. Hasan Fitrahman)



## ABSTRAK

Nama : M. Hasan Fitrahman  
NPM : 0906614175  
Program Studi : Komunikasi Massa  
Judul : Interpretasi Pengguna (Follower) terhadap Virtual Social Identity Pengguna Akun yang Menjadi Selebriti (Studi pada Akun @poconggg)

Internet dan *Computer Mediated Communication* (CMC) telah menjadi hal yang tidak asing dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Hampir semua kegiatan yang dilakukan manusia saat ini melibatkan alat/*gadget* untuk memudahkan mereka dalam beraktifitas. Keberadaan social media di internet, mendorong munculnya identitas-identitas baru seperti @poconggg. @poconggg sendiri muncul sebagai seorang selebriti berkat identitas yang ia tampilkan di dunia virtual (Twitter). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan paradigma konstruktivis, dan strategi penelitian *Social Constructivism*. Wawancara mendalam dilakukan terhadap tiga orang follower @poconggg untuk mengetahui interpretasi mereka terhadap apa yang @poconggg tampilkan di Twitter.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik akun @poconggg dipandang sebagai selebriti oleh para informan karena dia mampu menarik khalayak dunia virtual melalui pesan yang ia hadirkan (teks yang ia hasilkan) dalam Twitter. Hal ini membuat orang-orang menjadi followernya, mengikuti dan meretweet pesan-pesannya, menyebarkan namanya bahkan memunculkan persona selebriti darinya.

Kata Kunci: Twitter, *Virtual Social Identity*, selebriti, @poconggg, kualitatif

## ABSTRACT

Name : M. Hasan Fitrahman  
NPM : 0906614175  
Science Major : Komunikasi Massa  
Title : Follower Interpretation on the Virtual Social Identity of User Owners that became a Celebrity (Case Study on @poconggg)

Internet and *Computer Mediated Communication* (CMC) has become so familiar with the daily lives of the modern society. Almost every activities that people do nowadays involves a tool/gadget that makes it easier for people to do what they do. The emergence of the social media in the Internet brings newfound kind of identity such as @poconggg. He himself emerges as a celebrity thanks to how he depicts himself in the virtual world – in this case Twitter. This research uses a constructivist paradigm, with a qualitative approach and uses Social Constructivism as a strategy to see the subject. In-depth interview is done to 3 followers of @poconggg to see what are their interpretations to what @poconggg portrays in Twitter.

The results have shown that the owner of @poconggg is considered as a celebrity by his followers because he can attract audiences/fans from the virtual world through the text that he produced in Twitter. It causes people to follow him, replies and retweets his tweets, spreads his name and even brings out a celebrity persona out of it.

Keyword: Twitter, *Virtual Social Identity*, celebrity, @poconggg, qualitative

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                             | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....                       | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                        | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....           | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                            | <b>v</b>    |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....                       | <b>vi</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....  | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                   | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                  | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                             | <b>xiii</b> |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....                         | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                               | 1           |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                            | 8           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                            | 8           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                           | 8           |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....                           | 8           |
| 1.4.2 Manfaat Sosial .....                             | 9           |
| <b>BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....                  | <b>10</b>   |
| 2.1 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i> ..... | 10          |
| 2.2 Identity and Power .....                           | 11          |
| 2.3 Identitas di Dunia Virtual .....                   | 13          |
| 2.4 <i>Virtual Social Identity</i> .....               | 16          |
| 2.5 Media dan Selebriti (Pesohor) .....                | 18          |
| 2.6 <i>Social Media</i> .....                          | 21          |
| 2.7 Asumsi Teoritis .....                              | 23          |

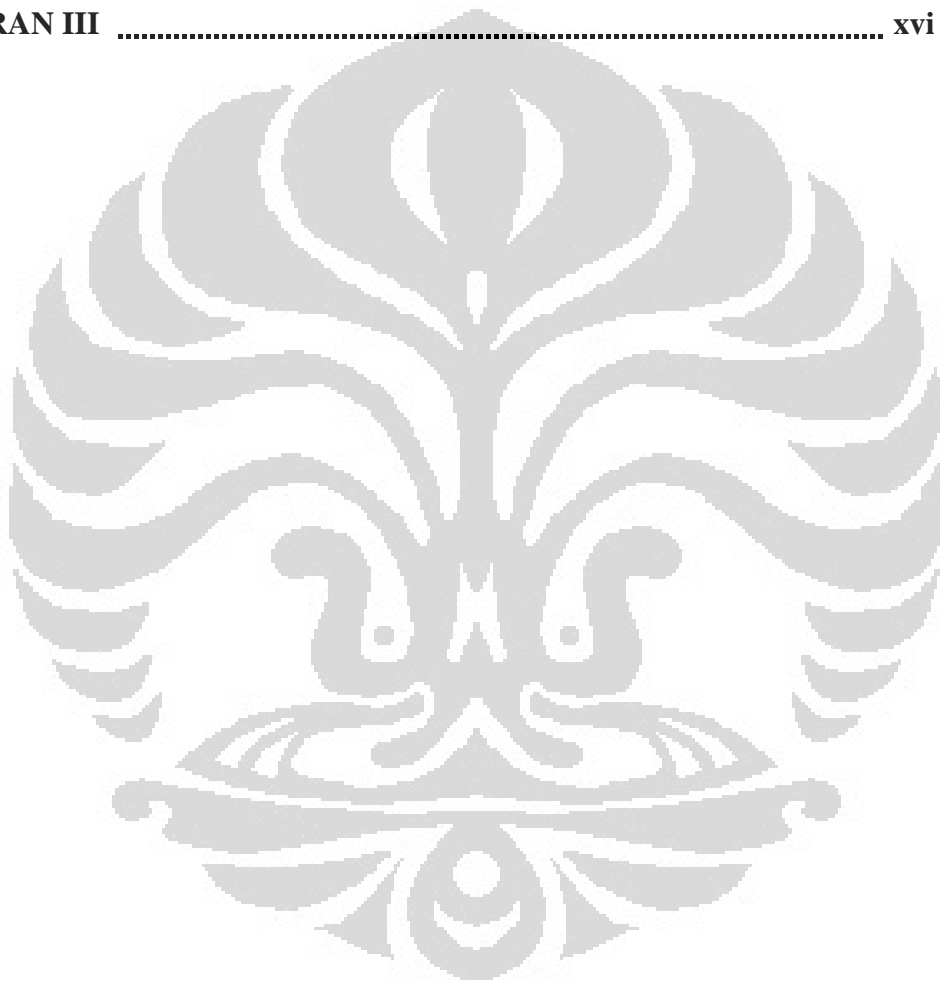
|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                   | <b>24</b> |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....                             | 24        |
| 3.2 Pendekatan Penelitian .....                            | 24        |
| 3.3 Sifat Penelitian .....                                 | 26        |
| 3.4 Strategi Penelitian .....                              | 26        |
| 3.5 Unit Analisis dan Metode Pemilihan Informan .....      | 27        |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data .....                          | 28        |
| 3.7 Alasan Pemilihan Objek Kajian .....                    | 29        |
| 3.8 Metode Analisis Data .....                             | 29        |
| 3.9 Keabsahan Penelitian .....                             | 30        |
| 3.10 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....           | 31        |
| 3.10.1 Kelemahan Penelitian .....                          | 31        |
| <b>BAB 4 OBJEK KAJIAN .....</b>                            | <b>32</b> |
| 4.1 Twitter .....  | 32        |
| 4.1.1 Sejarah .....  | 32        |
| 4.2 Fitur Twitter .....                                    | 33        |
| 4.3 Kategori Tweet .....                                   | 33        |
| 4.4 Akun @poconggg .....                                   | 35        |
| 4.5 Arief Muhammad .....                                   | 37        |
| <b>BAB 5 ANALISIS DATA .....</b>                           | <b>39</b> |
| 5.1 Profil Informan .....                                  | 39        |
| 5.2 Pola Penggunaan <i>Social Media</i> .....              | 39        |
| 5.3 Pengetahuan Tentang @poconggg .....                    | 44        |
| 5.4 Interpretasi Tentang Selebriti .....                   | 52        |
| 5.5 Interpretasi Tentang @poconggg Sebagai Selebriti ..... | 55        |
| 5.6 Identitas Sosial @poconggg di Twitter .....            | 62        |
| <b>BAB 6 DISKUSI DAN PENUTUP .....</b>                     | <b>66</b> |
| 6.1 Diskusi .....  | 66        |
| 6.2 Kesimpulan .....                                       | 74        |
| 6.3 Implikasi .....  | 75        |
| 6.3.1 Implikasi Akademis .....                             | 75        |

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| 6.3.2 Implikasi Sosial .....     | 75        |
| 6.4 Rekomendasi .....            | 75        |
| 6.4.1 Rekomendasi Akademis ..... | 75        |
| 6.4.2 Rekomendasi Sosial .....   | 75        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>      | <b>76</b> |

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| <b>LAMPIRAN I .....</b> | <b>xiv</b> |
|-------------------------|------------|

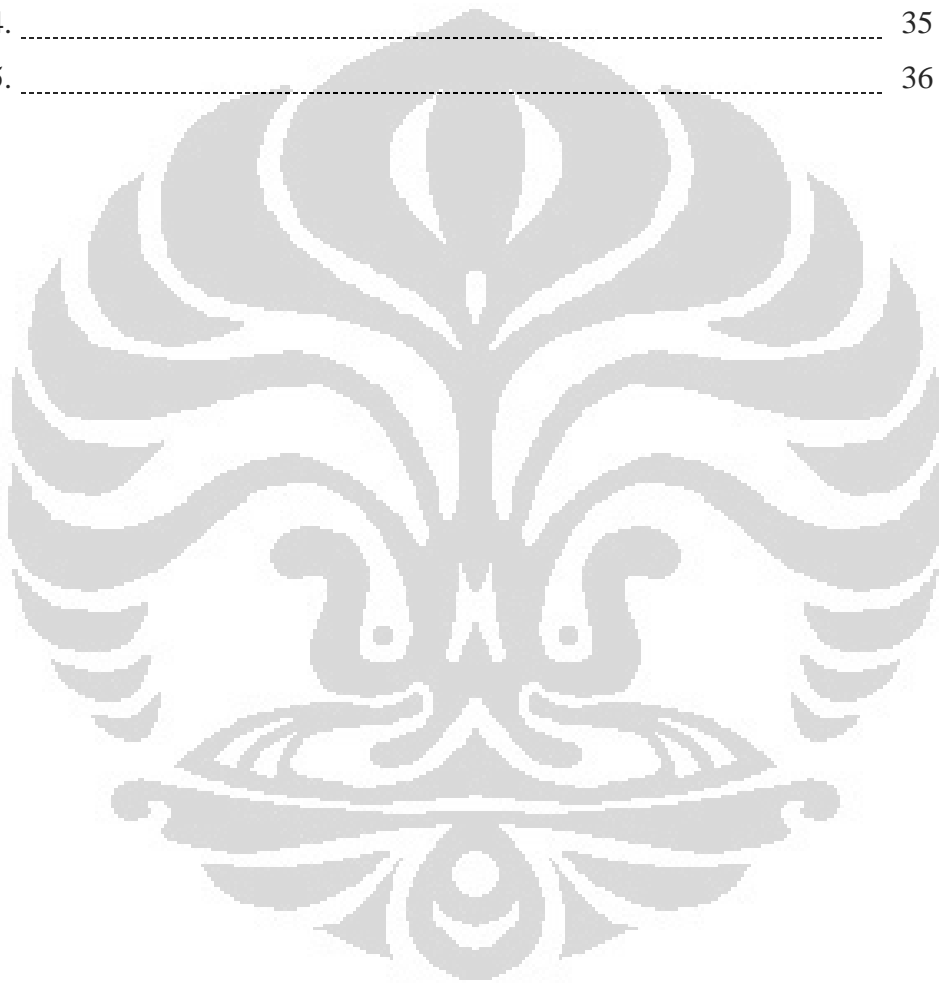
|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| <b>LAMPIRAN II .....</b> | <b>xv</b> |
|--------------------------|-----------|

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>LAMPIRAN III .....</b> | <b>xvi</b> |
|---------------------------|------------|



## DAFTAR GAMBAR

|                |    |
|----------------|----|
| Gambar 1. .... | 4  |
| Gambar 2. .... | 4  |
| Gambar 3. .... | 7  |
| Gambar 4. .... | 35 |
| Gambar 5. .... | 36 |



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam segala aktivitas, manusia akan melakukan kegiatan komunikasi, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain. Kegiatan komunikasi tersebut seringkali dibantu dengan media yang kini semakin canggih dalam melancarkan kegiatan itu sendiri. Menurut Heinich, media merupakan alat saluran komunikasi. Media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata "*medium*" yang secara harfiah berarti "*perantara*" yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Heinich mencontohkan media ini seperti film, televisi, diagram, bahan tercetak (*printed materials*), komputer, dan instruktur.

Beberapa pakar dan juga organisasi, telah memberikan pengertian dan batasan mengenai pengertian media. Beberapa diantaranya mengemukakan bahwa media adalah sebagai berikut:

*“Sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya (NEA, 1969). Segala bentuk dan saluran yang dipergunakan untuk proses penyaluran pesan” (AECT, 1977).*

Seperti yang telah disebutkan oleh Heinich, media ada yang berupa perangkat keras seperti televisi dan komputer. Media yang tidak disebutkan, seperti media cetak, misalnya surat kabar dan majalah, kini juga sudah banyak ditinggalkan oleh masyarakat yang tingkat mobilitasnya sangat tinggi. Diiringi oleh ilmu pengetahuan yang semakin maju, maka tercipta juga teknologi yang semakin canggih, sehingga memunculkan media baru yang secara cepat menggantikan peran media lama.<sup>1</sup>

Media baru kini hadir sebagai jawaban akan kebutuhan untuk berkomunikasi secara cepat, menyampaikan pesan secara ringkas dan efektif, serta mendapatkan informasi yang juga bisa diakses secara cepat dan mudah. Media baru tersebut dikenal dengan nama internet. Pada masa sekarang ini internet merupakan media yang paling dominan, Ini disebabkan

---

<sup>1</sup> UPI. 2007. *E-learning, Media Pembelajaran, “Hakikat Media Pembelajaran”*.

<http://kurtek.upi.edu/media/konsep%20media.htm>. Diakses pada 22 Mei 2012 pukul 15.32

karena kecenderungan internet untuk membuat sesuatu menjadi ‘booming’ dan memiliki efek yang masif terhadap khalayaknya.

Kecepatan yang menjadi poin utama internet dikarenakan hal-hal yang ditampilkan di dalamnya memiliki percepatan yang sangat tinggi untuk bisa diketahui orang lain. Keberadaan Internet pun telah mengubah pola komunikasi yang ada dalam masyarakat. Dengan Internet, konsep *space* dan *time* dalam komunikasi menjadi semakin dimampatkan. Komunikasi via media dapat dilakukan secara interaktif dibanding pada masa sebelum internet, yang pasti memerlukan jeda yang relatif lebih lama jika dibandingkan dengan setelah internet muncul.<sup>2</sup>

Dengan fasilitas yang ditawarkan internet, maka keluarlah data yang menginformasikan tingginya angka penggunaan internet. Diantaranya seperti Boston Consulting Group merilis “The Internet’s New Billion: Digital Consumers in Brazil, Russia, India, China & Indonesia” yang berisi data-data konsumen atau pengguna internet di negara-negara tersebut. Berdasarkan data dari publikasi tersebut 20% masyarakat Indonesia menggunakan internet setiap hari dan akan bertambah tiga kali lipat pada tahun 2015. Penggunaannya rata-rata 51,6 menit per hari dan diperkirakan meningkat hingga 1,1 jam di tahun 2015. Hampir 60% dari pengguna tersebut mengunjungi media sosial. Indonesia juga tercatat sebagai negara dengan tingkat penetrasi telepon selular tertinggi sebesar 66% dan 26 juta masyarakatnya menggunakan telepon selular dengan teknologi 3G.<sup>3</sup>

Hal ini tidak semata-mata berdasarkan faktor ‘kecepatan’ dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan, tetapi di dalam internet itu sendiri bermunculan situs-situs seperti Youtube, Facebook, MySpace, dan yang teranyar adalah Twitter yang menawarkan lebih dari sekadar kebutuhan akan informasi. Situs-situs tersebut memiliki kegunaan untuk saling berinteraksi dan menjalin hubungan sehingga dinamakan sebagai situs jejaring sosial.

Untuk menilik lebih jauh kekuatan internet, khususnya jejaring sosial, salah satu contoh yang bisa diambil adalah Twitter. Twitter sendiri adalah jejaring sosial atau media sosial yang dapat dipergunakan melalui banyak media atau perangkat keras seperti telepon selular. 90% dari total interaksi yang terjadi di seluruh dunia tidak tercipta melalui situs Twitter tetapi

---

<sup>2</sup> Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. 2004. *Computer Mediated Communication: Social interaction and the Internet*. London: SAGE Publications.

<sup>3</sup> Warta Ekonomi. 27 September 2010. Hal. 24-37. *Twitternomics*



melalui telepon selular, *instant messaging*, atau aplikasi komputer.<sup>4</sup> Indonesia sendiri, menurut laporan SalingSilang.com dalam “Indonesian Social Landscape” menunjukkan 10 besar aplikasi pengakses Twitter yang digunakan didominasi oleh aplikasi untuk telepon selular.<sup>5</sup>

Perkembangan Twitter sangat pesat dan bisa dikatakan menakjubkan. Untuk tahun 2011 sendiri penggunaannya mencapai 190 juta pengguna di seluruh dunia.<sup>6</sup> Dari sekian banyaknya pengguna di dunia, Indonesia merupakan negara dengan salah satu jumlah pengguna Twitter tertinggi di dunia. Menurut comScore, jumlah pengguna Twitter di Indonesia ada pada urutan 3 Asia. Indonesia berada di bawah Jepang dan India dengan jumlah sebanyak 6.240.000 akun Twitter.<sup>7</sup>

Dengan melihat data di atas, maka dapat dikatakan jumlah pengguna dan intensitas penggunaan internet akan jauh meningkat. Ditambah lagi dengan penetrasi telepon selular yang tinggi maka pengguna Twitter akan semakin melambung dari segi pengguna dan intensitas. Pengguna Twitter yang sangat banyak tersebut salah satunya disebabkan oleh keberadaan orang-orang terkenal atau selebriti yang menggunakan Twitter sebagai saluran komunikasi pribadi mereka.<sup>8</sup>








<sup>4</sup> Anthony Mayfield. 2008. *What is Social Media?*. United Kingdom: ICrossings. Hal. 27

<sup>5</sup> Saling Silang. Mei 2011. *Saling Silang Report: Indonesia Social Media Landscape Quarter 2. Januari-Maret 2011*. <http://www.slideshare.net/salingsilang/indonesia-social-media-landscape-q1-2011-2nd-salingsilangcom-report>. diakses pada 14 November 2011 pukul 15.23

<sup>6</sup> Chandrataruna. 16 Maret 2011. *Sehari, Twitter catat 460 ribu Akun Baru*. <http://teknologi.vivanews.com/news/read/209648-1-hari--twitter-catat-460-ribu-akun-baru>. diakses pada 14 November 2011 pukul 16.04

<sup>6</sup> Wisnubrata. 22 September 2010. *Jepang Kalahkan Indonesia dalam Jumlah Pengguna Twitter*. <http://tekno.kompas.com/read/2010/09/22/1149479/Jepang.Kalahkan.Indonesia.dalam.Jumlah.Pengguna.Twitter-12>. diakses 16 November 2011 pukul 10.54

<sup>8</sup> Alice E. Marwick and Danah Boyd. 2011. *To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter in Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 17 edisi ke 2. London: SAGE Publications. Diakses dari <http://con.sagepub.com> pada tanggal 13 Oktober 2011 pukul 16.25

|   |   |                         |                      |                  |
|---|---|-------------------------|----------------------|------------------|
| 1 |  <b>Lady Gaga Twitter Stats</b><br>(@ladygaga)<br>mother monster   | 25,945,242<br>followers | 138,567<br>following | 1,549<br>tweets  |
| 2 |  <b>Justin Bieber Twitter Stats</b><br>(@justinbieber)<br>#SLLIEVE is on ITUNES and in STORES WORLDWIDE! - SO MUCH LOVE FOR THE FANS...you are always there for me and I will always be there for you. MUCH LOVE. thanks | 23,613,597<br>followers | 123,108<br>following | 16,623<br>tweets |
| 3 |  <b>Katy Perry Twitter Stats</b><br>(@katperry)<br>Santa Barbara raised, California gal...doing stuff. Working on my mom-esque dance moves in my spare time. How embarrassing.   | 21,638,940<br>followers | 97<br>following      | 4,119<br>tweets  |
| 4 |  <b>Rihanna Twitter Stats</b> (@rihanna)<br>Talk That Talk in stores now!<br><a href="http://www.smarturl.it/TTT">http://www.smarturl.it/TTT</a>   | 21,005,783<br>followers | 817<br>following     | 5,573<br>tweets  |
| 5 |  <b>Britney Spears Twitter Stats</b><br>(@britneyspears)<br>It's Britney Bitch!  | 17,823,478<br>followers | 415,052<br>following | 1,478<br>tweets  |
| 6 |  <b>Barack Obama Twitter Stats</b><br>(@BarackObama)<br>This account is run by #Obama2012 campaign staff. Tweets from the President are signed -bo.  | 16,741,409<br>followers | 676,743<br>following | 4,395<br>tweets  |
| 7 |  <b>Shakira Twitter Stats</b> (@shakira)<br>Bienvenido a la página oficial de Shakira en Twitter.  | 16,632,860<br>followers | 64<br>following      | 1,415<br>tweets  |

Gambar 1. Daftar 7 Orang Selebriti dengan Follower Terbanyak di Twitter



Gambar 2. Interaksi Agnes Monica dan Followernya di Twitter

Twitter adalah contoh yang sempurna mengenai komunikasi interaktif via media. Karena komunikasi yang terjalin antar fans dengan para idolanya melalui Twitter dapat terjalin relatif secara instan, dibanding ketika komunikasi dilakukan pada masa pra-internet. Melalui Twitter, orang-orang dapat berinteraksi dengan para selebriti tersebut selayaknya bersama teman sendiri.<sup>9</sup>

Selebriti seperti Sherina, Agnes Monica, dan Vidi Aldiano adalah beberapa selebriti dalam negeri yang banyak di-follow karena keinginan para penggemarnya untuk bisa dekat dengan mereka. Selebriti-selebriti pemilik akun twitter ini memiliki banyak *followers*, tidak jarang yang jumlahnya sampai jutaan orang.

*Followers* ini adalah pemilik akun twitter yang merupakan para penggemar atau orang-orang yang ingin mengetahui apa yang sedang para selebriti itu kerjakan. Sedangkan seperti

<sup>9</sup> *Ibid.*

yang sudah diketahui, selebriti itu sendiri seringkali diartikan sebagai seseorang yang terkenal atau dikenal banyak orang. Namun kemudian, apakah Barack Obama atau Steve Jobs seorang selebriti? Tidak diragukan lagi bahwa mereka adalah orang-orang yang sangat terkenal, tetapi pamor mereka tidak menjadikan mereka seorang selebriti. Selebriti adalah sebuah praktek pertunjukan yang organik dan terus menerus berubah dan bukan seperangkat karakteristik intrinsik pribadi atau label eksternal.<sup>10</sup>

Ada pendapat lain mengatakan bahwa yang membuat orang terkenal menjadi selebriti adalah cerita yang mereka hasilkan.<sup>11</sup> George Bush Sr. bukanlah selebriti, tetapi Bill Clinton menjadi selebriti karena cerita atau kasusnya dengan Monica Lewinsky; Ratu Elizabeth bukan selebriti, tetapi Putri Diana adalah selebriti karena cerita tentang perceraian dan hubungannya dengan Dodi Al-Fayed.

Secara tradisional, panggung bagi para selebriti adalah media cetak dan elektronik. Namun sebenarnya, status selebriti dapat dibentuk melalui media manapun, dan untuk kasus ini, Twitter adalah media yang menjadi wadah dalam pembentukan identitas selebriti tersebut. Seperti telah disebutkan sebelumnya, yang mengatakan status selebriti dapat dibentuk melalui media apapun. Twitter sebagai *social media* telah memungkinkan munculnya orang-orang terkenal baru di dunia maya terlepas apakah diri mereka di dunia nyata memang selebriti atau bukan.

Mengacu pada pembicaraan mengenai identitas selebriti yang terbentuk dari jejaring sosial Twitter, maka perlu diketahui makna dari identitas. Identitas pada dasarnya adalah sebuah pertanyaan sederhana yang berbunyi “Siapakah Saya?”. Pertanyaan ini bisa dijawab dengan dua hal (1) apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka, dan (2) cerita apa yang ingin mereka sampaikan kepada orang lain tentang diri mereka. Dengan begitu maka mereka bisa mendapat gambaran tentang *personal identity* mereka. Faktanya, siapa diri kita tidak hanya ditentukan oleh dua faktor tersebut. Orang lain pun memiliki andil dalam *social identity* kita, yang didasari pada (3) Apa yang orang pikirkan tentang kita, dan (4) Apa yang mereka katakan kepada kita – baik secara langsung ataupun tentang kita kepada orang lain.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> *Ibid.*

<sup>11</sup> Neal Gabler. 2001. *Toward a New Definition of Celebrity*. Los Angeles: USC Press. Hal. 4.

<sup>12</sup> Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. 2004. *Computer Mediated Communication: Social interaction and the Internet*. London: SAGE Publications. Hal. 96

Sherry Turkle mengatakan pula tentang bagaimana orang bisa “mencipta-ulang” diri mereka melalui *Computer Mediated Communication*<sup>13</sup>:

*“You can be whoever you want to be. You can completely redefine yourself if you want. You don’t have to worry about the slots other people put you in as much. They don’t look at your body and make assumptions. They don’t hear your accent and make assumptions. All they see are your words.”*

Adanya pemikiran, “Saya ingin terkenal..” mungkin itu yang menjadi motivasi utama seseorang untuk unjuk kebolehan di dunia maya. Sudah banyak contoh keberhasilan ‘orang biasa’ yang menjadi selebriti berkat dunia maya. Sebelumnya melalui situs Youtube, Justin Bieber dan MoyMoy Palaboy telah mendapat kepopolaritasan. Lalu Sinta dan Jojo, dan terakhir, Briptu Norman Kamaru juga sudah membuktikan kekuatan dari media baru tersebut. Keinginan untuk dikenal, keinginan untuk diakui, baik oleh orang-orang yang mereka kenal atau oleh orang-orang yang sama sekali tidak tahu siapa mereka adalah hal-hal yang mungkin saja memang menjadi motivasi mereka ketika memutuskan untuk menampilkan diri di Youtube.

Kini pun sudah jelas mereka berhasil mencapai keinginan mereka untuk terkenal melalui cara tersebut. Seperti kita tahu, Sinta dan Jojo dan Briptu Norman menjadi beranjak menjadi selebriti karbitan dan untuk beberapa saat sempat memenuhi media elektronik nasional kita. MoyMoy Palaboy dan Justin Bieber lebih sensasional, mereka dikenal di seluruh dunia bahkan Bieber berhasil menjadi sensasi idola pop dunia. Mereka berhasil menjadi selebriti, berhasil menjadi terkenal.

Kemudian, fenomena ini menjalar ke situs Twitter. Telah muncul akun-akun Twitter – jika merujuk kepada definisi selebriti Marwick di atas – yang menjadi selebriti di jagat Twitter padahal mereka hanya orang biasa di dunia nyata. Fenomena akun-akun tersebut oleh para pengguna Twitter sebagai *tweet celebrity* atau celeb-tweet.

Salah satu contoh celeb-tweet yang paling fenomenal secara lokal adalah akun Twitter @pocongg, yang secara mengejutkan memiliki 800.000 lebih followers. Jumlah followers yang dimiliki akun @pocongg bahkan lebih banyak dari Pandji Pragiwaksono seorang presenter dan rapper yang hanya memiliki followers kurang lebih 200.000 orang.<sup>14</sup>

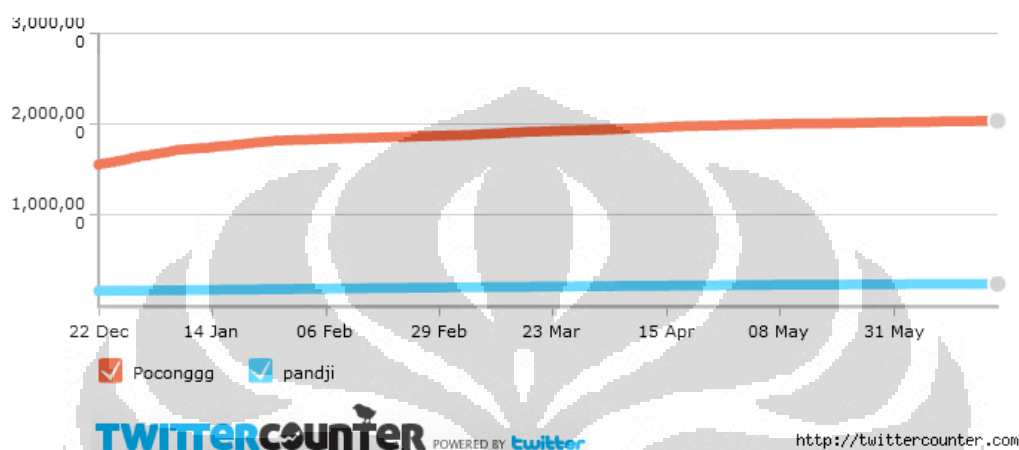
---

<sup>13</sup> *ibid*

<sup>14</sup> Twitter Counter. 2012. @pocongg and @pandji Comparison. <http://twittercounter.com/compare/Pocongg/pandji/6month/followers>. diakses 20 Juni 2012 pukul 12.58

Keberadaan akun-akun anonim yang menjadi selebriti di dunia maya ini adalah subjek dari penelitian ini.

Pengakuan status selebriti akun @poconggg sendiri dapat kita lihat melalui Klout.com. Situs ini adalah sebuah situs yang mengukur tingkat ‘pengaruh’ seseorang di dunia maya. Klout.com mengukur seberapa besar pengaruh seseorang melalui jejaring sosial yang



**Gambar 3. Perbandingan antara follower akun @poconggg dengan akun @pandji**

digunakannya. Akun @poconggg sendiri mendapatkan nilai 84 dari nilai sempurna 100. Nilai 84 sendiri telah berada dalam kategori selebriti menurut Klout.com.<sup>15</sup> Akun @poconggg dianggap telah memiliki pengaruh terhadap banyak orang di Twitter dan juga mampu membuat trend mengenai apa yang ia bicarakan. Klout.com sendiri menghitung status seseorang di dunia maya melalui tiga aspek<sup>16</sup>:

1. *True Reach*. Maksudnya adalah seberapa banyak orang yang anda pengaruhi.
2. *Amplification*. Maksudnya adalah seberapa banyak orang-orang yang anda pengaruhi tersebut merespon dan meneruskan apa yang anda sampaikan di social media.
3. *Network*. Maksudnya adalah seberapa besar pengaruh orang-orang yang berada dalam True Reach anda. Jika mereka memiliki nilai True Reach yang besar itu akan memperbesar nilai keseluruhan anda.

<sup>15</sup> Klout Inc. 2012. *The Klout Score*. <http://klout.com/corp/kscore>. diakses 01 Mei 2012 pukul 22.19

<sup>16</sup> *Ibid.*

Ketenaran akun @poconggg telah membuktikan kekuatan Twitter sebagai pembentuk popularitas seseorang yang tadinya masyarakat biasa lalu menjadi selebriti. Interaksi yang dapat dilakukan secara intens antara akun @poconggg dan *followers*-nya telah membentuk identitas tersendiri bagi akun @poconggg.

Kini siapa yang tidak tahu mengenai akun @poconggg, ia menjadi terkenal karena ciri khasnya sebagai hantu yang sering galau dan memiliki status *jomblo*. Twitter telah menjadi wadahnya untuk menjadi terkenal. Bagaimana *followers* menginterpretasikan identitas akun @poconggg muncul dari apa yang mereka (*followers*) lihat dan simak melalui kegiatan akun hantu lucu ini di Twitter ini.

## 1.2 Perumusan Masalah

Karena hal itu, jika Twitter dipahami dan digunakan secara efektif, seseorang dapat menggunakan Twitter sebagai wadah untuk membuat diri mereka menjadi dikenal orang dan menjadi selebriti walau hanya di dunia maya.

Pertanyaan penelitian ini adalah **seperti apa interpretasi pengguna (*follower*) mengenai *virtual social identity* pemilik akun @poconggg yang menjadi selebriti di Twitter?**

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan interpretasi para pengguna (*follower*) mengenai *virtual social identity* pemilik akun @poconggg yang menjadi selebriti di Twitter.

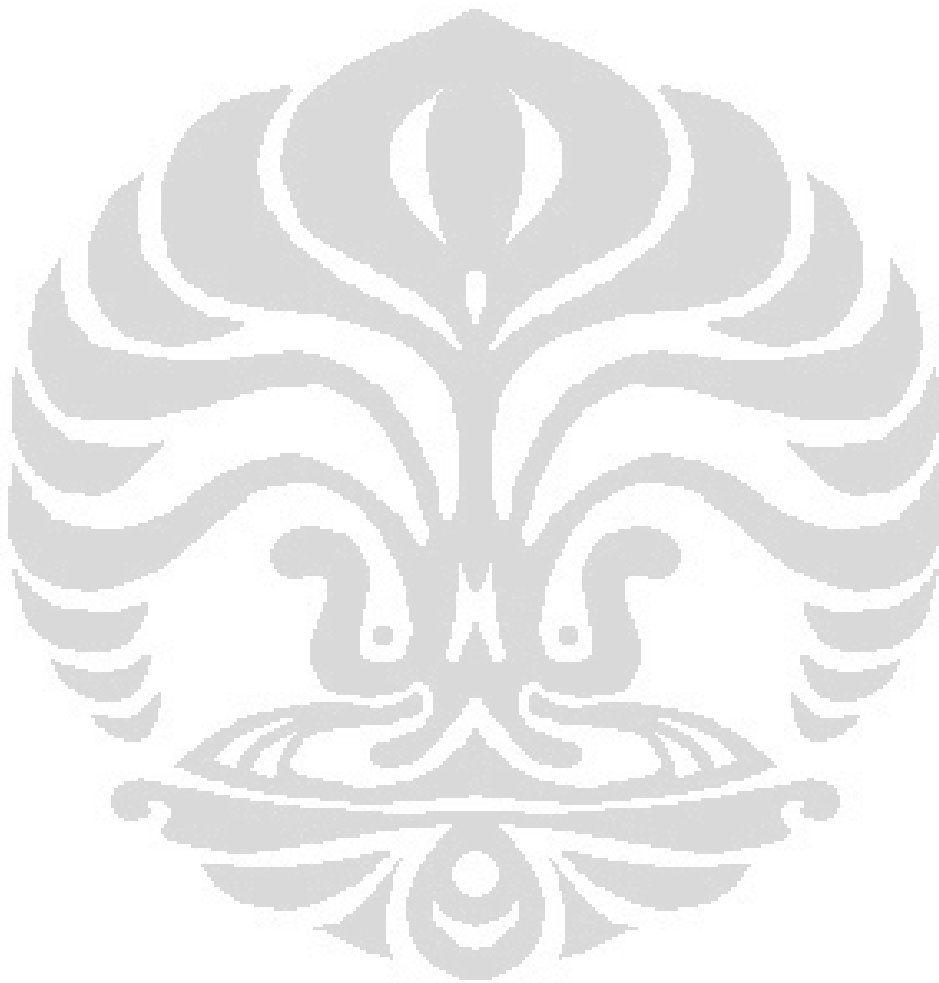
## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya kajian terhadap *Social Media*, *Virtual Identity*, dan kajian selebriti di media.

### 1.4.2 Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi orang-orang yang ingin menunjukkan identitas dirinya dan menjadi selebriti di dunia maya khususnya dengan menggunakan media sosial Twitter. Di samping itu penelitian ini juga digunakan untuk mengoptimalkan fungsi media sosial tersebut untuk kebaikan dirinya.



## BAB 2

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 *Computer Mediated Communication (CMC) dan Internet*

Ada dua definisi mengenai apa sebenarnya yang dimaksud *Computer Mediated Communication (CMC)*. Definisi pertama dikemukakan oleh John December yang mendefinisikan CMC sebagai<sup>1</sup>:

*“... a process of human communication via computers, involving people, situated in particular contexts, engaging in processes to shape media for a variety of purposes.”*

Menurutnya, CMC adalah sebuah proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia melalui bantuan komputer, dengan konteks-konteks tertentu yang membentuk media untuk tujuan yang beragam.

Pendapat lebih sederhana mengenai apa itu CMC dikemukakan oleh Susan Herring<sup>2</sup> :

*“CMC is communication that takes place between human beings via the instrumentality of computers.”*

CMC adalah sebuah proses komunikasi yang terjadi antar manusia melalui perantaraan alat bantu berupa komputer.

Dari kedua pendapat di atas, dapat kita simpulkan bahwa CMC adalah semua cara/bentuk komunikasi oleh manusia yang dicapai dengan – atau menggunakan bantuan – teknologi komputer.

CMC sendiri memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dari pola komunikasi lainnya. Karakteristik tersebut adalah<sup>3</sup>:

---

<sup>1</sup> John December, dalam Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. 2004. *Op. Cit.*. Hal. 15

<sup>2</sup> Susan Herring, dalam Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. 2004. *Op. Cit.*. Hal. 15

<sup>3</sup> Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. 2004. *Op. Cit.*. Hal. 17-18



1. Komunikasi yang terjadi bersifat dinamis. Maksudnya komunikasi yang terjalin tidaklah satu arah tetapi dua arah. Baik dari satu sumber ke banyak khalayak, banyak sumber ke satu khalayak, atau banyak sumber ke banyak khalayak.
2. Komunikasi sifatnya transaksional. Seseorang dapat memilih untuk menghiraukan atau tidak terhadap upaya komunikasi seseorang.
3. Komunikasi bersifat multifungsi. Maksudnya, komunikasi yang kita lakukan bisa memiliki lebih dari satu tujuan. Entah itu untuk mempengaruhi orang, memberi informasi, merayu/menggoda, untuk menghibur orang lain, dan lain-lain.
4. Komunikasi dilakukan melalui perantara media komputer.

## 2.2 Identity and Power

Identity/identitas pada dasarnya adalah sebuah pertanyaan sederhana yang berbunyi ‘Siapakah saya?’. Untuk menjawabnya maka seseorang perlu mengetahui<sup>4</sup>:

1. Apa yang saya pikir tentang diri saya?
2. Hal-hal apa saja (tentang diri saya) yang saya bagi dengan orang lain?

Dengan menjawab kedua pertanyaan tersebut dapat, maka seseorang dapat mendapatkan gambaran mengenai apa itu identitas.

Identitas sendiri hadir agar kita (manusia) dapat mengatur bermacam-macam perasaan, ide, kepercayaan, dan nilai-nilai yang kita miliki agar kita mampu menjelaskan siapa diri kita sebenarnya.<sup>5</sup>

Identitas adalah konsep tentang siapa diri kita. Identitas adalah sesuatu yang membuat kita unik daripada orang lain, baik unik bagi orang terdekat kita di keluarga sampai orang dari kelompok lain di luar sana.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup>Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. 2004. *Op. Cit.* Hal. 96

<sup>5</sup>*Ibid*

<sup>6</sup>Nakayama & Martin dalam Erry Praditya Utama. 2012. *Resistensi Pemikiran Barat dalam Film (Kajian Semiotik: Film My Name Is Khan)*. Tesis. Depok. Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.

Identitas mampu mempengaruhi perilaku manusia karena ia adalah sumber makna bagi pelakunya.<sup>7</sup> Seorang kyai tentunya tidak akan meminum minuman keras karena itu akan menghancurkan ‘identitas’-nya sebagai seorang pemuka agama atau seseorang yang dihormati dan dianggap sebagai teladan. Identitas – tentang siapa seseorang sebenarnya – dipengaruhi oleh banyak hal, mulai dari aspek sejarah, geografis, biologis, institusi, memori kolektif, hingga wahyu religius.<sup>8</sup>

Terdapat dua macam pendekatan dalam memahami identitas, identitas sebagai sesuatu yang *being* dan identitas sebagai sesuatu yang *becoming*. Pendekatan pertama mendefinisikan identitas sebagai suatu yang sudah baku, dibagi-bagi melalui esensi tentang masa lalu sebagai referensinya. Di dalam pengertian ini identitas bukan saja merefleksikan kesamaan pengalaman dan pembagian kode kultural, akan tetapi juga mengasumsikan bahwa identitas adalah sesuatu yang stabil, diberikan begitu saja dan tidak berubah. Pendekatan kedua melihat identitas sebagai sesuatu yang cair dan dibentuk. Masa lalu tidak dilihat sebagai referensi absolut tentang dirinya yang menunggu untuk dicari, akan tetapi lebih dilihat sebagai sumber dari penceritaan kembali identitas dalam konteks masa kini<sup>9</sup>. Identitas dalam arti ini bukan sekedar sesuatu yang diwariskan atau dilestarikan, melainkan terus dibentuk sebagai suatu konstruksi sosial yang didalamnya sarat unsur kepentingan dan kekuasaan.

Identitas, memiliki kaitan erat dengan *power* (pengaruh/kuasa). Kedua konsep ini saling berkaitan karena identitas – dari asal pembentukannya – ditentukan oleh pengaruh/kekuasaan yang ada di sekitar individu atau kelompok.

Dari asal pembentukannya, identitas sendiri terdiri dari tiga bentuk<sup>10</sup> :

1. *Legitimizing Identity*, terbentuk melalui institusi sosial yang dominan untuk memperluas dan menegaskan dominasi mereka terhadap para aktor-aktor sosial.
2. *Resistance Identity*, dimunculkan oleh mereka yang berada dalam posisi atau kondisi direndahkan dan/atau dicap oleh logika yang dominan. Mereka membangun identitas sebagai bentuk perlawanan/resistensi dalam prinsip-prinsip

---

<sup>7</sup> Manuel Castells. 2010. *The Information Age: Economy, Society, and Culture Vol.II The Power of Identity*. West Sussex: Wiley-Blackwell. Hal. 7

<sup>8</sup> Ibid. Hal. 9-10

<sup>9</sup> Edward T Hall. 1994. *West of The Thirties: Discoveries among The Navajo and Hopi*. New York: Double Day/Anchor Books. Hal. 393

<sup>10</sup> Manuel Castells. 2010. *Op. Cit.* Hal. 8

dasar yang berbeda atau berlawanan dari mereka yang terserap oleh masyarakat kebanyakan.

3. *Project Identity*, adalah suatu identitas yang di/terbentuk ketika para aktor sosial – melalui material budaya yang ada pada diri mereka – membuat sebuah identitas baru yang mendefinisi ulang posisi mereka di tengah masyarakat, dan dengan melakukan hal tersebut mencoba mengubah struktur sosial yang ada secara keseluruhan.

Dari ketiga contoh di atas, dapat terlihat bahwa *power* secara langsung memiliki kontribusi terhadap identitas dari segi pembentukannya. Kekuatan yang dominan akan mencoba ‘melgitimasi’ identitas yang mereka miliki agar kekuatan yang mereka miliki tetap bertahan. Namun, pihak-pihak yang tidak menyukai dominasi akan mencoba ‘melawan’ dengan membentuk identitas yang berlawanan dengan kekuasaan yang ada. Jika kekuatan yang dimiliki semakin besar, maka identitas resisten ini akan mencoba ‘mendefinisi ulang’ identitas mereka dan mencoba mendobrak keamanan dari yang memiliki kekuasaan.<sup>11</sup>

Dalam konteks komunikasi, *power* sendiri diterjemahkan sebagai seberapa banyak atau seberapa jauh seseorang dapat mempengaruhi orang lain untuk berpikir, merasakan atau bahkan bertindak menurut apa yang mereka inginkan.<sup>12</sup>

Dengan begitu jelas bahwa, mereka yang memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain akan lebih mudah untuk mengukuhkan identitasnya. Dalam *social media* sendiri bahasa digunakan sebagai alat untuk meraih *power* atas orang lain. Bahasa bukan hanya sekadar alat untuk memberikan makna bagi benda-benda di sekitar kita. Tetapi juga bersifat multifungsi dan mampu digunakan untuk berbagai macam hal.<sup>13</sup> Salah satunya untuk mendapat pengaruh terhadap orang lain seperti yang telah disebutkan di atas.

### 2.3 Identitas di Dunia Virtual

Dunia virtual adalah sebuah dunia yang mengambil bentuk sebuah lingkungan simulasi berbasis komputer yang didalamnya orang dapat berinteraksi satu sama lain. Istilah ini

---

<sup>11</sup> Manuel Castells. 2010. *Op.Cit.* Hal. 9-10

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. *Op. Cit.* 2004. Hal. 119

menjadi sangat erat dengan lingkungan interaktif tiga dimensi dimana orang-orang akan menggunakan *avatar* (representasi grafis) sebagai perwakilan diri mereka.<sup>14</sup>

Sebenarnya dunia virtual memiliki banyak karakteristik. Akan tetapi kemajemukannya menjadikan para ahli sekali pun kesulitan untuk merangkum kesemua karakteristik tersebut. Akan tetapi, dari semua jenis dunia virtual terdapat 6 karakteristik utama yang akan selalu muncul. Keenam karakteristik itu adalah<sup>15</sup>:

1. *Shared Space*. Maksudnya adalah dunia virtual memungkinkan banyak orang berada di dalamnya dalam waktu bersamaan.
2. *Graphical User Interface*. Dalam dunia virtual, 'ruang' digambarkan sebagai secara visual. Mulai dari gambar kartun dua dimensi, hingga lingkungan tiga dimensi yang lebih membius orang untuk betah berlama-lama di dalamnya.
3. *Immediacy*. Dalam dunia virtual, interaksi yang dilakukan berlangsung secara *real-time*.
4. *Interactivity*. Dunia virtual memungkinkan kita untuk mengubah, mengembangkan, membangun, atau memasukkan konten yang telah dikustomisasi.
5. *Persistence*. Maksudnya adalah, keberadaan dunia virtual akan terus berlanjut walaupun kita sebagai individu pengguna terhubung ke dalamnya atau tidak.
6. *Socialization/Community*. Keberadaan dunia virtual memungkinkan dan mendorong adanya kelompok sosial (komunitas) di dalam dunia tersebut. Seperti kelompok berburu monster dalam game *World of Warcraft*, bertetangga dengan orang lain dalam *The Sims Online*.

Berbeda dengan dunia nyata yang lebih organik, dimana komunitas hadir karena aspek kedekatan spasial dan waktu, dunia virtual hadir karena aspek kesamaan minat dan tujuan.<sup>16</sup> Orang-orang dari belahan dunia yang terpisah ribuan kilometer dapat membangun sebuah

---

<sup>14</sup> Ann D. Cook. 2009. *A Case Study Of The Manifestations And Significance Of Social Presence In A Multi-User Virtual Environment*. Tesis. Saskatoon. Masters of Education in the Educational Communications and Technology Programme, Department of Curriculum Studies, University of Saskatchewan

<sup>15</sup> Anonym. 2005. *What is A Virtual World*. Dikutip dari <http://www.virtualworldsreview.com/info/whatis.shtml>. diakses 15 Mei 2012 pukul 20.10 WIB

<sup>16</sup> K. Ann Renninger dan Weshley Shumar, ed.. 2004. *Building Virtual Communities*. Cambridge: Cambridge University Press. Hal. 6

masyarakat sendiri di dunia ‘buatan’ ini. Dalam dunia virtual ini, partisipasi dalam interaksi menjadi lebih penting. Hal ini terjadi karena hilangnya kehadiran fisik para anggota masyarakat di dalamnya. Mereka yang hanya diam dan tidak melakukan interaksi akan dianggap tidak berkontribusi dan melalaikan kewajibannya.<sup>17</sup>

Sebagaimana di kehidupan nyata, dunia virtual pun memiliki aturan-aturan sosial seperti jangan berkata kasar, jangan menipu atau jangan berbohong, terlebih di dunia virtual dimana rasa saling percaya sangat dibutuhkan untuk dapat membuat komunitas yang baik. Lalu bagaimana jika ada orang-orang yang melanggarnya? Dunia virtual memiliki apa yang dibidang *administrator* atau lebih sering dibidang *admin* untuk tiap situs, forum, milis, atau bahkan server sebuah game *online*. Mereka memiliki kuasa untuk menyelesaikan masalah yang terjadi diantara anggota masyarakat ‘virtual’ ini.<sup>18</sup>

Dalam dunia virtual pun, identitas dapat terbentuk sebagaimana di dunia nyata. Bahkan identitas mengenai siapa diri kita dapat dimanipulasi sedemikian rupa sehingga orang-orang tidak akan tahu bahwa sebenarnya kita tuli atau lumpuh jika kita tidak mengemukakannya. Dunia virtual ini memungkinkan kita melakukan *identity play* atau bermain-main dengan identitas. Baik itu berpura-pura menjadi orang lain, atau menghadirkan hanya sebagian dari diri kita, bahkan mencoba membuat identitas yang sama sekali baru.<sup>19</sup>

Kenapa identitas terbentuk di dunia virtual? Apa persamaan/perbedaan identitas di dunia nyata dengan di dunia virtual? Sebenarnya sama saja dengan dunia nyata bahwa kita (manusia) ingin memutuskan bagaimana kita menampilkan diri kita di hadapan orang lain. Hanya saja, keberadaan dunia virtual menawarkan ‘panggung’ yang berbeda untuk melakukannya.<sup>20</sup>

Identitas virtual sendiri adalah manifestasi dari diri seseorang di dunia digital tempat adanya *e-commerce*, *e-mail*, jaringan sosial, dan dunia virtual. Identitas dalam era digital kita tidak lagi terikat dengan statis terhadap penanda fisik, seperti SIM atau paspor, atau seperti reputasi seseorang di desa. Dunia virtual dan jaringan sosial telah menciptakan taman bermain untuk interaksi interpersonal. Jenis kelamin, kebangsaan, nama, dan penampilan menjadi fleksibel, bisa tergantikan dan tidak memerlukan hubungan dengan dunia nyata.

---

<sup>17</sup> *Ibid*

<sup>18</sup> Annie Collier. 2009. *Who's In Charge in Virtual Worlds*. Dikutip dari <http://www.netfamilynews.org/?p=28514>. Diakses pada 17 Mei 2012 pukul 19.38

<sup>19</sup> Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. *Op. Cit.* 2004. Hal. 99-100

<sup>20</sup> *Ibid*. Hal. 102

Identitas-identitas baru ini juga portabel dan memiliki kemampuan untuk melampaui asal-usul mereka dan berpindah-pindah ke jaringan sosial lainnya, bahkan dunia virtual lainnya.<sup>21</sup>

Dorian Wiszniewski dan Richard Coyne dalam kontribusi mereka terhadap buku *Building Virtual Communities* yang menjelajahi identitas online, dengan penekanan pada konsep 'topeng identitas'. Mereka menunjukkan bahwa setiap kali individu berinteraksi dalam lingkup sosial, mereka menggambarkan 'topeng identitas' mereka. Ini tidak berbeda di dunia online, dan pada kenyataannya bahkan menjadi lebih jelas karena pilihan yang dibuat seseorang mengenai profilnya secara online. Dia harus menjawab pertanyaan spesifik tentang umur, jenis kelamin, alamat, *username* dan sebagainya. Selain itu, ketika seseorang mengunggah 'topeng identitas' tersebut ke dunia maya dia menambahkan lebih untuk menutupi diri aslinya dalam gaya penulisan, kosakata dan topik pembicaraan.<sup>22</sup>

#### 2.4 *Virtual Social Identity*

Identitas sosial adalah sebuah upaya seseorang memaknai dirinya dengan lingkungan sekitar. Ia hadir atas hasil interaksi, kesepakatan atau perbedaan pendapat, persetujuan dan negosiasi antara seseorang dengan lingkungannya.<sup>23</sup> *Social Identity* pada awalnya, dipandang sebagai sebuah elemen sentral dari eksistensi manusia. Tetapi sekarang ini, identitas dipandang sebagai bagian dari sebuah fenomena sosial.<sup>24</sup>

Hal ini dijelaskan oleh Michael L. Hecht dalam *Communication Theory of Identity (CTI)*. CTI yang muncul pada awal 1990-an, menjelaskan identitas terdiri dari beberapa segi/frame, yaitu terdiri dari kerangka personal, *enacted*, relasional dan komunal. Hecht dan koleganya mengkaji komunikasi antaretnis dengan melihat bagaimana identitas akan mempengaruhi proses-proses dan, pada akhirnya akan mengakibatkan komunikasi yang memuaskan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa identitas dan komunikasi dipengaruhi hasil bersama-

<sup>21</sup> Anonym, *Virtual Identity*. 2009. Dikutip dari <http://www.federalnewsradio.com/pdfs/VirtualIdentity.pdf>. diakses pada Oktober 2011 pukul 12.30 WIB

<sup>22</sup> Dorian Wiszniewski, Richard Coyne. "Mask and Identity The Hermeneutics of Self-Construction in the Information Age" dalam K. Ann Renninger dan Wesley Shumar, ed. *Op. Cit.*. Hal. 191 - 211

<sup>23</sup> Richard Jenkins. 2008. *Social Identity 3<sup>rd</sup> Edition*. New York: Routledge. Hal. 16-17

<sup>24</sup> Michael L. Hecht dalam Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, ed. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. London: Sage Publications. Hal. 139-141

sama. Penelitian mengenai representasi media menunjukkan bahwa kajian mengenai identitas merupakan suatu proses sosial. Identitas terdiri dari empat frame<sup>25</sup> :

1. *Kerangka personal*, meliputi apa yang secara tradisional dianggap sebagai diri dan konsep diri – cara individu menggambarkan diri.
2. *Kerangka enacted*, adalah tampilan atau ekspresi identitas. Disini maksudnya adalah frame ini meliputi bagaimana seseorang menampilkan dirinya dalam interaksinya dengan orang lain.
3. Selanjutnya, *kerangka relasional*, mengacu pada identitas yang diinvestasikan dalam hubungan, ada dalam hubungan, dianggap berasal dari dalam dan melalui hubungan. Misalnya, orang tua membutuhkan anak. Siapa diri kita didefinisikan melalui identitas yang dianggap berasal dari dan oleh orang lain.
4. Identitas juga tidak lepas dari karakteristik masyarakat (komunal frame). Media menjelaskan kepada kita, misalnya, apa artinya untuk menjadi sukses. Identitas-identitas komunal umumnya dipegang oleh kelompok, dan bukan individu.

Akhirnya, kerangka identitas dikatakan menyelinap atau saling terjalin satu sama lain. Sebagai contoh, seseorang melihat diri sebagai pria atau wanita (identitas pribadi), kemudian ia memilih bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain (kerangka *enacted*) adalah disandingkan bagaimana orang lain melihat kita sebagai laki-laki atau perempuan (identitas relasional), serta bagaimana masyarakat (identitas komunal) mendefinisikan posisi sosial tersebut.

*Virtual Social Identity* adalah apa yang ditampilkan oleh seseorang kepada orang lain dalam interaksi yang terjalin di antara keduanya didalam sebuah dunia virtual.<sup>26</sup> Ia hadir sebagai hasil interaksi dari mereka yang berada di dalam dunia virtual. *Virtual Social Identity* hadir karena seseorang tidak mendapatkan kepuasan emosional dari identitas yang mereka miliki di dunia nyata.<sup>27</sup>

Bentuk dari *Virtual Social Identity* sendiri dapat berupa banyak hal. Mulai dari e-mail, akun Facebook, MySpace, Twitter, bahkan sampai karakter *Second Life* dan *World of Warcraft* – keduanya adalah game online – adalah bentuk-bentuk dimana orang-orang

<sup>25</sup> *Ibid*

<sup>26</sup> Erving Goffman dalam Richard Jenkins. 2008. *Social Identity 3<sup>rd</sup> Edition*. New York: Routledge. Hal. 95

<sup>27</sup> Chris J. Pelzer. 2008. *Social Networking Sites and The Consequences of Multiple Identities among Members of Virtual Communities*. Thesis . Iowa State University.

melihat dan mengidentifikasi siapa diri kita di dunia virtual.<sup>28</sup> *Virtual Social Identity* seseorang memiliki kekuatan yang bahkan lebih besar dibandingkan dengan *Social Identity* seseorang di dunia nyata. Hal ini dimungkinkan karena di dalam dunia virtual kita bisa bereksperimen dengan identitas yang kita miliki. Walau pun kenyataannya hanya seorang pengangguran, tetapi di dalam dunia virtual dia bisa saja tampil seakan dia adalah orang kaya yang memiliki banyak harta. Identitasnya sebagai orang kaya itu tentu akan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan ia menampilkan diri apa adanya sebagai seorang pengangguran.<sup>29</sup>

## 2.5 . Media dan Selebriti (Pesohor)

Selebriti merupakan kata yang diadopsi dari bahasa Inggris *celebrity*. Kata tersebut berasal dari bahasa latin *celebrem* yang memiliki makna ketenaran/kemashyuran. Dalam bahasa Prancisnya, kata *célèbre* memiliki makna ‘dikenal luas oleh masyarakat’.<sup>30</sup>

Secara tradisional, status selebriti umumnya dimiliki oleh mereka yang memiliki kelebihan – baik itu status, kemampuan, atau kekayaan – dibanding kebanyakan orang. Contohnya, bangsawan, bintang film, atlet, penyanyi, bahkan sampai politisi. Namun seiring perkembangan zaman, seseorang menjadi selebriti tidak semata-mata kemampuan/kelebihan yang ia miliki tetapi lebih kepada bagaimana ia terlihat atau ditampilkan.<sup>31</sup>

Selebriti hadir di tengah masyarakat karena adanya pemujaan terhadap diri mereka oleh para penggemarnya dan juga atas peran media.<sup>32</sup> Para penggemar selebriti yang hanya orang biasa ingin menjadi seperti mereka. Mereka menginginkan fisik, kemampuan, kepintaran, atau bahkan kekuasaan yang dimiliki para selebriti ini. Media sendiri berjasa menampilkan para selebriti ini sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para penggemarnya.<sup>33</sup>

---

<sup>28</sup> Natalie T. Wood. 2009. *Virtual Social Identity and Consumer Behavior*. New York: Society for Consumer Psychology. Hal. vii - xii

<sup>29</sup> *Ibid*

<sup>30</sup> Chris Rojek. 2001. *Celebrity*. London: Reaktion Books. Hal. 9

<sup>31</sup> *Ibid*. Hal. 10-11

<sup>32</sup> *Ibid*.

<sup>33</sup> David Hesmondalgh. 2005. *Producing Celebrity* dalam Jessica Evans dan David Hesmondalgh (ed.) *Understanding Media: Inside Celebrity*. Berkshire: Open University Press. Hal. 98-99



Alice E. Marwick, berpendapat bahwa selebriti adalah <sup>34</sup>:

*“We conceptualize celebrity as an organic and ever-changing performative practice rather than a set of intrinsic personal characteristics or external labels. This practice involves ongoing maintenance of a fan base, performed intimacy, authenticity, and access, and construction of a consumable persona.”*

Menurut Marwick, selebriti sebenarnya adalah sebuah praktik pertunjukan yang terus menerus seperti pengelolaan kelompok penggemar, kedekatan dengan penggemar, akses dan konstruksi terhadap *persona* yang penggemar dapatkan. Untuk menjadi selebriti diperlukan lebih dari sekedar karakteristik personal dan label eksternal.

Pembahasan tentang selebriti tidak terlepas dari isu mengenai *persona*. Apa itu *persona*? Ia berasal dari bahasa latin yang berarti ‘topeng yang digunakan aktor’. Sebagaimana di dalam sebuah pertunjukan di mana apa yang dilihat oleh penonton hanyalah tokoh yang dimainkan oleh seorang aktor. Sama dengan selebriti dimana sosok yang dilihat oleh masyarakat adalah topeng yang ditampilkan oleh media. Dalam konteks penelitian ini, topeng yang dimaksud adalah penampilan-penampilan seorang tokoh melalui media. Kita bisa menyebut ini sebagai *mediated persona*.<sup>35</sup>

Pendapat senada disampaikan oleh Jessica Evans yang mendefinisikan selebriti terjadi melalui sirkulasi dari teks-teks yang menciptakan citra dari orang tersebut.<sup>36</sup> Maksudnya adalah, bahwa status selebriti yang didapatkan seseorang terjadi oleh berita, gossip, dan berbagai macam narasi yang berbentuk teks di dalam media yang membentuk citra dari selebriti tersebut di mata khalayaknya. Citra selebriti dapat dihadirkan melalui teks-teks (gambar, visual, ucapan, gaya penulisan, pendapat, wacana, pemikiran, pilihan, dan semua pesan lainnya) yang dihadirkan oleh selebriti melalui beberapa media.

---

<sup>34</sup> Alice E. Marwick and Danah Boyd. 2011. *To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter in Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 17 edisi ke 2. London: SAGE Publications. Diakses dari <http://con.sagepub.com> pada tanggal 13 Oktober 2011 pukul 16.25

<sup>35</sup> Jessica Evans. 2005. *Celebrity, Media and History* dalam Jessica Evans dan David Hesmondalgh (ed.) *Understanding Media: Inside Celebrity*. Berkshire: Open University Press. Hal. 19

<sup>36</sup> *Ibid*

Status selebriti yang diperoleh seseorang memberinya pengaruh terhadap orang-orang yang mengidolakannya.<sup>37</sup> Mulai dari hal-hal sederhana seperti gaya berpakaian dan gaya rambut, sampai kepada pilihan-pilihan politis seperti penggunaan hak pilih dalam pemilu.

Selebriti sendiri sedari dulu hingga saat ini selalu merupakan hasil dari mediasi. Dari masa Alexander Agung, Louis XIV, hingga Justin Bieber pada masa sekarang semuanya menggunakan media dalam meraih status selebriti. Hanya saja terjadi perbedaan mengenai media-media yang mereka gunakan. Alexander Agung melalui koin dengan gambar wajahnya, Louis XIV menggunakan lukisan dirinya di seluruh penjuru Prancis dan daerah jajahannya<sup>38</sup>, @poconggg melalui Twitter, sedangkan Justin Bieber menggunakan YouTube sebagai alat untuk mencapai status selebritinya.

Kita telah melihat bagaimana media membentuk selebriti. Khusus di dalam Twitter, dimana isi yang dapat dilihat hanyalah tulisan yang berisi celotehan si pemilik akun. Tulisan itu adalah teks yang dihadirkan oleh sang selebriti. Oleh karena itu, teks yang ditulis mereka merepresentasikan identitas mereka sebagai selebriti.<sup>39</sup>

Media membentuk selebriti. Dengan asumsi itu maka David Hesmondalgh melihat pembentukan selebriti dalam produksi pesan media ke dalam tiga pendekatan<sup>40</sup>:

- a) Pendekatan Organisasional: Menekankan pada dinamika internal dari institusi yang terlibat dalam produksi dan pemasaran dari para selebriti
- b) Pendekatan Politis-Ekonomis: Lebih memperhatikan tentang kekuasaan-kekuasaan yang mendorong perusahaan-perusahaan media sebagai sebuah bisnis untuk mencari profit. Bagaimana itu mempengaruhi apa yang mereka produksi, dan apa yang bisa dikatakan mengenai peran produksi media di mata masyarakat.
- c) Pendekatan Pasca-Strukturalis: Menganggap media bertanggungjawab atas hubungan-hubungan tertentu yang terjalin antara selebriti dan khalayaknya. Hal tersebut pada akhirnya akan memiliki pengaruh dalam aspek-aspek kunci dari masyarakat modern.

---

<sup>37</sup> Ibid. hal. 37-39

<sup>38</sup> Ibid, Hal. 20-21

<sup>39</sup> Ibid, Hal. 65

<sup>40</sup> David Hesmondalgh. "Producing Celebrity" dalam Jessica Evans dan David Hesmondalgh (ed.) *Understanding Media: Inside Celebrity*. Berkshire: Open University Press. Hal. 98

Proses pembentukan identitas ini bisa hadir melalui berbagai media, termasuk media konvensional dan media baru. Dalam perkembangan media baru seperti internet, kehadiran *social media* dirasakan sebagai hal yang menonjol dalam menarik perhatian publik dan menghadirkan sosok-sosok selebriti dadakan. Sebut saja sosok Sinta – Jojo, Norman Kamaru, bahkan Justin Bieber yang hadir melalui Youtube. Di luar itu, kehadiran media sosial seperti Twitter juga menghadirkan berbagai selebriti di dunia maya lainnya seperti @poconggg.



## 2.6 Social media

Media sosial adalah media berbasis internet dimana para penggunanya dapat dengan mudah menyajikan dan berbagi ide, pikiran, wacana, dan untuk mempertemukan satu orang/kelompok dengan orang/kelompok yang lain.<sup>41</sup> Semua hal yang menggunakan internet dalam menyebarkan ide, pendapat, pemikiran, dan keahlian dalam skala global dapat dikatakan sebagai media sosial.<sup>42</sup>

Media sosial memiliki karakteristik yang membedakannya dengan media-media tradisional yang sudah ada. Karakter-karakter tersebut adalah<sup>43</sup>:

### 1. *Participation*

Media sosial mendorong kontribusi dan timbal balik dari siapapun yang tertarik. Dalam media sosial, sulit membedakan khalayak dan media.

### 2. *Openness*

Terbuka untuk partisipasi dan timbal balik. Media sosial mendorong terjadinya *voting*, komentar, produksi informasi, dan perputaran informasi.

### 3. *Conversation*

Berbeda dengan media tradisional yang bersifat *broadcasting* – mentransmisikan konten kepada khalayak – komunikasi dua arah terjadi dalam media sosial.

### 4. *Community*

Media sosial mendorong terbentuknya komunitas secara cepat sekaligus berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif. Komunitas yang terbentuk adalah komunitas yang memiliki ketertarikan yang sama akan suatu hal tertentu.

<sup>41</sup> Anthony Mayfield. 2008. *Op. Cit.* Hal. 7

<sup>42</sup> Brian Solis & Deidre Breakenridge. 2009. *Putting the Public Back in Public Relations: How Social media is Reinventing the Aging Business of PR.* New Jersey: Pearson Education. Hal. xvii

<sup>43</sup> Anthony Mayfield. *Op Cit.* Hal. 5

### 5. *Connectedness*

Media sosial tumbuh subur bersama dengan keterhubungannya dengan media-media atau situs-situs lainnya. Semakin ia terhubung – kepada jaringan-jaringan lain – maka ia juga akan semakin berkembang.

Sejauh ini media sosial dapat digolongkan menjadi tujuh jenis dasar, yaitu<sup>44</sup>:

1. *Social Networks*, situs-situs yang memungkinkan untuk membuat web page pribadi dan menghubungkannya dengan orang lain untuk berbagi konten dan berkomunikasi. Contoh: Facebook dan MySpace.
2. *Blogs*, adalah sebuah jurnal/diary online.
3. *Wikis*, situs ini memperbolehkan siapa saja untuk menambah konten atau mengedit informasi yang ada di dalamnya. Bersifat sebagai dokumen komunal atau database. Contoh: Wikipedia.
4. *Podcasts*, file audio dan video yang tersedia dengan berlangganan. Contoh: iTunes.
5. *Forums*, area untuk berdiskusi secara online. Sudah ada bahkan sebelum istilah *social media* muncul.
6. *Content Communities*, komunitas yang mengorganisasi dan berbagi konten-konten tertentu. Biasanya foto (Flickr) dan video (YouTube).
7. *Microblogging*, social networking dikombinasikan dengan blog berukuran sangat kecil, dimana konten kecil (updates) didistribusikan secara online dan juga melalui jaringan telepon. Contoh: Twitter.

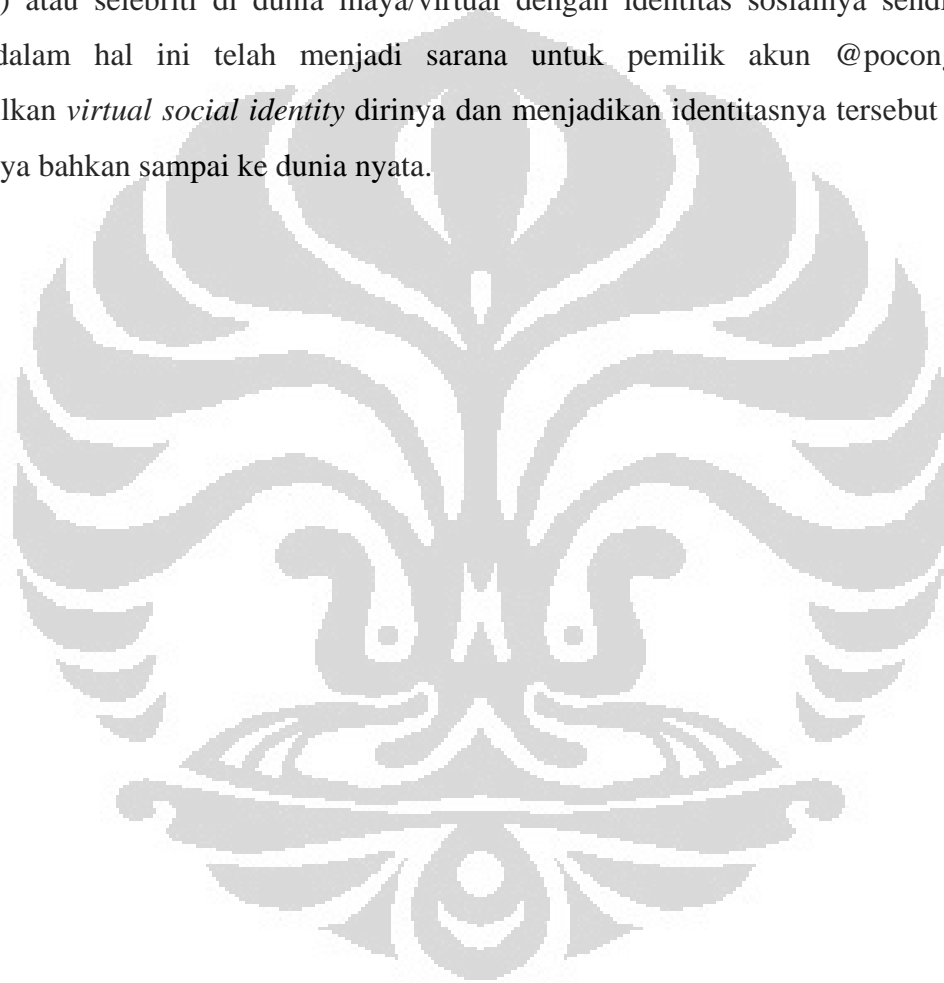
Peran *social media* sebagai pembentuk sosok selebriti di masyarakat menjadi semakin besar melihat semakin tingginya tingkat keterikatan dan ketergantungan masyarakat terhadap internet dalam kehidupan sehari-hari mereka.

---

<sup>44</sup> Ibid. hal. 6

## 2.7 Asumsi Teoritis

Selebriti adalah seseorang yang dikenal secara luas. *Social media* saat ini menjadi media yang dominan yang mempengaruhi pembentukan opini publik mengenai siapa yang dianggap penting atau terkenal dan siapa yang tidak. Dalam konteks demikian, maka *social media* juga memiliki kekuatan untuk membentuk keberadaan seseorang sebagai selebriti. Twitter sebagai salah satu *social media* juga memiliki kemampuan demikian, dimana keberadaan Twitter memungkinkan mereka yang tidak dikenal menjadi ‘dikenal’ dan ‘terkenal’ (menjadi ‘bintang’) atau selebriti di dunia maya/virtual dengan identitas sosialnya sendiri. Twitter sendiri dalam hal ini telah menjadi sarana untuk pemilik akun @poconggg untuk menampilkan *virtual social identity* dirinya dan menjadikan identitasnya tersebut selebriti di dunia maya bahkan sampai ke dunia nyata.



## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma diartikan sebagai suatu cara pandang untuk memahami realitas dunia. Melalui paradigma, manusia bisa menggariskan hal-hal yang seharusnya dipelajari, pernyataan yang dikemukakan, dan kaidah-kaidah yang seharusnya diikuti dalam menafsirkan jawaban.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena paradigma konstruktivis melihat kehidupan sosial manusia lebih didasarkan kepada ide, kepercayaan, dan persepsi yang manusia pegang dibanding kenyataan yang faktual dan objektif. Dalam pandangan ini, realitas sosial berubah-ubah. Peneliti memilih penjelasan *idiographic* yang berarti deskripsi spesifik yang merujuk kepada penjelasan aspek dunia sosial dengan menyodorkan penggambaran yang sangat detil atau deskripsi spesifik dari sebuah *social setting*, proses, atau tipe hubungan. Bagi peneliti dengan paradigma ini – ujian utama dari sebuah pengetahuan sosial bukanlah replikasi, tetapi apakah peneliti mampu mendemonstrasikan atau mampu-tidaknya ia menangkap perspektif dunia dari orang-orang yang ia teliti.<sup>1</sup>

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena penelitian ini berusaha untuk menggambarkan suatu konstruksi sosial, membedah realitas, merefleksi realitas sosial mengenai bagaimana orang biasa dapat menjadi selebriti di jejaring sosial Twitter, dalam pandangan atau interpretasi dari para *followers*. Studi penelitian ini adalah terhadap akun Twitter @poconggg.

#### 3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor, mendefinisikan “Metodologi Kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara utuh. Peneliti harus

---

<sup>1</sup> W. Lawrence Neuman.2004. *Basics of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches 2nd Edition*. Boston: Pearson Inc. Hal. 43-44

memandang individu atau organisasi sebagai bagian dari suatu keutuhan. Individu dan organisasi tidak boleh dipisah-pisahkan ke dalam variable atau hipotesis penelitian.<sup>2</sup>

Penelitian Kualitatif memiliki beberapa pandangan mendasar sebagai berikut<sup>3</sup>:

1. Realitas sosial adalah sesuatu yang subjektif dan diinterpretasikan, bukan sesuatu yang berada di luar individu-individu.
2. Manusia tidak secara sederhana mengikuti hukum-hukum alam di luar diri, melainkan menciptakan rangkaian makna dalam menjalani hidupnya.
3. Ilmu didasarkan pada pengetahuan sehari-hari, bersifat induktif, idiografis dan tidak bebas nilai.
4. Penelitian bertujuan untuk memahami kehidupan sosial.

Dengan dasar-dasar pemikiran di atas maka penelitian dengan pendekatan kualitatif memiliki karakteristik-karakteristik seperti di bawah ini<sup>4</sup>:

- Mendasarkan diri pada kekuatan narasi
- Studi dalam situasi alamiah
- Kontak langsung di lapangan
- Cara berpikir induktif
- Perspektif holistik
- Perspektif perkembangan, dinamis
- Orientasi kasus unik
- Cara memperoleh data: netral-empatis
- Ada fleksibilitas desain

---

<sup>2</sup> Lexy J. Moleong. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal. 3

<sup>3</sup> Sarantakos (1993) dalam Kristi Poerwandari. 2011. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI. Hal. 42-43

<sup>4</sup> Kristi Poerwandari. 2011. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI. Hal. 57



- Sirkuler
- Peneliti menjadi instrumen kunci

Penelitian ini bertujuan untuk menggali interpretasi *followers* akun @poconggg terhadap status selebriti yang disematkan kepada akun tersebut di *social media* Twitter.

### 3.3 Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif. Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.<sup>5</sup>

Penelitian deskriptif memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin tanpa adanya perlakuan terhadap objek yang diteliti.<sup>6</sup> Ciri-ciri penelitian deskriptif antara lain<sup>7</sup>:

- Memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada saat penelitian dilakukan atau masalah-masalah yang bersifat aktual.
- Menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional yang memadai.

Penelitian deskriptif digunakan karena peneliti mencoba menggambarkan sebuah kondisi bagaimana para followers sebuah akun memandang akun tersebut sebagai selebriti di Twitter.

### 3.4 Strategi Penelitian

*Social Constructivism* beranggapan bahwa fenomena harus dipahami sebagai keseluruhan yang kompleks, terikat dengan konteks sejarah, sosial ekonomi, dan budaya di

---

<sup>5</sup> Whitney (1960) dalam Army Triani Putri. 2011. *Representasi Perilaku Kekerasan FPI dengan Pendekatan Humor dalam Akun Twitter (Analisis Semiotika pada Akun Twitter @FPIYeah)*. Skripsi. Depok. Program Ekstensi Komunikasi Massa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

<sup>6</sup> Ronny Kountur. 2004. *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM. Hal. 105

<sup>7</sup> Surakhmad. 1998. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, Teknik*. Bandung: Tarsito. Hal. 140

mana mereka tertanam. Oleh karena itu, *Social Constructivism* berusaha untuk memahami fenomena sosial dari perspektif konteks yang spesifik.<sup>8</sup>

*Social Constructivism* lebih melihat kepercayaan dan strategi dalam menangkap beberapa realitas subjektif dibandingkan mengambil gambar dari sebuah realitas sosial obyektif.<sup>9</sup> *Social Constructivism* menekankan pentingnya budaya dan konteks untuk memahami apa yang terjadi dalam masyarakat dan membangun makna dari apa yang telah dipahami.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini, *Social Constructivism* digunakan karena penelitian ini ingin melihat interpretasi individu para *followers* akun @poconggg terhadap status selebriti akun @poconggg di Twitter.

### 3.5 Unit Analisis dan Metode Pemilihan Informan

Unit analisis dari penelitian ini adalah para *followers* dari akun @poconggg ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- Remaja dengan usia antara 14 - 19 tahun
- Tinggal di perkotaan
- Pengguna aktif *gadget* dengan frekwensi pemakaian di atas 6 jam per hari
- Memiliki akun Twitter
- Pengguna aktif Twitter (minimal 4 jam dalam sehari terhubung dengan Twitter)
- Minimal melakukan 5 kali *mention* kepada atau *me-retweet* akun @poconggg dalam satu minggu selama 6 bulan terakhir

---

<sup>8</sup> Marguerite G, Lodico, Dean T. Spaulding dan Katherine H. Voegtle. 2010. *Methods in Educational Research: From Theory to Practice*. San Fransisco: Wiley & Sons Inc. Hal. 99

<sup>9</sup> Allen Rubin & Earl R. Babbi. 2009. *Essential Research Methods for Social Work 2<sup>nd</sup> Edition*. Belmont: Pre-Press PMG. Hal. 232

<sup>10</sup> Mark McMahon. 1997. *Social Constructivism and The World Wide Web – A Paradigm for Learning*. Paper presented at ASCILITE Conference, Perth, Australia

Metode pemilihan informan yang digunakan adalah *Pengambilan sampel kasus tipikal*. Metode ini dipilih karena metode ini mengambil kasus yang dianggap mewakili dari kelompok 'normal' kejadian yang diteliti.<sup>11</sup>

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara untuk pengumpulan data primer. Wawancara adalah percakapan dan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Wawancara kualitatif dilakukan bila peneliti bermaksud untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti, dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak dapat dilakukan melalui pendekatan lain.<sup>12</sup>

Tipe wawancara yang akan digunakan adalah wawancara dengan pedoman umum atau juga dikenal dengan wawancara semi-terstruktur. Dalam proses wawancara ini, peneliti dilengkapi pedoman wawancara yang sangat umum, yang mencantumkan isu-isu yang harus digali tanpa menentukan urutan pertanyaan. Pedoman digunakan untuk mengingatkan peneliti terhadap aspek-aspek yang harus dibahas, sekaligus sebagai *checklist* apakah hal-hal yang perlu dibahas tersebut telah ditanyakan. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara secara tatap muka dengan para *followers* akun Twitter @poconggg.<sup>13</sup>

Untuk data sekunder, maka peneliti akan mengumpulkan data via followers @poconggg, blog dan situs-situs yang menghitung data statistik mengenai jumlah *followers*, rata-rata pertumbuhan *followers*, dan pengaruh akun @poconggg di *social media*.

---

<sup>11</sup> Patton dalam Kristi Poerwandari. 2011. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI. Hal. 115 - 116

<sup>12</sup> Banister dkk. (1994) dalam Kristi Poerwandari. 2011. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI. Hal. 146

<sup>13</sup> John W. Creswell. 1994. *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*. London: Sage Publications. Hal. 144-145

### 3.7 Alasan Pemilihan Objek Kajian

Akun Twitter yang akan dipilih adalah akun yang secara luar biasa mampu melampaui *followers* milik akun-akun selebriti asli. Status selebriti di Twitter sendiri sebenarnya tidak atau belum memiliki indikator yang pasti selain jumlah *follower* atau pengikut. Alasan dipilihnya akun Twitter tersebut adalah jumlah *follower*-nya yang telah mencapai 969.284 orang.<sup>14</sup> Untuk akun yang berasal dari Indonesia berada di posisi ke-7 di bawah Sherina Munaf (@sherinamunaf), Agnes Monica (@agnezmo), Vidi Aldiano (@vidialdiano), Detik.com (@detikcom), Denny Ch Pratama (@pepatah), dan Raditya Dika (@radityadika). Ia berhasil mengungguli akun-akun lain yang dimiliki oleh selebriti atau institusi terkenal seperti Metro TV (@Metro\_TV) Bambang Pamungkas (@bepe20), Olla Ramlan (@olla\_ramlan), yang berada di posisi ke-8, 9, dan 10.<sup>15</sup>

### 3.8 Metode Analisis Data

Menurut Strauss dan Corbin<sup>16</sup>, langkah analisis dapat dibagi kedalam 3 bagian, yakni (a) Koding Terbuka (Open Coding); (b) Koding Aksial (Axial Coding); dan (c) Koding Selektif (Selective Coding).

Dalam *Open Coding*, kita mengidentifikasi kategori-kategori, properti-properti dan dimensi-dimensinya. Di tahap berikutnya, *Axial Coding* mengorganisasi data dengan cara baru melalui dikembangkannya hubungan-hubungan (koneksi) di antara kategori-kategori, atau di antara kategori dengan sub kategori-sub kategori di bawahnya. Tahap terakhir adalah *Selective Coding*, dimana peneliti menyeleksi kategori yang paling mendasar, secara sistematis menghubungkannya dengan kategori-kategori lain dan memvalidasi hubungan tersebut. Penelitian ini akan menggunakan analisis tematik dalam membedah dan mengolah data yang didapat melalui wawancara.

---

<sup>14</sup> Laman twitter akun @poconggg, <https://twitter.com/#!/Poconggg>, per 13 Oktober 2011 pukul 15:22

<sup>15</sup> TwitterCounter. Top Ten Twitter Accounts in Indonesia. [http://twittercounter.com/pages/country?time\\_zone=Jakarta](http://twittercounter.com/pages/country?time_zone=Jakarta). Diakses pada 13 Oktober 2011 pukul 15:27

<sup>16</sup> Strauss dan Corbin dalam Kristi Poerwandari. 2011. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI. Hal. 184

### 3.9 Keabsahan Penelitian

Dalam bukunya “Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia”, Kristi Poerwandari menjelaskan bahwa kualitas sebuah penelitian dapat dilihat melalui 3 kriteria, yaitu<sup>17</sup>:

1. *Credibility*, adalah kondisi dimana sebuah penelitian mampu mendeskripsikan secara jelas setting, proses, kelompok sosial atau pola interaksi yang kompleks. Selain itu, penelitian juga harus mampu mendemonstrasikan bahwa untuk meng-*capture* kompleksitas hubungan tersebut, penelitian dilakukan dengan cara tertentu yang menjamin bahwa subjek penelitian diidentifikasi dan dideskripsikan secara akurat. Dalam penelitian ini, subjek penelitian dipastikan sebagai orang-orang yang memang mengagumi dan menganggap akun @poconggg sebagai seorang selebriti di Twitter.
2. *Transferability*, maksudnya adalah sejauh mana hasil sebuah penelitian pada suatu kelompok tertentu dapat diaplikasikan dalam kelompok lain. Yang perlu diperhatikan adalah setting atau konteks dalam mana hasil studi akan diterapkan harus relevan atau memiliki banyak kesamaan. Dalam penelitian kualitatif, keterwakilan (representasi) dan generalisasi didekati secara berbeda. Keterwakilan dilihat melalui prosedur pengambilan sampel teoretis atau purposif. *Sampling* diarahkan kepada unit-unit esensial dan tipikal dari karakteristik subjek yang diteliti. Karenanya, generalisasi diarahkan kepada kasus-kasus yang menunjukkan kesesuaian konteks, bukan dalam kerangka prinsip acak (random).
3. *Confirmability*, merujuk pada sampai tingkat mana penelitian ini dapat dibuktikan oleh orang lain. Beberapa cara untuk meningkatkan konfirmabilitas penelitian ini antara lain:
  - a) Peneliti mendokumentasikan prosedur pemeriksaan data penelitian.
  - b) Data-data sekunder yang ditampilkan berasal dari sumber pertama dan bukan melalui sumber anonim.

---

<sup>17</sup> Kristi Poerwandari. 2011. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI. Hal. 207-216

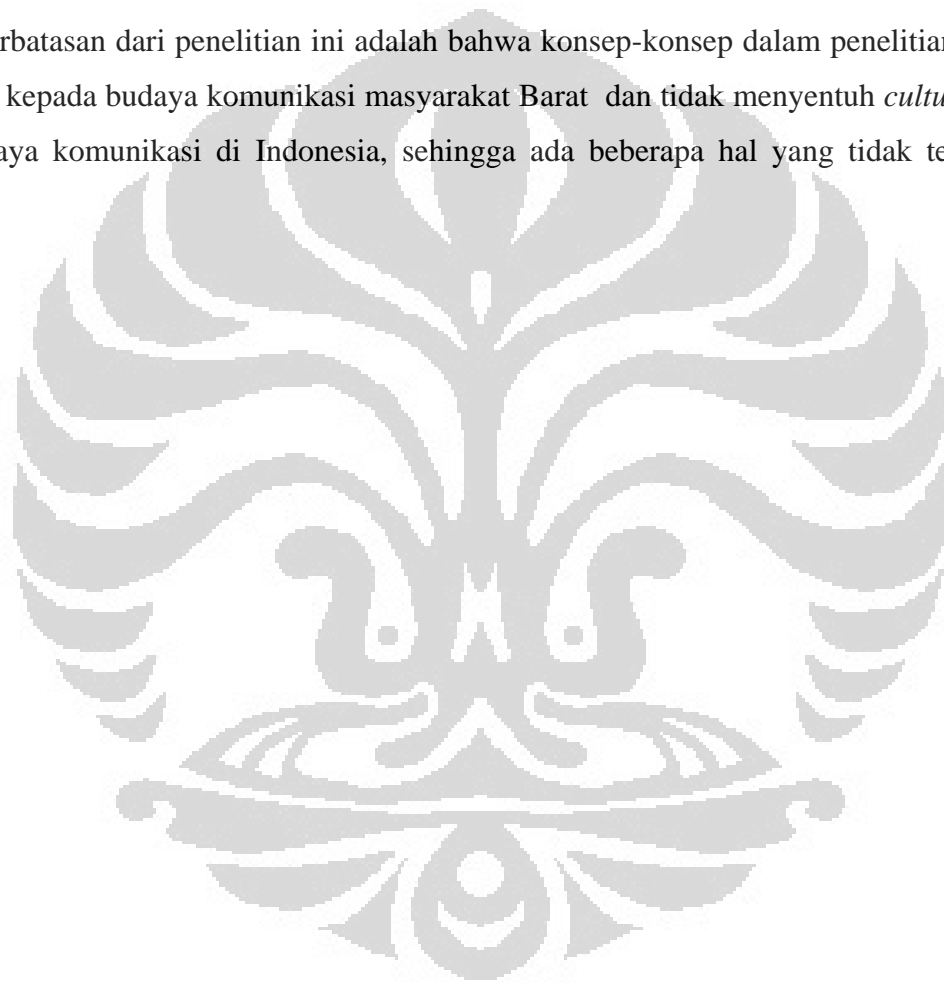
### **3. 10 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian**

#### **3. 10. 1 Kelemahan Penelitian**

Kelemahan penelitian ini adalah sangat mungkin terjadinya bias informan karena kesenangan mereka terhadap karakter akun @poconggg. Sehingga bisa saja informan memberikan apresiasi positif atas identitas akun, yang bisa menyebabkan bias jawaban.

#### **3. 10. 2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dari penelitian ini adalah bahwa konsep-konsep dalam penelitian ini masih mengacu kepada budaya komunikasi masyarakat Barat dan tidak menyentuh *cultural context* dari budaya komunikasi di Indonesia, sehingga ada beberapa hal yang tidak ter gali lebih dalam.



## BAB 4

### OBJEK KAJIAN

#### 4.1 Twitter

##### 4.1.1 Sejarah

Twitter berawal dari ide Jack Dorsey mengenai membuat sebuah layanan pengiriman pesan untuk menghubungkan orang-orang tentang apa yang mereka lakukan dan dimana mereka berada. Dorsey menginginkan layanan ini menjadi sangat mudah digunakan sehingga orang-orang hanya perlu mengetik apa yang ingin mereka sampaikan dan mengirimkannya. Pertama digunakan hanya untuk kalangan terbatas menggunakan lima angka sesuai dengan kode SMS di Amerika. Kode awal “10958” yang kemudian diubah menjadi “40404” agar lebih mudah diingat. Proyek ini dimulai pada 21 Maret 2006 ketika Dorsey mengetik pesan pertama Twitter pada pukul 21.50 Pacific Standard Time (PST) dengan pesan “*just setting up my twtr*”.<sup>1</sup>

Nama Twitter sendiri menurut Dorsey ditemukan begitu saja dalam sebuah sesi *brainstorming* bersama para koleganya. Seperti yang dikatakan Jack Dorsey dalam sebuah wawancara:

*“So we looked in the dictionary for words around it, and we came across the word ‘twitter’, and it was just perfect. The definition was ‘a short burst of inconsequential information’, and ‘chirps from birds’. And that’s exactly what the product was.”*<sup>2</sup>

Twitter memiliki aksesibilitas tinggi. Pengguna dapat mengaksesnya dengan mudah melalui berbagai medium selain komputer, seperti telepon selular, *instant messaging service*, dan email.<sup>3</sup> Selain Twitter terdapat banyak situs *microblogging* lainnya seperti Plurk, Spink, Yammer, dan lain-lain. Setidaknya ada dua hal yang membedakan Twitter dengan *microblogging* yang lain<sup>4</sup>, yaitu:

---

<sup>1</sup> Jack Dorsey. 2006. “*just setting up my twtr*”. <https://twitter.com/#!/jack/status/20> . Diakses 28 April 2012 pukul 11.57

<sup>2</sup> David Sarno. 2011. Twitter creator Jack Dorsey illuminates the site's founding document. Part I. <http://latimesblogs.latimes.com/technology/2009/02/twitter-creator.html>. Diakses 28 April 2012 pukul 15.48

<sup>3</sup> Anthony Mayfield. *Op. Cit.* hal. 35

<sup>4</sup> Joel Comm. Joel Comm. 2010. *Twitter Power 2.0: How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*. New Jersey: Wiley & Sons Inc.. Hal. 22

1. Kesederhanaan (*Simplicity*). Meskipun terdapat layanan tambahan seperti dapat mencantumkan gambar, *link*, dan lain-lain, akan tetapi inti utama Twitter tidak lebih dari cara –cara mendeskripsikan apa yang sedang dilakukan seseorang dalam 140 karakter atau kurang.
2. Massa yang Besar (*Critical Mass*). Siapa saja yang menggunakannya? Adakah atau seberapa banyak teman atau orang yang dikenal dalam situs tersebut? Pertanyaan semacam ini yang mendasari seseorang untuk bergabung dan menggunakan suatu media sosial. Dengan lebih dari 10 juta *member*, Twitter berhasil menjawab keduanya.

## 4.2 Fitur Twitter

Twitter memiliki beberapa fitur utama yaitu: *mention/reply*, *retweet*, dan *hashtags*.

- a. *Mention/reply*: dilakukan dengan mengetik secara manual *username* pengguna lain. Untuk *reply*, dengan meng-klik tombol *reply* maka secara otomatis pesan akan tertuju pada *username* yang dimaksud.
- b. *Retweet*: dengan kata lain “mengutip” perkataan seseorang di Twitter. Dilakukan dengan mengawali *tweet* dengan kata RT.
- c. *Hashtags*: menambahkan simbol “#” pada suatu topik yang dibicarakan. Gunanya adalah sebagai tanda mengenai hal apa yang mereka bicarakan.
- d. *Direct Messages (DM)*: berfungsi sebagai tempat untuk menyampaikan pesan-pesan yang sifatnya pribadi. DM hanya bisa dibaca oleh orang yang kita tuju dan begitu juga sebaliknya, pesan yang tertuju pada kita hanya akan bisa dibaca oleh diri kita.

## 4.3 Kategori Tweet

Menurut Joel Comm, pada dasarnya ada 10 kategori dasar untuk jenis-jenis *tweet*. Kategori-kategori tersebut adalah<sup>5</sup>:

---

<sup>5</sup> Ibid. Hal. 130-134



1) *The Mundane*

Berisi tentang hal-hal pribadi pengguna, isinya rata-rata narsistik dan dangkal. *Mundane* adalah *tweet* yang paling banyak dihasilkan dan menjadi fondasi awal dalam hubungan antar pengguna.

2) *The Communicator*

Berupa *tweet* atau rangkaian *tweet* yang sifatnya seperti perbincangan antara pengguna dengan menggunakan fitur *reply* atau *retweet*.

3) *The Inquisitor*

*Tweet* berisi pertanyaan. Bermaksud untuk mencari jawaban atau solusi akan sesuatu.

4) *The Answerman*

Respon atas adanya *The Inquisitor*. Berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan *tweet-tweet* yang ada.

5) *The Sage*

Isinya bervariasi. Dari sekadar mengutip kalimat para tokoh, kutipan lirik lagu, *how to do* tips, hingga teori-teori sosial. Di Indonesia *tweet* seperti ini dikenal juga dengan #kultwit atau kuliah melalui Twitter.

6) *The Reporter*

Mulai terkenal ketika Twitter juga digunakan sebagai alat reportase. Informasi mengenai hal-hal terkini sudah dapat diketahui sebelum masuk televisi. Berisi informasi-informasi aktual.

7) *The Kudos*

Berisi pujian atau ucapan terima kasih kepada orang lain. Ditujukan sebagai apresiasi terhadap pengguna Twitter lainnya. Ucapan selamat ulang tahun, kesuksesan dan sejenisnya masuk pada kategori ini.

8) *The Critic*

Berisi ketidakpuasan, amarah, dan lain-lain yang dituangkan sebagai kritik, terhadap perusahaan, pemerintah, hingga teman dan keluarga masuk dalam kategori ini.

#### 9) *The Advocate*

Berlawanan dengan *The Critic*, *The Advocate* adalah *tweet* yang berisi dukungan atau pembelaan atas suatu instansi. Dapat juga berupa promosi atas pengguna lainnya.

#### 10) *The Benefactor*

*Tweet* kategori ini dirancang agar di-*retweet* oleh pengguna lainnya karena memberi keuntungan.

### 4.4 Akun @poconggg

Berawal dari keisengan seorang mahasiswa Fakultas Hukum Trisakti yang bernama Arif Muhammad setelah melihat akun Twitter @Pocongasli. Kemudian ia pun memutuskan membuat akun serupa dengan nama @poconggg pada awalnya hanya untuk lucu-lucuan saja.



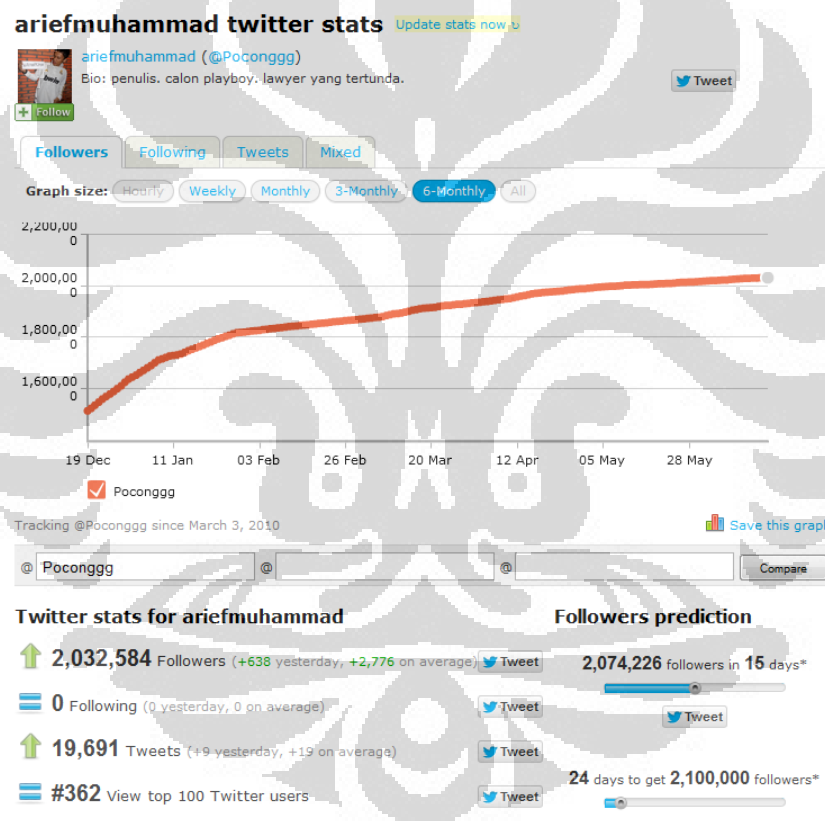
Gambar 4. Contoh Isi *tweet* @poconggg

Alasan mengapa dia menggunakan tiga huruf 'g' pada kata 'pocong' pun sebenarnya hanya kebetulan karena akun dengan kata 'pocong' dengan satu dan dua huruf 'g' sudah ada

terlebih dahulu. Akan tetapi, hal itu menurutnya menjadi sebuah ciri khas sehingga orang menjadi lebih mudah mengingat akunnya tersebut.<sup>6</sup>

Konten dari tweet-tweet yang dikeluarkan oleh akun ini kebanyakan berkarakter konyol, humoris, narsis, dan *self-pity*. Topik yang paling sering muncul dan sering dibahas adalah mengenai status *jomblo* dirinya atau para *followers*-nya. Akun ini juga memiliki rutinitas membahas cerita-cerita misteri pada Kamis malam.

Melihat isi tweet-tweet @poconggg, dapat dilihat bahwa ia memiliki perhatian lebih terhadap hal-hal yang remeh, seperti keinginan @poconggg menjadi *playboy*, sampai membahas kemalangan kaum pocong yang tidak bisa menggunakan tangannya. Konten dari



Gambar 5. statistik pertumbuhan follower @poconggg dalam 6 bulan terakhir

<sup>6</sup> Arief Muhammad. 2011. *Eksklusif! Wawancara Dengan Pemilik Akun Twitter Poconggg (Bagian Pertama)*.

[http://www.boleh.com/news/read/movie\\_news\\_index/5886\\_eksklusif\\_wawancara\\_dengan\\_pemilik\\_akun\\_twitter\\_poconggg\\_bagian\\_pertama\\_](http://www.boleh.com/news/read/movie_news_index/5886_eksklusif_wawancara_dengan_pemilik_akun_twitter_poconggg_bagian_pertama_). Diakses 28 April 2012 pukul 16.02

akun ini menawarkan hiburan dengan ide dan pemikirannya yang polos, nyeleneh, dan tidak biasa. Dalam Twitter, @poconggg memunculkan dirinya sebagai seorang remaja pria yang tidak memiliki pacar/jomblo yang selalu sial dalam kisah percintaan.

Akun @poconggg mengalami pertumbuhan *followers* yang sangat pesat. Sebagai perbandingan, akun @PrincesSyahrini milik penyanyi Syahrini saja hanya mampu ‘menarik’ *followers* sebanyak 477.233 orang. Sedangkan @poconggg milik seorang mahasiswa biasa, bisa diikuti oleh 1.988.989 *followers* (per April 2012). Melihat rata-rata penambahan *followers*, @PrincesSyahrini pun masih berada jauh di bawah @poconggg. Akun @poconggg memiliki rata-rata 5.000 *followers* per hari, sedangkan @PrincesSyahrini hanya berada di kisaran 1.562 *followers* per hari.<sup>7</sup>

#### 4.5 Arief Muhammad

Arief Muhammad adalah tokoh dibalik fenomena akun @poconggg di jejaring sosial Twitter. Pria kelahiran Batam 26 Oktober 1990 ini mengenyam pendidikan di Fakultas Hukum, Universitas Trisakti. Arief Muhammad mengaku bahwa idenya untuk menciptakan karakter pocong yang lucu muncul karena terinspirasi akun @PocongAsli yang juga mengusung tema humor di setiap tweet-nya. Pada awalnya akun @poconggg sendiri hanya untuk hiburan semata. Bahkan Arief tidak menginginkan jati diri aslinya dibongkar, ia ingin menetapkan @poconggg sebagai tokoh yang misterius.

Akan tetapi pada bulan September 2011 identitas asli @poconggg dibongkar.<sup>8</sup> Hal ini kemudian membuat Arief Muhammad memutuskan untuk mengaku bahwa dia-lah tokoh utama di balik ketenaran akun yang telah dibuat sejak akhir tahun 2009. Selain terkenal melalui Twitter, Arief Muhammad juga memiliki blog pribadi yang juga atas nama poconggg dan ‘dibangun’ kurang lebih setahun setelah kemunculannya di dunia Twitter yaitu pada Oktober 2010. Eksistensi @poconggg diperkuat dengan tulisan-tulisan dia, baik di Twitter maupun di blog, dengan gaya yang penuh humor, bahkan ia memiliki ciri khas yang

---

<sup>7</sup> Twitter Counter. @poconggg stats comparison. <http://twittercounter.com/compare/Poconggg/PrincesSyahrini/6month/followers>. diakses 30 April 2012 pukul 17.01

<sup>8</sup> Arief Muhammad. *Ummm...* .2011. <http://www.poconggg.com/2011/09/ummm.html> . diakses 30 April 2012 pukul 22.59

tergambarkan melalui isi tweet-nya, yaitu sebagai pocong galau, pocong jomblo, dan pocong ngenes.

Sebenarnya ia membuat akun @poconggg hanya untuk lucu-lucuan saja dan tanpa tujuan untuk menjadi terkenal seperti yang terjadi sekarang. Ia hanya ingin menjadikan akun @poconggg sebagai corong tempat dia mengeluarkan kekonyolan-kekonyolannya. Bahkan setelah status aslinya sebagai Arief Muhammad diketahui, kini ia memiliki akun jejaring sosial facebook khusus untuk para penggemar Arief Muhammad yang sudah melekat dengan karakter @poconggg itu sendiri.<sup>9</sup>

Arief Muhammad adalah anak terakhir dari ke-empat bersaudara dan kini ia sedang menuai popularitas yang ia gapai dari akun @poconggg miliknya. Ia sudah mengeluarkan buku pada pertengahan tahun 2011 dan berhasil membuat sebuah *production house* di Indonesia mengangkat novel perdananya ke layar lebar. Arief Muhammad sendiri juga dikenal sebagai penulis blog – kependekan dari weblog, istilah yang dipakai untuk menyebut kumpulan website pribadi yang memungkinkan para pembuatnya menampilkan berbagai jenis isi pada web dengan mudah, seperti karya tulis, kumpulan link internet, dokumen-dokumen, gambar ataupun multimedia dan yang biasa disebut blogger.

Pada tanggal 12 September 2012 Arief Muhammad alias @poconggg mengakui mengenai identitas asli dirinya melalui blog @poconggg. Di dalam postingan blog itu, Arief menjelaskan mengenai kronologis tentang adanya seseorang yang ingin membongkar identitasnya, alasan dia menghilang dari Twitter ketika berita itu muncul, sampai kepada akhirnya identitasnya dibongkar oleh seseorang dengan username @DrakulaEdogawaa di Twitter. Dalam postingan yang sama, Arief juga melakukan klarifikasi mengenai isu penghinaan Nabi Muhammad SAW yang diisukan dilakukan oleh dirinya.

Para follower @poconggg tidak tinggal diam. Selama menghilangnya @poconggg di Twitter, mereka membuat *hashtag* dengan nama #welovepoconggg sehingga menjadi *world wide trending topic* selama dua hari berturut-turut. Mereka pun membanjiri *timeline* @poconggg dengan harapan @poconggg tetap menghibur mereka dengan tweet-tweetnya yang lucu tersebut.

---

<sup>9</sup> Arief Muhammad. *Arief Muhammad (poconggg)*. <https://www.facebook.com/pages/arief-muhammad-poconggg/260567600650028> . diakses 01 Mei 2012 pukul 23.18

## BAB 5

### ANALISA DATA

#### 5.1. Profil Informan

Ketiga informan adalah remaja dengan rentang usia antara 14 – 19 tahun yang memiliki frekwensi penggunaan gadget di atas 6 jam sehari dan tinggal di area perkotaan. Memiliki akun Twitter dan menggunakannya secara aktif. Berikut adalah profil dari ketiga informan.

1. **Informan MT**, 14 tahun, Siswa kelas 3 SMP di Jakarta (baru saja lulus), bertempat tinggal di Komplek AU Triloka, Pancoran, Jakarta Selatan. Anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan orangtua dari suku Jawa. Menyenangi segala sesuatu yang berbau Korea dan juga memiliki hobi *dance*.
2. **Informan KAS**, 17 tahun, Siswa kelas 3 SMA di Jakarta Selatan (baru saja lulus) . Dia tinggal di Pondok Indah, Jakarta Selatan. Merupakan anak tunggal dari pasangan campuran orangtua Jawa dan Sunda. Menyenangi *fashion* dan terlihat memiliki kepribadian yang ceria.
3. **Informan AAB**, 18 tahun, Baru saja lulus UN (informan tidak menyebutkan asal sekolahnya). Informan tinggal di wilayah Jagakarsa, Jakarta Selatan. AAB merupakan anak bungsu dari 4 bersaudara. Kepribadiannya lebih serius dan tenang dibandingkan dua informan lainnya. Memiliki hobi jalan-jalan dan wisata kuliner.

#### 5.2. Pola Penggunaan Social Media Twitter

Frekuensi penggunaan social media dari ketiga informan termasuk sangat tinggi. Ketiganya rata-rata mengakses Twitter selama lebih dari 6 jam setiap harinya. Terutama informan AAB yang mengatakan bahwa ia bisa mengakses Twitter selama 24 jam.

*“Kalo Twitter sih, bisa sampe 24 jam” (AAB)*

Sedangkan informan MT mengatakan ia dapat mengakses Twitter lebih dari duabelas jam selama ia memegang BlackBerry miliknya.

*“Oh, iya. Buka terus, pokoknya di atas dua belas jam aja. Kan aku megang BB terus jadinya Twitteran terus” (MT)*

Informan KAS menunjukkan penggunaan media yang lebih teratur. Dimana ia hanya mengakses social media di waktu-waktu tertentu saja.

*“Aku buka Twitter itu biasanya, pagi-pagi pas mau sekolah atau beraktivitas, terus abis itu siangnya, setiap ada kesempatan pasti buka Twitter, pas mau makan siang sih biasanya aku update status dulu. Pas malem udah mau tidur juga buka Twitter lagi, sekali buka bisa ampe sejam gitu deh” (KAS)*

Melihat hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa ketiga informan ini cenderung memiliki keterikatan yang sangat tinggi dengan social media. Hari-hari mereka tidak pernah lepas dari keberadaan social media.

Social media dapat diakses melalui banyak alat. Baik itu, melalui komputer pribadi, laptop, netbook via internet atau melalui *mobile devices* seperti BlackBerry, Handphone, Smartphone, dan Tablet PC. Dari bermacam-macam alat yang ada, ketiga orang informan ini paling sering menggunakan Blackberry dan Smartphone Android untuk mengakses Twitter. Selain kedua alat itu alat yang cukup sering mereka gunakan adalah laptop atau komputer.

Informan MT menggunakan BB.

*“Aku biasanya pake laptop sama blackberry. Tapi lebih seringnya BB, sih” (MT)*

Informan KAS selain laptop dan BB juga menggunakan Ipad

*“Hmm, laptop, blackberry, sama Ipad” (KAS)*

Sedangkan AAB memilih menggunakan smartphone Android sebagai gadget pilihannya.

*“Komputer, laptop, tapi paling sering sih pake handphone...iya smartphone” (AAB)*

Melihat dari pilihan *gadget* yang digunakan, terlihat mereka lebih memilih *gadget* yang bersifat *mobile* agar dapat terus menerus mereka bawa sehingga mereka dapat terus menerus mengakses social media kapanpun dan dimanapun.

Twitter sebagai social media dapat berfungsi sebagai banyak hal. ia dapat berfungsi sebagai sumber informasi, sebagai sarana komunikasi, bahkan bagi beberapa orang sebagai ‘tempat sampah’ untuk mengeluarkan segala uneg-uneg yang terpendam. Adapun ketiga informan dalam penelitian ini, menggunakannya sebagai sarana berkomunikasi dan sebagai sumber informasi.

Dalam menggunakan Twitter, MT melakukan mention<sup>1</sup> dan retweet<sup>2</sup> kepada teman-temannya baik yang sudah ia kenal sebelumnya dan juga menjadikan Twitter sebagai alat untuk mencari teman baru.

*“Ya aku ngelakuin semuanya sih. Mention temen-temen, liat-liat timeline orang, sama paling retweet hal-hal yang aku rasa menarik” (MT)*

*“Kadang sih temen-temen baru yang baru kenal di internet juga mention-mentionan. Kan banyak temenku dari amerika, ketemuanya di Twitter semua” (MT)*

Sedangkan KAS menggunakan Twitter dengan melihat mention dan baru melihat timeline<sup>3</sup>. Kemudian memutuskan akan meretweet jika menurutnya ada hal menarik yang ia perlu retweet.

*“Biasanya pertama aku ngecek mentionan dulu, terus bacain timeline, kalau ada yang menarik dari TL ya pasti aku retweet” (KAS)*

KAS tidak hanya menggunakan Twitter sebagai sarana komunikasi dengan mereka yang ia kenal saja tetapi juga dengan kalangan selebriti.

*“Nggak, waktu itu pernah aku mention Lukman Sardi dan dibales sama dia! Seneng banget, terus langsung aku pamer ke semua orang” (KAS)*

---

<sup>1</sup> Mention adalah sebuah istilah dalam Twitter ketika kita ‘menyebut’ akun seseorang dalam tweet kita.

<sup>2</sup> Retweet adalah istilah Twitter untuk ‘mengutip’ perkataan seseorang dan meneruskannya kepada follower kita.

<sup>3</sup> Kumpulan tweet dari akun-akun yang difollow seseorang. Tersusun sesuai dengan waktu tweet-tweet tersebut diposting di Twitter.



Informan AAB pun kurang lebih sama. Ia mengecek mention dan melihat timeline atau tweet dari teman-teman dekatnya.

*“Biasanya ngecek mention, sama biasanya ngeliat tweet temen-temen dekat aja” (AAB)*

Ketiga informan menggunakan Twitter dengan cara yang kurang lebih sama. Hal yang pasti akan dilakukan adalah membalas mention yang ditujukan kepadanya atau melakukan mention kepada orang yang ingin ia ajak berinteraksi. Setelah itu follower akan melihat timeline untuk mengetahui apa-apa saja yang sedang terjadi. Sedangkan retweet hanya dilakukan jika merasa ada yang perlu atau layak untuk diretweet.

Retweet sebagaimana disebutkan di bab-bab sebelumnya adalah ‘mengutip’ perkataan seseorang di Twitter. Hal ini dilakukan biasanya jika apa yang dikatakan orang tersebut sesuai dengan pemikiran kita, atau kita menyukai pemikiran orang tersebut maka kita akan meretweet akun tersebut.

Informan MT biasanya meretweet akun-akun yang memiliki konten yang lucu atau menghibur melalui isi tweetnya.

*“...kaya akun @poconggg atau @anjinggombal yang isinya gombalan-gombalan jayus...” (MT)*

Sedangkan retweet informan KAS mengacu kepada akun-akun yang berisi *quotes-quotes* dan juga akun Twitter public figure.

*“aku suka ngeretweet IHateQuotes, FunnyQuotes, DamnIt’sTrue, terus biasanya aku ngeretweet artis-artis kesukaan aku gitu deh” (KAS)*

Sedangkan informan AAB hanya meretweet quotes-quotes yang ia sukai dan omongan teman-temannya saja jika sesuai dengan apa yang juga ingin ia sampaikan di Twitter.

*“paling ngeretweet quote-quote yang lucu gitu. Kayak FunnyQuotes, peribahasa, anjinggombal...yaa kadang temen-temen juga misalnya apa yang pengen diomongin sama...” (AAB)*

Dari pernyataan ketiga informan, akun-akun yang diacu kebanyakan adalah akun yang berisi *quotes-quotes* dan kemudian yang memiliki tweet-tweet menarik dan lucu.

Dalam Twitter, pertemanan atau interaksi diawali dengan mem-follow sebuah akun. Dengan mem-follow sebuah akun maka kita memutuskan untuk melakukan interaksi dengan pemilik akun tersebut. Keputusan seseorang untuk memilih dengan siapa interaksi pun beragam seperti yang terjadi pada ketiga informan berikut ini.

Informan MT memutuskan untuk mem-follow sebuah akun karena kesukaannya terhadap sesuatu.

*“ya aku kan suka K-Pop ya jadi follow akun-akun yang suka ngebahas K-pop gitu...”*  
(MT)

Informan KAS memutuskan untuk mem-follow sebuah akun karena ia menganggapnya menghibur atau informatif.

*“banyak kak, misalnya quotes-quotes gitu..terus artis yang aku suka, lokal atau internasional. Detik.com dan akun berita lainnya juga aku suka kok...”*(KAS)

Informan AAB pun hanya mendasarkan keputusan untuk mem-follow seseorang berdasarkan isi dari tweet tersebut, apakah ia menyukai tweet-tweet akun tersebut atau tidak.

*“paling apa ya, gak ada yang spesifik sih. Kalau aku suka sama isi tweetnya ya aku follow, kalau nggak ya gak usah. Lagian kan kalau misalnya isi tweetnya gak sesuai harapan tinggal unfollow aja...”* (AAB)

Jadi dari ketiga pernyataan informan tersebut dapat kita katakan bahwa keputusan untuk mem-follow sebuah akun atau tidak, sepenuhnya bersifat pribadi sesuai dengan keinginan kita.

Dalam *Computer Mediated Communication* (CMC), komunikator tidak dapat melihat satu sama lain. Yang mereka lihat hanya teks dan representasi grafis dari lawan bicara mereka pada layar komputer, handphone, BB, atau tablet. Dengan demikian, pola komunikasi hal-hal penting dalam melakukan komunikasi juga mengalami pergeseran. Dari ketiga informan pun didapat pernyataan yang mengindikasikan hal-hal apa saja yang menjadi penting dalam berkomunikasi melalui Twitter. Dalam konteks new media seperti social media, isi pesan menjadi lebih penting dari siapa yang menyampaikan. Misalnya seperti yang

dipaparkan oleh informan KAS. Menurutnya dalam komunikasi melalui media social, yang paling penting adalah isi dari pesan bukan siapa yang menyampaikannya.

*“...aku sih gak ikutan pusing dia itu siapa, gak peduli juga, yang penting aku ngerasa terhibur kalo baca TL dia...” (KAS)*

MT menganggap bahwa kredibilitas isi pesan menjadi sangat penting, karena menyangkut bisa dipercaya atau tidaknya orang yang ia follow.

*“...yang penting buat aku sih selama isinya gak nipu orang, bukan hoax. Aku sih gak apa-apa” (MT)*

Sedangkan bagi informan AAB, Twitter memberi kebebasan untuk memilih dengan siapa kita berkomunikasi, apa saja informasi yang kita dapat, dan dari siapa kita mendapat informasi tersebut.

*“...di Twitter enaknya gitu, bisa bebas mau follow atau nggak orang. Bisa bebas nentuin info apa aja yang pengen kita dapet di timeline kita” (AAB)*

### **5.3. Pengetahuan Tentang akun @poconggg**

Latar belakang seseorang, baik itu secara suku, keluarga atau lingkungan pertemanan memiliki pengaruh bagaimana seseorang menampilkan diri. akun @poconggg sendiri memilih untuk tidak menampilkan latar belakang suku atau keluarganya.

Ketiga informan sendiri mengaku tidak pernah melihat akun @poconggg menonjolkan kesukuannya atau keberpihakannya terhadap suatu suku tertentu. Yang bisa informan lihat hanya gambaran tentang domisili dan lingkungan pergaulan/peer group akun @poconggg saja

Informan MT melihat bahwa akun @poconggg tidak menampilkan asal-usul kesukuannya, tetapi dari tweet-tweetnya terlihat dimana dan bagaimana lingkungan pergaulannya.

*“nggak sih, dia gak pernah nunjukkin dia itu dari suku mana, tapi kalau asal dia darimana di beberapa tweetnya keliatan kalau dia anak Jakarta, sering nongkrong di PIM, berarti kan lumayan gaul terus lumayan berada juga. Yang nongkrong di mal itu kan anak-anak gaul yang kaya-kaya” (MT)*

Informan KAS berpendapat bahwa akun @poconggg masih berdomisili di Jakarta dan tidak melihat adanya sentimen kesukuan dari tweet-tweetnya.

*“dia gak pernah nunjukkin asal dia dari mana sih ya? Udah gitu, isi tweet-tweetnya juga gak pernah ngebagus-bagusin atau ngejelekin suku mana-mana juga sih. Lingkungan asal paling yang ketauan itu dia masih anak Jakarta juga...” (KAS)*

Informan AAB hanya bisa melihat domisili atau lingkungan pergaulan akun @poconggg melalui tweet-tweetnya. dan tidak bisa mengira-ngira asal etnis dari akun @poconggg ini.

*“kalo dari suku apa, gak keliatan sih...soalnya dia gak pernah nge-tweet hal-hal yang ada sentimen kedaerahannya. Yang pasti dia itu domisilinya di Jakarta. Soalnya dia nge-tweet sekitar tempat-tempat nongkrong di Jakarta juga” (AAB)*

Ketiga informan memiliki pengetahuan yang seragam bahwa akun @poconggg memiliki hobi sepak bola. MT dan KAS bahkan mengetahui bahwa Real Madrid adalah tim kesukaan dari akun @poconggg.

Menurut informan MT:

*“dia hobi sepakbola sih kayaknya, dia suka Real Madrid kalau gak salah. Soalnya dia pernah ganti avatarnya pake gambar pocong yang pake baju Real Madrid” (MT)*

Menurut informan KAS:

*“apa ya? Oh, iya! Dia suka bola! Pernah dia pake avatar yang dia lagi pake baju Real Madrid. Kayaknya itu sih” (KAS)*

Menurut informan AAB:

*“Paling sepakbola kali ya? Aku pernah liat blognya dia itu ada satu posting foto-foto avatarnya dia tapi diedit di photoshop jadi pake kostum-kostum bola gitu” (AAB)*

akun @poconggg menunjukkan dirinya sebagai seorang penggemar sepakbola dan penggemar Real Madrid melalui avatar-nya di Twitter dan juga melalui postingan blog pribadinya.

Melalui tweet-tweetnya ketiga informan mengetahui bahwa akun @poconggg adalah seorang mahasiswa jurusan Hukum di Universitas Trisakti yang sedang menyelesaikan skripsi. Berikut paparan para informan”

Informan MT:

*“dia kuliah di Trisakti. Jurusan hukum kalau gak salah. Sering diledekin orang-orang gara-gara skripsinya belum beres-beres” (MT)*

Informan KAS:

*“kan di bio-nya tadi udah ada calon sarjana hukum. Berarti masih kuliah dia. Dia kuliahnya di Trisakti. Udah gitu banyak banget yang nyela dia gara-gara dia blom lulus-lulus. Tapi katanya sih tinggal skripsi doang dia” (KAS)*

Informan AAB:

*“dia itu belum kerja sih. Masih kuliah, lagi nyusun skripsi tapi gak beres-beres, gara-gara dia jadi terkenal gini. dia anak Hukum Trisakti” (AAB)*

Ketiga informan menilai bahwa akun @poconggg memiliki rentang usia antara 22-27 tahun melihat bahwa akun @poconggg berada di tahun-tahun terakhirnya di kampus dan sedang berusaha menyelesaikan skripsi. Seperti dipaparkan informan berikutnya:

Informan MT:

*“antara 23-25 tahun kali ya, soalnya kalau lagi skripsi berarti udah mau akhir-akhir kuliah kan tuh. Ya sekitar segituan lah” (MT)*

Informan KAS:

*“berapa ya? Antara 24-27 tahun kali ya..eh, tapi gak tau juga sih, kira-kira aja segitu” (KAS)*

Informan AAB:

*“karena dia udah kuliah, terus lagi skripsian. Berarti kurang lebih 22-25 tahun kali ya...” (AAB)*

Pengetahuan informan ini, di dapat informan justru dari dunia nyata atau di luar online. Sedangkan dalam dunia cyber, pemilik akun akun @poconggg tidak pernah menyatakan nama, identitas usia atau pun pendidikannya. Dalam akunnya si pemilik akun Twitter akun @poconggg hanya menyatakan bahwa ia tengah menyelesaikan skripsinya. Informan MT mendapatkan informasi mengenai usia melalui perkiraan dari apa yang dibicarakan oleh akun @poconggg.

*“aku ngira-ngira aja dari tweet-tweet dia, biasanya kan dia ngetweet atau followers nya mention dia, nanya kapan skripsinya selesai, atau kok skripsinya nggak selesai-selesai, gitu sih biasanya. Kalo umurnya, ya nebak-nebak aja, kalo lagi ngerjain skripsi berarti dia di semester terakhir, gitu sih” (MT)*

Sedangkan informan KAS mengaku mengetahui info-info tersebut melalui obrolan bersama teman-teman sekelasnya dan juga perkiraan melalui isi tweet akun @poconggg.

*“Aku tahunya dari obrolan sama temen-teman dan isi tweetnya si pocong. Biasanya dia kan suka diledekin sama followersnya karena skripsi nggak selese-selese, jadi ya aku nebak aja umur dia pasti sekitar segitulah...” (KAS)*

Informan AAB mengetahui informasi mengenai usia dan tempat kuliah akun @poconggg melalui berita mengenai pemilik akun akun @poconggg yang dia lihat di majalah remaja.

*“Aku tahunya dari berita tentang si Arif Muhammad, dan aku ngeliat tanggal lahirnya, kuliahnya dimana juga liat dari situ” (AAB)*

Ketiga informan memiliki alasan yang sama mem-follow akun @poconggg. Mereka mem-follow akun @poconggg karena mereka merasa bahwa kekonyolan yang ditampilkan dapat menghibur mereka. Alasan lain dari KAS dan MT dalam mem-follow akun @poconggg adalah agar mereka bisa bersosialisasi dengan teman-teman mereka di sekolah dan menertawakan akun @poconggg.

Alasan informan MT:

*“karena banyak orang yang ngeledekin dia terus di retweet, trus itu lucu-lucu...apa lagi ya, oia, aku juga jadi ada bahan obrolan sama temen-temen di sekolah...kelakuan dia itu sering banget jadi bahan tertawaan aku sama temen-temen di sekolah” (MT)*

Alasan informan KAS :

*“yaa, itu. Karena mau tau selucu apa si poconggg itu, terus pengen seru-seruan juga ngobrol sama temen, biar nyambung” (KAS)*

Sedangkan informan AAB memilih mem-follow akun @poconggg hanya karena ia menganggapnya lucu maka layak untuk di-follow.

*“ya, karena tweet dia lucu, konyol, terus kadang-kadang nyeleneh jadi yaaah worthed lah untuk di follow, ya buat lucu-lucuan aja, jadi semacam hiburan” (AAB)*

Dengan demikian maka dapat kita asumsikan bahwa akun @poconggg adalah seseorang yang dianggap konyol, lucu, dan humoris bagi para followers-nya.

Menurut para informan, akun @poconggg secara rutin menceritakan cerita horror pada setiap Kamis malam. Selain itu juga tweet yang paling sering dia kicaukan adalah mengenai percintaan yang membuat galau para followersnya. Berikut komentar informan MT mengenai hal tersebut,

*“suka bikin galau orang pake tweet-tweet tentang LDR, HTS, jomblo menahun, banyak deh. Cerita-cerita horror...” (MT)*

Informan KAS sendiri memberikan pernyataan serupa. Yaitu bahwa pemilik @pocong cenderung menghadirkan sisi kemanusiaan dirinya, tentang kehidupan pribadinya, tentang sarannya mengenai kehidupan anak muda, dan sebagainya.

*“Hmmm, dia dulu sering ritual ngetweet horror kalau malem Jumat, terus tiap malem Minggu dia ngetweet tentang kegalauan dia jadi jomblo, terus sekarang-sekarang ini dia tiap pagi dia pasti ngetweet tentang yang galau-galau juga. Kayak misalnya, ‘hai kamu yang masih ngarep jadian sama gebetan kamu..’ gitu sih biasanya” (KAS)*

Informan AAB menyatakan bahwa pemilik akun juga digambarkan sebagai seorang yang menyukai sesuatu yang berbau misteri. Menurut informan, ini tercermin dari kesukaan pemilik akun @pocong dalam mengungkapkan cerita cerita seputar misteri, horor, dan sebagainya.

*“...dulu sih dia biasanya sering nakut-nakutin orang, jadi misalnya dia lagi ada di suatu tempat dan dia nyeritain kalo di tempat itu ada hantunya. Dia dulu sering banget, tiap malem Jumat selalu buat cerita horror...kalo sekarang dia lebih sering ngomongin tentang cinta-cintaan...” (AAB)*

Melalui pernyataan ketiga informan, maka dapat kita katakan bahwa cerita horror dan tweet-tweet galau dijadikan alat oleh akun @poconggg untuk menarik follower selain kekonyolan dan kelucuan yang ia tampilkan.

akun @poconggg menurut ketiga orang informan tidak berniat menyembunyikan diri/identitas sebenarnya akan tetapi lebih kepada ingin menarik minat orang-orang kepada dirinya dengan tetap menjadi sosok yang misterius.

MT berpendapat bahwa akun @poconggg hanya iseng saja dan tidak sengaja bermaksud menutupi identitasnya. Ia hanya malas meladeni pertanyaan-pertanyaan yang menurutnya bersifat pribadi.

*“Kayaknya sih awalnya bikin twitter itu dia emang Cuma iseng dan untuk kesenangan pribadi aja. Tapi nggak berniat untuk terkesan misterius dengan nutup-nutupin jati diri dia. Kalau ada yang nanya dia itu siapa dan dia nggak pernah jawab, kayaknya karena dia males aja ngeladenin pertanyaan –pertanyaan itu...” (MT)*



Sedangkan KAS menilai bahwa @poconggg memang menutupi identitas yang ia miliki, namun ia sendiri tidak bisa menilai apakah itu disengaja atau tidak.

*“Yang aku tahu sih dia emg gak pernah ngegubris kalo orang mulai nanya-nanya dia itu siapa. Dia selalu nutupin kok, maksudnya dia gak pernah ngejawab apa-apa yang ada kaitannya dengan data pribadi dia. Tapi kalau dibilag niat apa nggak, aku kurang tahu juga, nggak bisa nebak-nebak juga” (KAS)*

AAB menilai bahwa awalnya akun @poconggg tidak berniat menyembunyikan identitasnya tetapi karena kemisteriusannya ini membuatnya terkenal maka ia pun meneruskan imej misterius miliknya itu.

*“kalo menurut aku sih, awalnya dia Cuma iseng nggak berniat nyembunyiin identitasnya, tapi mungkin karena makin lama makin misterius makin bikin dia terkenal, ya akhirnya dia lanjutin deh” (AAB)*

Jadi keunikan identitas akun @pocong ini menurut para informan adalah bahwa adanya kontradiksi antara nama akun @poconggg yang merupakan nama hantu dengan isi tweetnya yang justru konyol dan lucu. Alasan lain adalah bahwa kemisteriusan sosok asli si akun @poconggg membuat orang penasaran siapa dirinya sebenarnya.

Informan MT merasa bahwa keunikan akun @poconggg berasal dari kemisteriusan identitas yang ditampilkan dan kesenjangan antara isi tweet-tweetnya yang lucu dengan nama akunnya yang merupakan nama makhluk halus. Selain itu akun @poconggg juga diketahui tidak mem-follow satu orang pun walau memiliki follower lebih dari satu juta orang.

*“Awalnya karena dia nggak ketauan identitasnya, misterius gitu jadi bikin orang penasaran. Tapi yang lebih bikin unik mungkin karena dia itu namanya pake nama setan tapi isi tweetnya lucu-lucu” (MT)*

Alasan KAS melihat keunikan dari akun @poconggg juga dari fakta bahwa nama akun dan isi tweetnya yang tidak sinkron.

*“Mungkin karena dia itu kan akun dengan nama hantu, tapi isi tweetnya sama sekali nggak serem, jadi mungkin itu kelebihanannya” (KAS)*

Sedangkan AAB melihat selain dari kemisteriusannya, akun @pocongg menjadi unik karena dia tidak memfollow satu orang pun di Twitter tetapi mampu menarik perhatian satu juta orang lebih.

*“Yang bikin unik mungkin karena dia itu misterius, nggak ketahuan jati dirinya, makanya dia jadi menarik banyak perhatian orang, orang-orang jadi mau tahu siapa dia sebenarnya. Udah gitu dia itu gak follow siapa-siapa, tapi followernya tetep aja nambah” (AAB)*

Dalam dunia virtual, seseorang cenderung memiliki lebih dari satu corong untuk menunjukkan siapa dirinya. Seseorang bahkan bisa memiliki lebih dari satu akun dalam satu social media. Demikian dengan akun @pocongg yang juga memanfaatkan social media lain selain Twitter.

Menurut informan MT, akun @pocongg memiliki sebuah blog yang mulai terlupakan oleh pemiliknya.

*“dia punya blog. Tapi jarang dia update sih sekarang-sekarang. Dulu masih rutin lah dia nulis di blognya. Sekarang sih udah sibuk kali ya” (MT)*

Sedangkan informan KAS mengetahui bahwa ia memiliki blog namun tidak mengingat alamat blog-nya.

*“aku taunya cuma blog dia aja. Tapi gak inget juga namanya apa. hehehe” (KAS)*

Informan B mengetahui bahwa selain blog, akun @pocongg memiliki juga sebuah fan page di jejaring sosial facebook.

*“iya dia punya facebook, wordpress, kayak blog gitu” (AAB)*

Maka dapat kita simpulkan bahwa akun @pocongg juga memiliki blog dan fan page facebook untuk bisa berkomunikasi lebih jauh dengan para followers dan fansnya. Karena facebook dan blog tidak terbatas pada 140 karakter untuk melakukan komunikasi.

#### 5.4. Interpretasi Mengenai Selebriti

Status selebriti bukanlah sesuatu yang secara otomatis dimiliki seseorang, status tersebut didapatkan seseorang melalui pengakuan orang-orang lain yang menjadi fansnya. Pendapat tersebut hanya salah satu dari banyak argumen mengenai kapan seseorang dapat dikatakan sebagai seorang selebriti. Ketiga informan dalam penelitian ini pun memiliki pendapat yang kurang lebih seragam mengenai hal ini.

Menurut Informan MT seorang dapat menjadi selebritis ketika atau saat dia bisa menarik perhatian orang dengan daya tarik atau hal yang bisa ditonjolkan dari orang tersebut, seperti bakatnya, kelebihanya, penampilannya, dan sebagainya.

*“selebriti itu orang yang dikenal orang banyak...tapi yang punya talent gitu loh, misalnya bisa ngelucu, bisa nari atau dance gitu...dia itu bisa narik orang untuk suka sama dia, mau ngedengerin omongan dia, dia punya kelebihan yang bisa menarik perhatian orang lain” (MT)*

Informan KAS sendiri berpendapat seseorang dapat dikatakan sebagai selebriti adalah bila orang tersebut bekerja di industri kreatif, dan dikenal melalui media. Orang-orang ini biasanya memiliki fans karena kepopulerannya tersebut.

*“Biasanya sih yang kerja di industri kreatif, kayak entertainment gitu...biasanya memiliki prestasi yang bagus terus mereka jadi terkenal karena prestasi itu, terus jadi punya fans...dan pastinya muncul di media, mau cetak atau elektronik tapi ya pasti muncul di media” (KAS)*

Informan AAB berpendapat bahwa sebenarnya seseorang dipandang sebagai seorang selebritis adalah ketika dia diekspos secara terus menerus oleh media. Bahkan jika sebenarnya ia tidak memiliki bakat atau prestasi apapun.

*“hmmm, biasanya sih orang yang disebut selebriti itu orang terkenal. Syaratnya apa ya? Biasanya sih yang sering muncul di media kayak Paris Hilton...biasanya sih seleb itu kan dari kalangan aktor, aktris, atau atlet yang punya prestasi atau bakat, terus terkenal karena bakatnya itu. Tapi kalau kayak Paris Hilton itu ya dia kan gak punya prestasi apa-apa. Dia terkenal cuma karena dia dari keluarga kaya yang punya hotel di seluruh dunia. Jadi mau punya prestasi apa nggak, asal sering muncul di media bisa aja jadi seleb mendadak” (AAB)*

Sebelumnya telah dijabarkan mengenai syarat seseorang dapat dikatakan menjadi seorang selebriti di dunia nyata. Sedangkan di dunia virtual tempat Twitter berada, bahkan wujud fisik seseorang pun tidak selalu bisa dilihat oleh para pengguna lainnya. Karena kondisi itu, maka di Twitter, terdapat standar tersendiri mengenai bagaimana seseorang dapat dikatakan menjadi seorang selebriti di Twitter.

Informan MT menyatakan bahwa jumlah follower adalah kadar dimana seseorang bisa dikatakan sebagai seorang selebriti di Twitter. Hal ini menunjukkan kekuatan daya tariknya bagi orang-orang di sekitarnya.

*“mmm, yang banyak followernya aja kali ya?...soalnya di Twitter itu kan follower jadi tanda seberapa banyak orang yang mau ngedengerin omongan kita, berarti orang yang followernya banyak kan punya daya tarik yang bikin orang mau ngedengerin dia” (MT)*

Informan KAS berpendapat jumlah follower merupakan cara paling mudah untuk menentukan status selebriti seseorang di Twitter. Meningkatnya jumlah follower adalah indikasi keterkenalan seseorang di Twitter.

*“...kalo di Twitter yang paling gampang sih, liat aja followernya. Makin banyak berarti makin terkenal itu orang. Sering dibicarakan di twitland” (KAS)*

Informan AAB dalam poin ini pun menyatakan bahwa selain jumlah follower, yang mampu menarik perhatian publik di dunia maya, kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain melalui topik-topik yang ia buat juga menjadi tanda status selebriti yang dimiliki seseorang.

*“Apa ya? Jumlah follower udah pasti. Terus gimana dia bisa bikin orang ikut-ikutan apa yang dia lagi omongin, sampe jadi trending topic.” (AAB)*

Maka dapat kita katakan bahwa untuk dapat dikatakan sebagai selebriti di Twitter maka ada dua hal yang harus dipenuhi oleh seseorang. Yang *pertama* adalah jumlah followers yang banyak. Kemudian yang *kedua* adalah, ia harus mampu mempengaruhi orang-orang dan membuat trending topic.

Selebriti memiliki keterkaitan dengan pengaruh dan kekuasaan. Seperti yang sering kita lihat pada kampanye-kampanye politik yang menggunakan selebriti untuk mendapatkan dukungan. Hal itu dilakukan karena selebriti memiliki pengaruh terhadap para fansnya. Berikut ini adalah pengaruh yang dimiliki seorang selebriti kepada fansnya menurut pada informan penelitian ini.

Informan MT melihat pengaruh selebriti terhadap fans-fansnya mampu menentukan kemenangan pemilihan presiden di suatu negara.

*“kalau dia punya sesuatu yang unik, itu pasti ditiru, bikin fansnya tergila-gila. Bikin fansnya ngikutin apa yang dia lakuin. Malah di Amerika pas kemaren pemilu, artis-artis sana ngajak orang-orang Amerika buat make hak pilih mereka buat dukung Obama, akhirnya dia yang menang kan” (MT)*

Informan KAS melihat pengaruh selebriti sebatas membuat para fans meniru penampilan para idola mereka seperti pada tren K-Pop atau segala sesuatu yang berbau Korea saat ini menjadi sangat digandrungi.

*“hmmm, apa ya? Pengaruhnya atau kekuatannya mungkin jadi bisa mempengaruhi fansnya untuk bergaya seperti mereka. Mirip tadi kataku, si super junior itu, terus kan sekarang lagi jaman K-Pop, nah kan jadi mempengaruhi gaya busana remaja-remaja di Indonesia gitu” (KAS)*

Informan AAB melihat bahwa pengaruh selebriti sebatas membuat fans meniru penampilan mereka. Tetapi informan AAB menambahkan bahwa kekuatan dari pengaruh selebriti tersebut bergantung pada kuat atau tidaknya kepribadian si selebriti itu sendiri.

*“oh, bisa, tergantung selebnya itu sendiri. kalo dia punya personality yang kuat, ya akhirnya dia bisa mempengaruhi orang lain...Kayak Lady Gaga sekarang, personality dia itu kuat banget, liat aja itu fans-fansnya yang ngantri tiket konser sampe ikut-ikutan gaya dandanannya dia”*

Selebriti memiliki pengaruh untuk bisa mendorong para fansnya untuk mengikuti apa yang mereka lakukan dan tampilkan atau bahkan sampai menuruti perintah atau ajakan yang mereka serukan. Hal tersebut namun bergantung pada kuat atau tidaknya kepribadian yang ditunjukkan sang selebriti.

Namun kenapa selebriti bisa muncul? Kenapa ia bisa ada di tengah masyarakat? Ketiga informan dalam penelitian ini memiliki jawaban yang cukup beragam dalam hal ini.

Informan MT melihat selebriti bisa muncul di tengah masyarakat karena adanya kebutuhan masyarakat itu sendiri akan hiburan dan sosok yang dapat dijadikan panutan.

*“karena masyarakat butuh entertainer, mereka butuh idola” (MT)*

Informan KAS melihat kemunculan selebriti karena adanya keinginan dari anggota masyarakat untuk menjadikan seseorang dengan atribut tertentu (bisa atlet, aktor atau aktris) sebagai salah satu tujuan hidup mereka.

*“...fansnya sendiri karena ngerasa pengen bisa seperti si seleb ini, mereka pengen bisa seperti Justin Bieber, Cristiano Ronaldo” (KAS)*

Informan AAB sendiri berpendapat bahwa selebriti muncul lebih dikarenakan peran media yang terus menerus menampilkan sosok si selebriti sebagai orang-orang yang dapat dikagumi fansnya.

*“iya itu tadi, karena mereka ada followersnya, benar-bener ada yang mengagumi mereka, sampai-sampai ada media yang terus menyorot mereka” (AAB)*

Melihat pendapat para informan, maka selebriti ada di tengah masyarakat karena adanya keinginan untuk menjadi seperti sosok sang selebriti. Mereka mengagumi para selebriti tersebut. Keberadaan selebriti juga menjadi hiburan bagi mereka. Dan keberadaan para pengagum mereka ini juga lah yang membuat mereka menjadi selebriti di tengah masyarakat.

### **5.5. Interpretasi Mengenai akun @poconggg Sebagai Selebriti**

Telah disebutkan sebelumnya bahwa syarat seseorang dapat dikatakan sebagai selebriti di Twitter adalah dua hal. Syarat yang pertama adalah jumlah follower. Poin kedua yang membuat seseorang menjadi selebriti di Twitter adalah ia harus mampu mempengaruhi orang lain dan membuat *trending topic* sebagai tanda pengaruh yang ia miliki pada para

followersnya. Lalu bagaimana dengan akun @poconggg? Apakah dia sudah dapat dikatakan sebagai selebriti di Twitter? Berikut adalah pendapat para informan mengenai hal tersebut.

Informan MT melihat bahwa akun @poconggg sudah menjadi selebriti di dunia Twitter karena dia sudah hampir sejajar – dalam hal jumlah follower – dengan para selebriti di dunia nyata yang juga eksis di Twitter.

*“kalau untuk kalangan Twitter sih ya udah. Orang Indonesia yang punya dan make Twitter pasti tau akun @poconggg. Dia cuma kalah sama sherina, vidi aldiano, sama agnes monica jumlah followersnya...” (MT)*

Informan KAS melihat bahwa akun @poconggg telah masuk dalam kategori selebriti karena ekspos media terhadapnya sekarang, dan karena dia juga sempat menjadi host sebuah acara di televisi.

*“dulu sih nggak kayaknya, tapi kan sekarang dia banyak banget diekspos media yah, sampe sempet punya acara sendiri, terus sering diundang talk show mengenai menulis, misalnya. Jadi ya, sekarang sih dia udah jadi seleb kalo menurut aku sih gitu” (KAS)*

Informan AAB melihat akun @poconggg sebagai seorang selebriti karena jumlah orang yang mampu dia pengaruhi di Twitter, dan juga topik-topik yang ia bicarakan ikut dibicarakan orang lain sehingga menjadi trending topic.

*“karena ya itu, dia punya fans yang follow dia sampe sejuta lebih, apa yang dia omongin juga sering jadi trending topic di Twitter. Kan artinya dia punya pengaruh yang besar di Twitter” (AAB)*

Menurut para informan, akun @poconggg masuk kategori selebriti karena alasan-alasan berikut. Memiliki follower hingga satu juta lebih, mampu membuat trending topic dengan topik-topik yang ia buat, telah menjadi host sebuah talkshow di sebuah tv swasta nasional.

Ketiga informan memiliki alasan masing-masing untuk mengidolakan akun @poconggg. Dari ketiga informan ini, hanya dua yang mengaku sebagai fans akun @poconggg sedangkan seorang lagi hanya menganggap isi akun tersebut menghibur dan tidak merasa dirinya sebagai fans dari akun @poconggg.

Informan MT mengakui bahwa dia seorang fans dari akun @poconggg karena isi tweetnya yang lucu dan menghibur. Kekagumannya pun bertambah setelah mengetahui karakteristik fisiknya yang ia anggap menarik.

*“karena dia ganteng dan dia lucu. Lumayan lah gak ganteng-ganteng amat sebenarnya. Tapi kalau sebelum dia ketahuan sih aku suka dia soalnya isi tweetnya itu lucu dan menghibur” (MT)*

Informan KAS sendiri mengidolakan akun @poconggg karena merasa memiliki persamaan nasib dan apa yang akun @poconggg sampaikan sesuai dengan kenyataan yang dirasakan olehnya.

*“...Aku ngefans kok sama dia...hmm, karena dia lucu, dan kadang yang dia tweet tuh berdasarkan kenyataan, jadi realistis banget gitu. Hmmm, mungkin karena senasib sama dia kali ya, kak, hahahaha” (KAS)*

Dalam hal ini, informan AAB memiliki pendapat yang berbeda dari dua informan lainnya. Ia hanya menikmati isi akun @poconggg dan tidak memiliki ketertarikan lebih terhadap pemilik akun tersebut.

*“gimana ya, dibilang ngefans juga nggak sih menurut aku soalnya aku gak sampe yang gimana-gimana ke dia. Maksudnya aku jadi follower dia ya cuma pengen baca tolol-tololan dia di Twitter aja. Gak lebih” (AAB)*

MT dan KAS mengakui diri mereka sebagai fans akun @poconggg karena ia lucu dan ada perasaan senasib yang mereka bagi bersama akun @poconggg. Tetapi AAB hanya merasa sebagai seorang follower yang menikmati isi tweet akun @poconggg tanpa ada keterikatan lebih terhadap pemilik akun @poconggg tersebut.

Dua dari tiga informan (informan MT dan KAS) yang mengakui sebagai fans akun @poconggg, karena mereka pernah melakukan hal-hal yang di luar kebiasaan mereka karena akun @poconggg. Sedangkan informan AAB sekali lagi menegaskan bahwa dia tidak menganggap dirinya sebagai fans dari akun @poconggg.



Informan MT mengaku bahwa ia pernah sampai berhutang pada temannya agar tidak kehabisan buku karangan akun @poconggg yang sedang dijual saat mereka jalan-jalan.

*“bela-belain ngutang dulu ke temen soalnya pas bukunya terbit lagi jalan-jalan tapi uangnya pas-pasan” (MT)*

Sedangkan KAS menyatakan bahwa ia bersama teman-temannya pernah berteriak di tengah keramaian mal agar nama mereka bisa masuk di dalam buku yang akun @poconggg tulis.

*“udah lama banget. Jadi waktu dia di Citos, dia bilang, kalo ada yang neriakin nama kita sendiri di counternya Baskin Robbins, dia bakal cantumin nama kita di buku dia. Terus karena aku sekolahnya di BM yah, deket kan tuh, ya aku nekat aja bareng temen-temen ke sana neriakin nama kita sendiri, sampe waktu itu ditegur sama security-nya. Malu banget, tapi seru!” (KAS)*

Informan AAB menegaskan sekali lagi bahwa ia tidak merasa sebagai seorang fans dari akun @poconggg.

*“gak pernah ngelakuin apa-apa sih. Kan aku juga gak bisa dibilang fans juga. Aku cuma follow dia aja. Buat aku akun @poconggg itu ya cuma akun yang aku suka isinya aja, gak lebih dari itu” (AAB)*

Seorang selebriti dikatakan memiliki pengaruh terhadap para fansnya. Hal tersebut dapat terlihat pada informan MT yang memutuskan untuk berhutang agar bisa memiliki buku akun @poconggg, dan informan KAS yang meneriakkan namanya sendiri di tengah mal karena ingin namanya bisa masuk di buku yang ditulis akun @poconggg. Namun pengaruh tersebut hanya terjadi pada mereka yang menjadi fans dari selebriti tersebut. Contohnya informan AAB yang tidak terpengaruh oleh akun @poconggg karena ia tidak merasa sebagai seorang fans atau mengidolakannya.

Seorang selebriti seringkali dijadikan *role model* oleh para fansnya. Demikian juga dengan akun @poconggg. Selain kekonyolan yang ia perlihatkan, ternyata dua dari tiga informan merasa mendapat hal positif darinya.

Informan MT menilai bahwa keberadaan akun @pocongg dapat menjadi semacam penyaluran stress atas emosi yang tertahan dalam kehidupan sehari-hari dengan melampiaskannya kepada akun @pocongg dalam bentuk celaan kepadanya.

*“akun @pocongg itu kayak jadi tempat pelampiasan emosi-emosi yang kita gak bisa keluarin. Maksudnya, aku lagi kesel ni sama temen atau orang tua, nah dari pada berantem sama mereka aku bisa lampiasin dengan ikutan nyela orang tolol di Twitter ini. Jadi semacam penyalur stress juga kak” (MT)*

Informan KAS bahkan menilai bahwa keberadaan akun @pocongg memiliki peran untuk membantu para remaja untuk menghadapi masalah yang mereka hadapi secara emosional.

*“dia bikin kita (anak-anak sekolahan) bisa ngelupain sejenak tugas-tugas sekolah yang numpuk, omelan orang tua. Bisa bikin kita-kita yang lagi galau gara-gara cowok atau cewek malah jadi ngetawain kegalauan kita itu” (KAS)*

Informan AAB sendiri merasa tidak melihat hal selain kelucuan yang dimiliki akun @pocongg sebagai hal positif yang ada pada akun tersebut.

*“nggak ada sih, kekonyolan yang dia tunjukkan ke orang-orang emang tujuannya cuma menghibur aja, that's it” (AAB)*

Bagi informan MT dan KAS, akun @pocongg memiliki hal positif yang ia berikan melalui kekonyolan dan kelucuan yang ia tampilkan. Sedangkan informan AAB hanya melihatnya sebagai sesuatu yang menghibur dirinya saja.

Seorang selebriti perlu mengelola hubungan dengan para fansnya agar status dirinya sebagai selebriti dapat berlangsung lama. Dalam hal ini @pocongg telah melakukan hal yang cukup baik dalam menjaga hubungan dengan fans-fansnya.

MT menilai bahwa akun @pocongg menghargai para fansnya dengan masih membalas mention dari para fansnya tersebut.

*“aku nggak tahu juga sih dekat apa nggaknya, tapi dia kan biasanya reply mentionan followersnya, jadi ya mungkin bisa dibilang kalo dia menghargai followersnya juga” (MT)*

Sedangkan KAS menilai bahwa @pocongg sangat ramah kepada para fansnya walau dia tidak mengenal mereka satu persatu.

*“dia cukup dekat sih sama follower-follwernya. Maksudnya dari cara dia nanggapi mention atau retweet dari orang-orang itu kaya ke temen sendiri. padahal kan dia belum tentu pernah ketemu sama semua orang yang mention dia di twitter” (KAS)*

AAb menilai bahwa walau akun @poconggg membalas mention dari para fansnya, kedekatan itu hanya ada di Twitter saja.

*“biasanya sih Cuma tweet yang lucu dan sama begonya sama dia yang diretweet atau di reply, tapi bukan berarti dia dekat sama followersya, kan dia nggak kenal semua sama followersnya” (AAB)*

Selain itu, MT dan KAS merasakan bahwa ada sesuatu yang implisit yang akun @poconggg coba sampaikan dengan kekonyolannya itu.

MT berpendapat bahwa ia merasa bahwa akun @poconggg secara tidak langsung ingin mengajak orang-orang untuk bisa bersyukur dengan kehidupan yang mereka dapatkan.

*“Yang pengen dia sampein apa ya, paling juga untuk nikmatin aja apa yang kita dapet atau punya sekarang. Maksudnya dengan dia bersikap tolol dan rela dicela gitu kan orang-orang juga ngerasa kalau masih ada yang lebih malang dari mereka jadi nikmatin aja yang udah ada” (MT)*

KAS sendiri melihat bahwa akun @poconggg ingin menyampaikan kepada dia dan orang-orang seumur dia untuk bisa lebih menikmati masa muda mereka selagi mereka masih bisa.

*“Terus, kalau dipikir-pikir dia itu sebenarnya kayak ngajak kita (anak-anak sekolahan atau mahasiswa) untuk jangan terlalu ngoyo ngadepin hidup. Ngajak untuk nikmatin aja masa-masa remaja dimana masih bisa berlaku konyol atau tolol kayak yang dia lakuin, padahal dia sendiri udah bukan remaja lagi itungannya” (KAS)*

Setelah mem-follow akun @poconggg, terdapat beberapa perubahan yang dialami dua orang informan. Informan MT mengaku ikut-ikutan latah membeli buku karangan akun @poconggg, dan bermain games yang dipromosikan akun @poconggg melalui akun Twitternya itu.

*“paling jadi ikut-ikutan beli bukunya dia... terus jadi suka ikut-ikutan gamesnya dia di Twitter” (MT)*

Sedangkan informan KAS mengaku bahwa setelah mem-follow akun @poconggg ia merasa ada penghibur saat dia merasa sedih atau bosan.

*“pengaruhnya sih, paling cuma, hmmm, bisa menghibur aku kalo lagi bete, paling itu, kak” (KAS)*

Informan AAB merasa tidak merasakan perubahan apapun karena ia mem-follow akun @poconggg hanya untuk senang-senang belaka.

*“ooh maksudnya itu, mmm, gak ada perubahan apa-apa sih, soalnya ya follow dia juga kan buat seneng-senang aja, bukan buat yang serius kayak nyari petunjuk hidup atau yang gimana gitu” (AAB)*

Dua dari ketiga informan penelitian ini, yaitu MT dan KAS mengaku akun @poconggg memberikan kontribusi terhadap diri mereka setelah menjadi followernya. Sedangkan AAB tidak merasakan kontribusi apapun karena menganggap dirinya hanya mem-follow akun @poconggg sebagai alat hiburan semata, tidak lebih dari itu.

Ketiga informan yang menilai akun @poconggg sebagai seorang selebriti berkali-kali melakukan upaya untuk berinteraksi dengannya secara personal namun belum ada yang berhasil. Hanya informan AAB yang berhasil melakukan interaksi melalui akun Twitter kelasnya.

Informan MT sempat merasa kesal karena tidak kunjung mendapat balasan dari akun @poconggg, tetapi belakangan ia tidak mempermasalahkan hal tersebut karena tujuan ia mem-follow akun @poconggg adalah karena merasa terhibur dengan tweet-tweet-nya.

*“Pernahlah. Sering kok, gak cuma mention, tapi juga retweet omongan-omongan dia yang lucu....sempet kesal sih dulu-dulu, maksudnya kok dicuekin sih. Tapi ya udah sih*

*aku kan follow dia biar bisa terhibur sama tweet-tweetnya, bukan pengen ikutan beken gara-gara dimention dia” (MT)*

Informan KAS sendiri menyadari dengan follower yang begitu banyak, hampir tidak mungkin bagi akun @poconggg untuk membalas satu per satu semua interaksi yang ditujukan kepada dirinya.

*“Sering. Kalo dia ngetweet tentang suatu tema, aku pasti retweet atau reply. Abis kocak...dia sibuk kali lagian followers dia udah satu juta lebih juga, masa iya ngebalesin satu-satu mentionan followernya, bisa gempor itu ngetik balesannya. Kalo aku jadinya penasaran jadi pengen mention terus ampe bisa dibales.” (KAS)*

Informan AAB memang belum pernah mendapat balasan secara pribadi dari akun @poconggg namun ia berhasil mendapat balasan dengan mengirimkan karikatur akun @poconggg menggunakan akun kelasnya bersama teman-teman sekelasnya.

*“kalo akun sendiri sih belum pernah, tapi dulu kelas aku itu punya akun Twitter, dan waktu itu kita bikin gambar si poconggg, dan mention ke dia dengan tulisan: nih gue punya gambar buat loe. Dan dibales sama dia : Thanks ya” (AAB)*

Dari ketiga informan yang berhasil melakukan interaksi secara langsung hanya informan AAB. itupun bukan menggunakan akun pribadi dan ada upaya lebih menarik perhatian akun @poconggg dengan menyertakan gambar akun @poconggg karya dirinya dan teman-teman kelasnya.

## **5.6. Identitas Sosial akun @poconggg di Twitter**

Ketiga orang informan melihat sosok akun @poconggg dengan beberapa sifat dan karakteristik tertentu. Menurut MT sosok akun @poconggg adalah seseorang yang lucu, dan memiliki selera humor tinggi.

*“lucu sih. Lucu terus ngelawak banget” (MT)*

Informan KAS menilai karakter akun @poconggg sebagai orang yang kreatif, humoris, dan lucu.

*“kayaknya orangnya kreatif ya, ada aja gitu yang dia omongin di Twitter, dan lucu, humoris kayaknya deh” (KAS)*

Sedangkan informan AAB menilai akun @poconggg sebagai seseorang yang memiliki sifat cheerful, easy going, mudah bergaul dan talkative.

*“hmmm, apa ya. Mungkin dia orangnya itu cheerful terus orangnya easy going kayaknya, dia kan punya komunitas juga jadi keliatannya orangnya punya banyak teman, gampang bergaul gitu...talkative juga” (AAB)*

Dari pernyataan ketiga informan maka dapat kita katakan bahwa sifat dan karakteristik akun @poconggg di Twitter adalah seseorang yang humoris, kreatif, easy going, cheerful, talkative dan mudah bergaul.

Dalam CMC, diri asli kita tersembunyi dari pandangan orang-orang yang kita ajak berinteraksi. Hal tersebut mengakibatkan orang lain menilai kita sesuai dengan apa yang kita tampilkan. Informan MT berpendapat bahwa apa yang ditampilkan oleh akun @poconggg adalah dibuat-buat dan ia melakukannya karena dorongan orang-orang yang menyukai apa yang ia tampilkan.

*“dibuat-buat...karena banyak orang yang suka kalo dia bersikap kaya gitu” (MT)*

Sedangkan informan KAS menilai apa yang akun @poconggg tampilkan memang sifat asli pemilik akun tersebut dan kekonyolan yang ditampilkan hanya sebagai upaya penyaluran kreativitas dirinya untuk menghibur orang lain.

*“kayaknya emang aslinya kayak gitu...buat seru-seruan, menyalurkan kreativitas dia. Biar bisa menghibur orang” (KAS)*

Informan AAB menilai bahwa akun @poconggg memang orang yang konyol dan itu juga dipengaruhi oleh dengan siapa dia bergaul.

*“hmmm, kayaknya emang dia orangnya konyol beneran sih. Ya itu tadi, dia bergaulnya sama orang-orang konyol jadi keikut konyol juga” (AAB)*

Informan KAS dan informan B menganggap bahwa karakter yang ditampilkan akun @poconggg adalah memang apa adanya dan tidak dibuat-buat. Sedang informan MT merasa bahwa hal tersebut dibuat-buat dan ia melakukannya karena orang-orang menyukai apa yang dia perlihatkan di Twitter. Selain karena kekonyolannya, para informan pun memiliki penilaian lain tentang siapa dirinya. Informan MT melihat akun @poconggg sebagai seseorang yang tidak keberatan diperlakukan atau dianggap sebagai objek celaan di Twitter.

*“kalau menurut aku, akun @poconggg itu orang yang nggak malu atau keberatan kalau dia dicela atau diperlakukan seperti orang bego. Dia tampil kayak orang yang selalu apes, minta dicela, dan skeptis sama yang namanya pacaran jarak jauh (LDR)” (MT)*

Sedangkan informan KAS melihat akun @poconggg sesuai dengan apa yang ia tampilkan di biodata profilnya.

*“kalau liat dari biodata di profilnya kan dia nyantumin tuh, “penulis, calon playboy, calon sarjana hukum, duta move on”. Nah isi-isi tweetnya sih memenuhi kriteria itu semua. Kecuali calon sarjana hukum kali ya soalnya hampir gak pernah liat dia nge-tweet tentang hal-hal yang berbau hukum gitu” (KAS)*

Informan AAB sendiri memiliki penilaian bahwa akun @poconggg ingin dikenal atau ingin diakui sebagai seorang trendsetter.

*“mungkin dia mau jadi trendsetter juga kali ya. Soalnya kan dia suka ngomong apa terus semuanya jadi ikutan dan suka jadi trending topic...bahkan sekarang kan dia disebut duta move on...” (AAB)*

Menurut ketiga followernya ini, akun @poconggg diidentifikasi sebagai seorang penulis, duta move on, objek celaan dan juga seorang trendsetter.

Identitas seseorang juga dapat dilihat dari lingkungan tempat seseorang berada. Maka dengan siapa akun @poconggg bergaul dan berinteraksi juga menjadi dapat dijadikan

indikasi tentang siapa dirinya. Informan MT melihat akun @poconggg berada di lingkungan sesama blogger. dan teman-teman bloggernya ini lah yang mendorong dirinya untuk membuat buku Pocong Juga Poconggg (PJP)

*“kalau temen-temennya yang aku tau paling Raditya Dika, @benakribo sama @shitlicious. Tiga-tiganya blogger yang blog sama Twitternya juga punya follower yang lumayan banyak. Mereka bertiga juga yang katanya ngajak sama nyemangatin akun @poconggg buat nulis buku” (MT)*

Informan KAS melihat bahwa lingkungan pertemanan akun @poconggg adalah sesama blogger yang sama-sama memiliki karakteristik konyol dan nyeleneh.

*“...nah, temen-temennya di Twitter juga kebanyakan blogger atau penulis yang kurang lebih punya karakteristik yang sama. Raditya Dika, Bena Kribo, @shitlicious, mereka juga di tulisan-tulisannya sering nunjukkin kekonyolan dan keanehan jalan pikiran mereka” (KAS)*

Sedangkan informan AAB menilai dari sudut yang sedikit berbeda. Ia menilai lingkungan akun @poconggg melalui bahasa dan isi tweet-tweetnya. Dan menurutnya, akun @poconggg adalah seorang remaja dari kalangan menengah ke atas yang memiliki pergaulan yang luas.

*“kebayang, kebayang banget. Dari mulai dia ngetweet keliatan dia ini kayaknya anak gaul menengah ke atas. Nongkrongnya aja di PIM atau Kemang” (AAB)*

Dari pernyataan ketiga informan diketahui bahwa akun @poconggg memiliki teman-teman sesama blogger seperti Raditya Dika, @benakribo, dan @shitlicious. Kemudian dari penggunaan bahasa dan isi tweet-tweetnya terlihat bahwa ia adalah anak gaul yang berasal dari kalangan menengah ke atas.



## BAB 6

### DISKUSI DAN PENUTUP

#### 6.1 Diskusi

Identitas diri adalah konsep tentang siapa diri kita. Ia membuat kita menjadi unik dibandingkan dengan orang lain. Baik bagi orang yang terdekat di keluarga sampai orang-orang dari kelompok lainnya. Lalu apa yang membuat @poconggg menjadi unik? Apa yang membedakan dirinya dengan ribuan bahkan jutaan akun Twitter di luar sana? Informan MT, KAS, dan AAB melihat @poconggg sebagai sebuah entitas yang unik di Twitter karena menampilkan dua aspek yang bertentangan, yaitu sosok makhluk halus yang malah konyol dan tidak menyeramkan. Hal ini bisa dikaitkan dengan pernyataan Sherry Turkle di bab 1 mengenai siapapun bisa menjadi apapun di dunia maya. Kemudian dia pun menjadi sosok yang misterius karena menyamarkan identitas aslinya. Hal lain yang unik adalah bahwa dia tidak mem-follow satu orang pun di Twitter dan mampu memiliki follower sebanyak satu juta orang lebih. Ini menjadi aneh karena hal yang umum di Twitter adalah seseorang biasanya mem-follow seseorang terlebih dahulu untuk kemudian memiliki follower. Hal lain yang juga menjadi patut diperhatikan adalah bahwa bisa jadi kemisteriusan dirinya itu adalah salah satu upaya untuk tetap bisa eksis di dunia maya. Karena hal tersebut bisa menjadi daya tarik karena sifat manusia yang selalu ingin tahu.

Kemudian hal lain yang menarik adalah bahwa isi akun dari @poconggg ini di kalangan anak muda sangat bermuatan *human interest*. Isinya terkait dengan humor, komedi, percintaan, dan kegalauan. Sifat yang muncul dari isi tweet-tweetnya itu galau dan sensitif. Namun itu dihadirkan secara terus menerus oleh @poconggg. Ia seolah ingin menyampaikan suatu ide atau pesan implisit kepada orang-orang untuk tidak menjadi seperti dirinya. Ia ingin para followernya mampu bersyukur atas kondisi hidup yang mereka miliki, dan untuk menikmati masa muda selagi bisa.

Twitter berada di sebuah dunia virtual yang memiliki karakteristik yang khas jika dibandingkan dengan dunia nyata yang ada. Twitter memungkinkan jutaan bahkan milyaran orang dari seluruh dunia untuk berada di dalamnya dalam waktu yang bersamaan. Timeline seseorang di Twitter berfungsi sebagai 'ruang' bagi mereka untuk bersosialisasi, berburu informasi, bahkan untuk menghibur diri. Twitter memungkinkan adanya interaksi yang *real-*

*time*, apa yang muncul di Twitter dapat tersiar ke seluruh penjuru dunia dalam hitungan detik – contoh paling jelas ketika tsunami di Jepang dan penurunan Hosni Mubarak di Mesir. Terkait dengan karakter *openness* dan *conversation* dari *social media*, maka dari temuan data diketahui bahwa para informan melakukan upaya interaksi dengan @poconggg dengan melakukan mention dan retweet untuk mendapat perhatian dari @poconggg. Ini juga dapat dikaitkan dengan pembentukan komunitas di dunia virtual. Dalam dunia virtual, partisipasi dalam interaksi menjadi sangat penting karena hilangnya kehadiran fisik. Mereka yang hanya diam dan tidak berinteraksi dapat dianggap tidak memberi kontribusi dan lalai melaksanakan kewajiban sosialnya.<sup>1</sup>

Ini menjadi lebih penting karena para informan masuk ke dalam kategori anak muda. Anak muda sendiri merupakan kelompok budaya yang khas dan signifikan – mereka merupakan segmen pasar tersendiri, bahkan sebuah sub-kultur, dan juga seringkali sebagai ‘pemimpin’ dalam penggunaan *new media*.<sup>2</sup> Mereka berada dalam tahap paling termotivasi dalam hidup mereka untuk mengkonstruksikan identitas, menempa kelompok sosial dan mencari alternatif dari budaya-budaya yang sudah ada sebelumnya – dalam hal ini media memiliki peran yang sentral.<sup>3</sup> Selain itu, remaja atau anak muda seringkali berada dalam ‘kerangkeng’ yang dibangun oleh orang dewasa mengenai apa saja yang boleh atau tidak boleh mereka lihat, dengar, dan atau lakukan. *Social Network Sites* menjadi tempat sembunyi mereka dari orang dewasa dan juga sebagai sarana menjalin hubungan dengan sesama.<sup>4</sup>

Hal tersebut tidaklah mengherankan mengingat *new media* adalah dunianya anak muda. Mereka dikatakan sebagai *digital natives* dari dunia maya karena seringnya mereka terhubung dengan atau menggunakan *new media*. Hal ini memiliki konsekuensi bahwa para anak muda memiliki kultur tersendiri dalam berkomunikasi dan kemudian menghasilkan gaya-gaya yang khas dari masing-masing diri mereka dalam berkomunikasi.<sup>5</sup>

Menurut ketiga informan, syarat untuk menjadi selebriti di Twitter adalah dilihat dari jumlah follower sebuah akun dan mampu membuat topik yang ia lemparkan di Twitter menjadi *trending topic*. Ini bisa dikaitkan dengan pendapat Jessica Evans mengenai

---

<sup>1</sup> K. Ann Renninger dan Weshley Shumar, ed., 2004. *Op. Cit.* Hal. 6

<sup>2</sup> Sonia Livingstone. 2002. *Young People and New Media: Childhood and Changing Media Environment*. London: SAGE Publications. Hal. 3

<sup>3</sup> Ibid. Hal. 4

<sup>4</sup> Danah Boyd. 2008. *Why Youth Love Social Networking Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life in Youth, Identity, and Digital Media* The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Massachusetts: MIT Press. Hal. 134-136

<sup>5</sup> Sonia Livingstone. 2002. *Op. Cit.* Hal. 24

bagaimana selebriti dibentuk melalui narasi dalam sirkulasi teks yang beredar di media.<sup>6</sup> Dengan demikian, maka akun @poconggg sudah dapat masuk dalam kategori selebriti di Twitter.

Twitter memungkinkan kita untuk saling memberi informasi menurut cara kita sendiri, maksudnya info yang kita miliki di dunia nyata dapat kita sampaikan di Twitter melalui gaya penyampaian kita sendiri atau dengan representasi grafis yang telah dikustomisasi. Keberadaan Twitter akan terus berlanjut baik jika seseorang terhubung ke dalamnya atau tidak. Komunitas-komunitas terbentuk di dalam Twitter karena aspek kesamaan minat dan tujuan. Seperti para follower @poconggg ini yang menjadi suatu komunitas tersendiri karena mereka sama-sama memiliki ketertarikan terhadap tweet-tweet @poconggg.

Identitas di dunia virtual menjadi sangat fleksibel. Jenis kelamin, kebangsaan, nama, dan penampilan tidak memerlukan hubungan dengan dunia nyata. Identitas virtual ini pun portabel, bisa diubah-ubah sesuka hati dan berpindah-pindah ruang melalui jaringan sosial lain atau bahkan dunia virtual lainnya.<sup>7</sup> Inilah yang terjadi pada akun @poconggg. Penampilan fisik, nama, kebangsaan yang orang-orang ketahui di Twitter tidak memiliki hubungan dengan apa yang dimiliki oleh si pemilik akun tersebut. Dalam kasus @poconggg, ia menampilkan diri sebagai sosok makhluk halus pocong lengkap dengan kain kafan yang membungkus tubuhnya. Padahal di dunia nyata, pemilik akun tersebut hanya remaja normal dengan gaya berpakaian yang juga sangat umum. Si pemilik akun itu pun bisa bebas membawa identitas dirinya sebagai @poconggg melalui jaringan sosial di luar Twitter. Seperti melalui blog dan *fan page* facebooknya.

Karakteristik dunia virtual membuat terjadinya pergeseran mengenai aspek-aspek penting komunikasi. Dalam dunia virtual, siapa yang berbicara menjadi tidak lebih penting dari pesan apa yang akan disampaikan. Pendapat ini adalah pendapat informan KAS ketika ditanya mengenai siapa @poconggg sebenarnya. Kemudian yang kedua, pesan perlu dikonfirmasi kebenaran dan kredibilitasnya. Ini adalah pendapat informan MT ketika menjawab mengenai isu penghinaan Nabi Muhammad yang diisukan dilakukan oleh @poconggg. Dan yang terakhir adalah bahwa orang bisa bebas menentukan dengan siapa ia ingin melakukan komunikasi dan informasi apa saja yang ingin ia dapatkan. Informan AAB mengemukakannya ketika menjawab apa alasan dirinya mem-follow akun-akun di Twitter.

---

<sup>6</sup> Jessica Evans. 2005. *Op. Cit.* Hal. 19

<sup>7</sup> Anonym. *Virtual Identity*. 2009. *Op. Cit.*

Identitas di dunia virtual sendiri sebenarnya tidak jauh berbeda dengan identitas yang dimiliki di dunia nyata. Dari tiga informan, dua diantaranya (KAS dan AAB) memandang bahwa apa yang tampil di Twitter itu memang sifat dan karakter asli dari si pemilik akun tersebut. Sedangkan satu informan (MT) menganggap bahwa apa yang @poconggg tampilkan di Twitter adalah sebuah fabrikasi identitas karena tujuan menyenangkan orang lain.

Pertanyaan dari penelitian ini adalah seperti apa interpretasi pengguna (*follower*) terhadap *virtual social identity* pemilik akun @poconggg yang menjadi selebriti di Twitter? Maka dari itu perlu diketahui apa yang dipikirkan orang tentang @poconggg dan hal-hal apa saja yang ia bagi dengan orang lain.

Akun @poconggg dikenal oleh para followernya hanya sebagai sosok yang konyol, ngenes, nyinyir, easy going, cerewet, dan humoris. Dia hanya membagi sedikit informasi mengenai dirinya di Twitter atau pun *social media* lainnya. Di Twitter, ia hanya mencantumkan dirinya sebagai seorang, penulis, calon playboy, lawyer yang tertunda, atau sebagai duta move on, dan deskripsi-deskripsi tersebut selalu berubah dari waktu ke waktu. Ia tidak pernah memberi tahu kepada para followernya mengenai informasi pribadinya seperti nama, alamat, dan nama orang tua.

Hal-hal pribadi yang ia bagi hanyalah hal-hal yang menggambarkan 'sosok' dari dirinya – seperti lingkungan pergaulan, tim sepakbola favorit, hobi, dan karakter dirinya yang lucu, dan humoris tadi – tanpa pernah memberi petunjuk mengenai siapa dia sebenarnya. Hal-hal mengenai pribadinya hanya bisa diraba oleh para follower melalui isi tweet-tweetnya. ketiga informan pun mengatakan bahwa mereka bisa mengetahui data pribadi pemilik akun @poconggg justru bukan melalui Twitter tetapi melalui sumber-sumber di luar itu.

Dari temuan yang ada, ditemukan bahwa kenyataan kebenaran identitas pemilik akun @poconggg yang terkait dengan usia dan latar belakang justru bukan didapat informan dari *social media*. Artinya identitas tentang siapa pemilik akun, tidak selalu melulu bersumber dari pesan dalam akun tersebut. Kebenaran dan realitas tentang identitas selebriti di dunia maya ini justru di dapat informan dari luar Twitter. Dengan demikian identitas virtual seorang selebritis yang hadir dalam dunia maya atau digital merupakan hasil rekonstruksi yang si selebritis lakukan melalui akunnya.

Namun demikian konstruksi tersebut bukanlah sesuatu yang rigid, melainkan dikonstruksi pula oleh realitas empiris atau identitas di dunia empiris yang memberikan

kontribusi terhadap pembentukan identitas sosial di dunia virtual. Hal ini juga sesuai dengan konsep *identity play* dimana di dunia virtual identitas dapat dimanipulasi sedemikian rupa untuk kepentingan tertentu. Di dunia virtual, seseorang dapat berpura-pura menjadi orang lain atau menampilkan hanya sebagian dari diri asli kita ke dalam identitas di dunia maya. Artinya dia bereksperimen dengan identitas yang ia miliki. Ini berarti *virtual social identity* itu semu. Kredibilitasnya dipertanyakan, dia bisa sesuai dengan realita, tetapi juga bisa tidak. Virtual social identity juga tidak melulu sama dengan identitas asli karena keberadaan *identity play* yang disebutkan sebelumnya tadi memungkinkan untuk membuat suatu identitas dibuat menjadi lebih menarik atau bahkan dikomodifikasikan.

Dalam kasus @poconggg ini, informan KAS dan AAB melihat bahwa pemilik akun ini menampilkan sebagian diri aslinya ke dalam akun @poconggg. Sedangkan informan MT merasa bahwa itu adalah sesuatu yang dibuat-buat dan bahwa pemilik akun @poconggg memilih untuk menjadi orang lain di dunia maya.

Menurut Erving Goffman, *virtual social identity* hadir karena ketidakpuasan emosional seseorang dari apa yang mereka miliki di dunia nyata.<sup>8</sup> @poconggg melakukannya karena ingin mengungkapkan sisi-sisi emosionalnya seperti menyenangkan orang lain, yang (mungkin) tidak bisa dia lakukan di dunia nyata.

Dalam konteks CMC, proses komunikasi yang dilakukan oleh @poconggg adalah hanya ingin menampilkan hal-hal yang dia ingin atau anggap perlu diketahui para followernya. Jadi tujuan dari komunikasi @poconggg adalah untuk membuat para followernya melihat dirinya hanya sebagai apa yang @poconggg inginkan. Ia ingin mempengaruhi para followernya untuk melihatnya seperti demikian. Dengan begitu, maka ia melakukan apa yang disebut ‘topeng identitas’ oleh Wizniewski dan Coyne.<sup>9</sup> Yang menjadi berbeda dengan pendapat mereka adalah bahwa @poconggg tidak menambahkan apa-apa untuk menutupi diri aslinya, tetapi malah sebaliknya ia memilih untuk hadir tanpa identitas yang jelas – sebelum akhirnya jati diri sebenarnya terbongkar. Topeng identitas ini juga bisa dikatakan sebagai *mediated persona* dari @poconggg. Karena *mediated persona* adalah penampilan seorang tokoh melalui sebuah media.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Erving Goffman dalam Frank Jenkins. *Op. Cit.* Hal. 95

<sup>9</sup> Dorian Wizniewski dan Richard Coyne dalam “*Mask and Identity The Hermeneutics of Self-Construction in the Information Age*” dalam K. Ann Renninger dan Wesley Shumar, ed. *Op. Cit.* Hal. 191 - 211

<sup>10</sup> Jessica Evans. 2005. *Op.Cit.* Hal. 19

Identitas yang @poconggg tampilkan di Twitter sebenarnya bisa dilihat melalui kacamata *disposition alignment*. *Disposition alignment* mengatakan bahwa khalayak memilih satu sosok dan kemudian mengidentifikasikannya sedemikian rupa untuk memaksimalkan kesenangan terhadap sosok tersebut.<sup>11</sup> Kurang lebih inilah yang terjadi pada @poconggg, ia tampil seperti itu – konyol, ngenes, nyinyir, easy going, cerewet, dan humoris – yang ternyata sesuai dengan karakteristik-karakteristik identitas anak muda *urban* saat ini.

Dengan tampil menyesuaikan diri dengan karakteristik anak muda urban, maka @poconggg menjadikan dirinya sebagai *ingroup* dari para anak muda tersebut. Ia menjadikan para followernya – yang mayoritas adalah kaum anak muda urban – merasa bahwa mereka dan @poconggg memiliki *social identity* yang sama dan mereka berada dalam satu kelompok.<sup>12</sup>

Jika dilihat dari kerangka Communication Theory of Identity (CTI), maka identitas @poconggg di Twitter dapat kita simpulkan sebagai berikut. Dalam kerangka personal, @poconggg memandang dirinya sebagai seorang penulis, calon playboy, lawyer yang tertunda, atau sebagai duta *move on*. Dalam kerangka *enacted*, ia memilih untuk mempresentasikan dirinya sebagai seseorang yang konyol, ngenes, nyinyir, easy going, cerewet, dan humoris. Secara relasional, para followernya pun akhirnya melihatnya sesuai dengan apa yang ia tampilkan tersebut. Karena kesamaan yang dirasakan oleh para followernya, @poconggg pun dipandang sebagai *ingroup* dari kaum anak muda urban.

Dilihat dari pembentukannya, maka @poconggg dikategorikan sebagai sebuah *project identity*. Ia muncul karena pemilik akun @poconggg memunculkan sebuah identitas baru yang mendefinisikan ulang posisi dirinya di tengah masyarakat dan akhirnya memiliki pengaruh sebagai seorang selebriti.

Dari pernyataan ketiga informan di bab sebelumnya, maka dapat kita rangkum bahwa seseorang dapat dikatakan sebagai seorang selebriti ketika:

1. Banyak orang yang mengenal dirinya dan dia mampu menarik perhatian orang lain kepada dirinya,

---

<sup>11</sup> Dolf Zillman dan Jennings Bryant, ed.. 2002. *Media Effects: Advanced in Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Hal. 553

<sup>12</sup> M.A. Hogg dan G.M. Vaughan. 2002. *Social Psychology (3rd ed. )* London: Prentice Hall.

2. Ia memiliki bakat atau prestasi tertentu, dan
3. Media secara konstan menampilkan atau memberi ekspos terhadap dirinya

Ketiga hal tersebut menunjukkan bahwa status selebriti seseorang terbentuk selain karakteristik personal dan label eksternal, juga memerlukan perantara media. Media membentuk selebriti. Menurut proses pembentukan selebriti melalui pesan media, maka yang terjadi pada @poconggg dapat dijelaskan melalui pendekatan Pasca-Strukturalis. Pendekatan ini mengatakan bahwa media bertanggung jawab atas hubungan-hubungan yang terjalin antara selebriti dan khalayaknya.<sup>13</sup> Maka dalam konteks ini, @poconggg bertanggung jawab – karena keunikan *social media* yang memungkinkan seseorang menjadi khalayak dan media secara bersamaan – dalam menjadikan dirinya sendiri sebagai seorang selebriti di mata pengguna Twitter. Pada bab 2 disebutkan bahwa tulisan yang dihadirkan seseorang merepresentasikan identitas dirinya. Dalam kasus ini, celotehan @poconggg di Twitter adalah representasi identitas dirinya sebagai selebriti.

Bagaimana @poconggg melakukan itu? Dia melakukannya dengan cara menampilkan sosok dirinya yang konyol, ngenes, nyinyir, easy going, cerewet, dan humoris kemudian melemparkan topik, atau isu yang absurd – seperti penggalauan massal, kesedihan kaum pocong karena tidak bisa menggunakan tangan, kisah cinta pocong dan kuntilanak, dan lain-lain – untuk mendapatkan perhatian khalayaknya. Ia membentuk sebuah narasi teks yang membentuk dirinya menjadi seorang selebriti di mata para followernya.<sup>14</sup> Karena *mediated persona* yang ditampilkan oleh @poconggg memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap fansnya, maka para fansnya mampu melakukan hal-hal di luar kenormalan seperti berhutang dan meneriakkan nama mereka di tengah mal untuk mendapat perhatian dari @poconggg. Hal ini juga menunjukkan bahwa status selebriti @poconggg hadir karena adanya pemujaan terhadap sosok dirinya oleh para fansnya tersebut.

Akun @poconggg pun berhasil membangun sebuah ikatan dengan para fansnya ini. Informan MT misalnya, ia melihat @poconggg sebagai alat penyalur stress yang tidak bisa ia keluarkan dalam kesehariannya. Sedangkan informan KAS melihat bahwa @poconggg membantu dirinya dan temannya dalam menghadapi masalah yang mereka hadapi secara emosional.

<sup>13</sup> David Hesmondalgh. 2005. *Op. Cit.* Hal. 98

<sup>14</sup> Jessica Evans. 2005. *Op. Cit.* Hal. 19

Menjadi selebriti di dunia virtual, akan mampu ditingkatkan lagi (keterkenalannya) jika disokong dengan kehadiran sosok selebriti tersebut di melalui media mainstream seperti buku, radio, dan televisi. Dalam kasus ini, @poconggg juga melakukan hal tersebut dengan cara meluncurkan buku karangannya dan menerima tawaran untuk menjadi host sebuah acara talkshow di salah satu televisi swasta nasional. Artinya, media konvensional dapat memperkuat proses pembentukan identitas seseorang sebagai selebriti di dunia virtual.

Sampai saat ini, @poconggg dapat dikatakan masih mempertahankan status selebritinya dengan melakukan pengelolaan penggemar secara pribadi melalui interaksi di Twitter dengan penggemarnya. Ia menjaga kedekatan dirinya dengan para penggemar dengan tetap hadir sebagai sosok yang konyol dan tetap melempar topik-topik yang absurd di timelinenya. Selain Twitter, ia juga menggunakan blog miliknya untuk menyampaikan hal-hal yang tidak mampu ditampung dengan keterbatasan 140 karakter yang ada di Twitter. Namun frekuensi dirinya menulis di blog saat ini sudah jauh berkurang karena berbagai macam kesibukan yang dimilikinya sekarang.

Dalam pandangan informan, bahasa yang digunakan seseorang bisa menunjukkan siapa dia dan bagaimana identitas dirinya. Dengan kata lain, bahasa menunjukkan identitas seseorang. Terlebih lagi di dunia virtual, dimana komunikasi jauh lebih didominasi dalam bentuk bahasa tertulis yang mengutamakan isi pesan dari pada pembuat pesan.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para informan diketahui bahwa ternyata ketiganya terhubung hampir tiada henti ke dalam dunia virtual melalui gadget *mobile* yang mereka miliki. Diantaranya bahkan mengatakan bahwa dia terhubung selama 24 jam dengan dunia maya. Keputusan mereka untuk menggunakan perangkat *mobile* yang bisa mereka bawa kemana saja juga memiliki hubungan dengan fakta bahwa 90% dari interaksi yang dilakukan di Twitter dilakukan bukan melalui website mereka tetapi melalui perangkat *mobile*, SMS dan *instant messaging*.<sup>15</sup>

Ini menunjukkan betapa internet telah menjadi sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari di kalangan remaja. Dengan kata lain, internet telah ‘tertanam’ dalam apa yang mereka lakukan dari mulai membuka mata di pagi hari sampai terpejam untuk beristirahat. Ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Phillip Howard tentang *embedded media*. Dimana dia mengatakan bahwa internet telah menjadi sesuatu yang *embedded* atau

---

<sup>15</sup> Anthony Mayfield. 2008. *Op. Cit.* Hal. 27



tertanam dalam kehidupan masyarakat karena ketergantungan orang-orang kepada internet untuk menyelesaikan urusan sehari-hari mereka.<sup>16</sup> Dengan tertanamnya internet dalam kehidupan sehari-hari mereka maka *social media* menjadi sebuah media yang sangat kuat untuk menarik perhatian publik dalam menghadirkan sosok selebriti seperti @poconggg.

## 6.2 Kesimpulan

1. Pemilik akun @poconggg dipandang sebagai selebriti oleh para informan karena dia mampu menarik khalayak dunia virtual melalui pesan yang ia hadirkan (teks yang ia hasilkan) dalam Twitter. Hal ini membuat orang-orang menjadi followernya, mengikuti dan meretweet pesan-pesannya, menyebarkan namanya bahkan memunculkan persona selebriti darinya. Hal ini membuat para follower @poconggg melakukan tindakan-tindakan abnormal sebagai bentuk rasa kekaguman mereka terhadap pemilik akun seperti berhutang kepada teman atau berteriak di tengah keramaian sebuah mal

2. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan interpretasi para pengguna (*follower*) mengenai virtual social identity pemilik akun @poconggg yang menjadi selebriti di Twitter. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa para followernya melihat diri @poconggg sebagai seorang yang mereka anggap sangat dekat dengan diri mereka serta dapat mewakili diri mereka sebagai kaum muda melalui kekonyolan yang ia hadirkan melalui tweet-tweetnya tersebut.

3. Ketimpangan antara sosok makhluk halus yang dia gunakan sebagai avatar dengan kekonyolan tersebut, ditambah dengan sosok misterius dirinya – sebelum identitasnya terbongkar – adalah poin yang menjadikan dirinya unik dan membuat dirinya memiliki follower yang sangat banyak dan menjadikan dirinya sebagai seorang selebriti di dunia Twitter.

4. CMC dan internet telah menjadi sebuah bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Karena hal tersebut, maka *social media* menjadi sebuah medium yang sangat kuat dalam menghadirkan sosok selebriti karena sifat *social media* dimana khalayak dan media tidak dapat dibedakan.

---

<sup>16</sup> Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. 2004. *Op. Cit.* Hal. 75

## 6.3 Implikasi

### 6.3.1 Implikasi Akademis

Dengan menggunakan konsep *social media* dan selebriti, dapat dilihat bahwa selebriti merupakan sebuah produk media dan bukan hanya sebuah karakter intrinsik personal dan label dari masyarakat. Konsep CMC, dan identitas menjelaskan bahwa identitas seseorang di dunia virtual dapat dipermainkan dan dimanipulasi sesuai dengan kehendak si pemilik identitas.

### 6.3.2 Implikasi Sosial

Penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi *social media* dapat dioptimalkan oleh orang-orang yang ingin menunjukkan identitas lain dari dirinya dan kemudian mendapatkan ketenaran darinya.

## 6.4 Rekomendasi

### 6.4.1 Rekomendasi Akademis

Penelitian ini dapat dibawa lebih jauh dengan menggunakan metode *virtual ethnography* untuk melihat lebih jauh interaksi antara selebriti dengan para fansnya di Twitter.

### 6.4.2 Rekomendasi Sosial

- Agar individu-individu ataupun institusi-institusi menyadari potensi dari *social media* dan menggunakannya untuk dapat membangun status atau citra yang positif untuk kepentingan individu atau institusi tersebut
- Kepada pemilik akun @poconggg agar mampu menjaga konten dari akun @poconggg karena statusnya saat ini yang telah menjadi seorang selebriti baik di dunia maya maupun di dunia nyata.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Buckingham, David ed. 2008. *Youth, Identity, and Digital Media*. Massachusetts: MIT Press
- Castells, Manuel. 2010. *The Information Age: Economy, Society, and Culture Vol.II The Power of Identity*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Comm, Joel. 2010. *Twitter Power 2.0: How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*. New Jersey: Wiley & Sons Inc..
- Creeber, Glen dan Martin, Royston. 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*. Berkshire: McGraw-Hill.
- Creswell, John W. 1994. *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*. London: SAGE Publications.
- Evans, Jessica dan Hesmondalgh, David, ed.. 2005. *Understanding Media: Inside Celebrity*. Berkshire: Open University Press.
- Gabler, Neal. 2001. *Toward a New Definition of Celebrity*. Los Angeles: USC Press.
- Hall, Edward T. 1994. *West of The Thirties: Discoveries among The Navajo and Hopi*. New York: Double Day/Anchor Books.
- Hennink, Monique. Hutter, Inge dan Bailey, Ajay. 2011. *Qualitative Research Methods*. London: SAGE Publications.
- Howard, Sue. 1998. *Young People and The Electronic Media*. London: UCL Press.
- Jenkins, Richard. 2008. *Social Identity 3<sup>rd</sup> Edition*. New York: Routledge.
- Kountur, Ronny. 2004. *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Littlejohn, Stephen W dan Foss, Karen A, ed. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. London: SAGE Publications.

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. 2009. *Teori Komunikasi. Theories of Human Communication Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Livingstone, Sonia. 2002. *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London: SAGE Publications.
- Lodico, Marguerite G. Spaulding, Dean T. dan Voegtle, Katherine H. 2010. *Methods in Educational Research: From Theory to Practice*. San Fransisco: Wiley & Sons Inc.
- Mayfield, Anthony. 2008. *What is Social Media?*. United Kingdom: ICrossings.
- McQuail, D. 2010. *Mass Communication Theory, 6th edition*. London: SAGE Publications.
- \_\_\_\_\_. 1994. *Mass Communication Theory: an introduction, 3rd edition*. London: SAGE Publications.
- \_\_\_\_\_. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Moleong, Lexy J.. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morris, Tee. 2010. *All a Twitter: A Personal and Professional Guide to Social Networking with Twitter*. Indianapolis: Pearson Education, Inc.
- Mulyana, D. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nakayama, Thomas K and Judith N. Martin. 2007. *Intercultural Communication in Context, Fourth Edition*. New York : McGraw-Hill.
- Neuman, W. Lawrence. 2004. *Basics of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches 2nd Edition*. Boston: Pearson Inc.
- Poerwandari, Kristi. 2011. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 UI.
- Renninger, K Ann dan Shumar, Weshley, ed.. 2004. *Building Virtual Communities*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rojek, Chris. 2001. *Celebrity*. London: Reaktion Books.
- Rubin, Allen dan Babbi, Earl R. 2009. *Essential Research Methods for Social Work 2<sup>nd</sup> Edition*. Belmont: Pre-Press PMG.

Safko, L. 2010. *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Schwartz, Seth J. Luyckx, Koen dan Vignoles, Vivian L. 2011. *Handbook of Identity Theory and Research*. New York: Springer.

Solis, Brian dan Breakenridge, Deidre. 2009. *Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media is Reinventing the Aging Business of PR*. New Jersey: Pearson Education.

Surakhmad. 1998. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, Teknik*. Bandung: Tarsito.

Thurlow, Crispin. Lengel, Laura. Tomic, Angela. 2004. *Computer Mediated Communication: Social interaction and the Internet*. London: SAGE Publications.

Wood, Natalie T. 2009. *Virtual Social Identity and Consumer Behavior*. New York: Society for Consumer Psychology.

Zillman, Dolf dan Bryant, Jennings ed.. 2002. *Media Effects: Advanced in Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

## **Skripsi**

Putri, Army T. 2011. *Representasi Perilaku Kekerasan FPI dengan Pendekatan Humor dalam Akun Twitter (Analisis Semiotika pada Akun Twitter @FPIYeah)*. Skripsi. Depok. Program Ekstensi Komunikasi Massa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

## Tesis

Cook, Ann D. 2009. *A Case Study Of The Manifestations And Significance Of Social Presence In A Multi-User Virtual Environment*. Thesis. Saskatoon. Masters of Education in the Educational Communications and Technology Programme, Department of Curriculum Studies, University of Sashkatchewan

Pelzer, Chris J. 2008. *Social Networking Sites and The Consequences of Multiple Identities among Members of Virtual Communities*. Thesis . Iowa State University.

Utama, Erry Praditya. 2012. *Resistensi Pemikiran Barat dalam Film (Kajian Semiotik: Film My Name Is Khan)*. Tesis. Depok. Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.

## Internet

@poconggg. 2011. *Timeline @poconggg*. <https://twitter.com/#!/Poconggg>, per 13 Oktober 2011 pukul 15:22

Anonym. 2005. *What is A Virtual World*. <http://www.virtualworldsreview.com/info/whatis.shtml>. diakses 15 Mei 2012 pukul 20.10

Anonim, *Virtual Identity*. 2009. <http://www.federalnewsradio.com/pdfs/VirtualIdentity.pdf>. diakses pada Oktober 2011 pukul 12.30

Chandratatuna.16 Maret 2011. *Sehari, Twitter catat 460 ribu Akun Baru*. Diakses <http://teknologi.vivanews.com/news/read/209648-1-hari--twitter-catat-460-ribu-akun-baru>. diakses pada 14 November 2011 pukul 16.04

Collier, Annie. 2009. *Who's In Charge in Virtual Worlds*. Dikutip dari <http://www.netfamilynews.org/?p=28514>. Diakses pada 17 Mei 2012 pukul 19.38

Dorsey, Jack. 2006. *"just setting up my twttr"*. <https://twitter.com/#!/jack/status/20> . Diakses 28 April 2012 pukul 11.57

Klout Inc. *The Klout Score*. <http://klout.com/corp/kscore>. diakses 01 Mei 2012 pukul 22.19

- Muhammad, Arief. 2011. *Ummm...* . <http://www.poconggg.com/2011/09/ummm.html> . diakses 30 April 2012 pukul 22.59
- \_\_\_\_\_. *Arief Muhammad (poconggg)*. <https://www.facebook.com/pages/arief-muhammad-poconggg/260567600650028> . diakses 01 Mei 2012 pukul 23.18
- \_\_\_\_\_. *Ekklusif! Wawancara Dengan Pemilik Akun Twitter Poconggg ( Bagian Pertama)*. [http://www.boleh.com/news/read/movie\\_news\\_index/5886\\_ekklusif\\_wawancara\\_dengan\\_pemilik\\_akun\\_twitter\\_poconggg\\_bagian\\_pertama\\_](http://www.boleh.com/news/read/movie_news_index/5886_ekklusif_wawancara_dengan_pemilik_akun_twitter_poconggg_bagian_pertama_). Diakses 28 April 2012 pukul 16.02
- Saling Silang. Mei 2011. *Saling Silang Report: Indonesia Social Media Landscape Quarter 2. Januari-Maret 2011*. <http://www.slideshare.net/salingsilang/indonesia-social-media-landscape-q1-2011-2nd-salingsilangcom-report>. diakses pada 14 November 2011 pukul 15.23
- Sarno,David. 2011. Twitter creator Jack Dorsey illuminates the site's founding document. Part I. <http://latimesblogs.latimes.com/technology/2009/02/twitter-creator.html>. Diakses 28 April 2012 pukul 15.48
- Twitter Counter. 2011. Top Ten Twitter Accounts in Indonesia. [http://twittercounter.com/pages/country?time\\_zone=Jakarta](http://twittercounter.com/pages/country?time_zone=Jakarta). Diakses pada 13 Oktober 2011 pukul 15:27
- Twitter Counter. 2011. *@poconggg stats comparison*. [www.twittercounter.com/compare/Poconggg/PrincesSyahrini/6month/followers](http://www.twittercounter.com/compare/Poconggg/PrincesSyahrini/6month/followers). diakses 30 April 2012 pukul 17.01
- UPI. 2007. *E-learning, Media Pembelajaran, "Hakikat Media Pembelajaran"*. <http://kurtek.upi.edu/media/konsep%20media.htm>. Diakses pada 22 Mei 2012 pukul 15.32
- Wisnubrata. 22 September 2010. *Jepang Kalahkan Indonesia dalam Jumlah Pengguna Twitter*. <http://tekno.kompas.com/read/2010/09/22/1149479/Jepang.Kalahkan.Indonesia.dalam.Jumlah.Pengguna.Twitter-12>. diakses 16 November 2011 pukul 10.54

## **Jurnal**

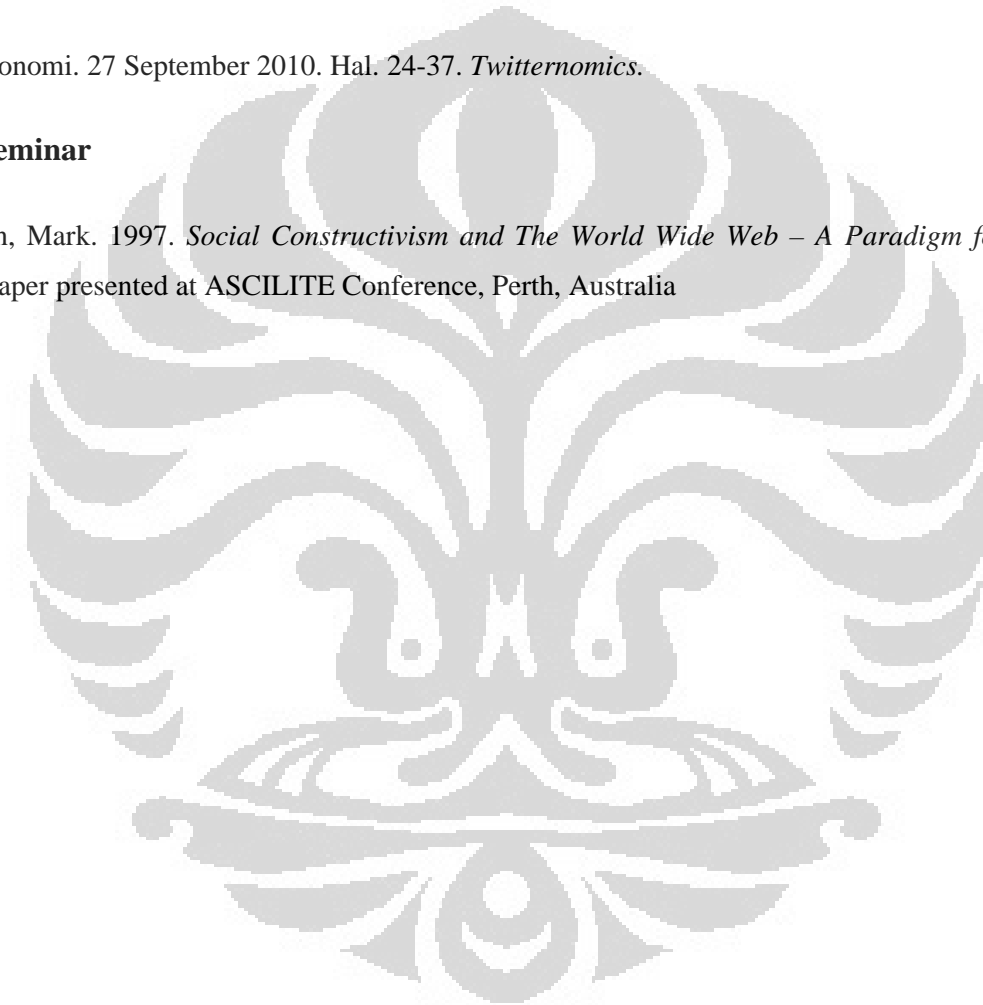
Marwick, Alice E dan Boyd, Danah. 2011. *To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter*. in *Convergence: The international Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 17. Edisi ke 2. London. SAGE Publications. Diakses dari <http://con.sagepub.com>

## **Artikel**

Warta Ekonomi. 27 September 2010. Hal. 24-37. *Twitternomics*.

## **Paper Seminar**

McMahon, Mark. 1997. *Social Constructivism and The World Wide Web – A Paradigm for Learning*. Paper presented at ASCILITE Conference, Perth, Australia







**LAMPIRAN I**  
**PEDOMAN**  
**WAWAWANCARA**

Pedoman Wawancara:

**I. PROFIL INFORMAN**

1. NAMA :
2. USIA :
3. HOBI :
4. PENGGUNAN MEDIA :
5. PEKERJAAN :

**II. POLA PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA TWITTER**

1. Dalam sehari kira-kira berapa lama ngebuka Twitter?
2. Ketika menggunakan Twitter, apa aja yang dilakukan? (*mention, retweet*, atau hanya mengikuti info yang ada di Twitter)
3. Hal-hal apa saja yang biasanya anda *retweet*?
4. Apa anda hanya melakukan *mention* kepada orang yang anda kenal saja?
5. Berapa kali dalam sehari anda melihat *timeline*?

**III. PENGETAHUAN TENTANG @POCONGG**

1. Tahu pertama kali tentang akun @poconggg dari mana atau dari siapa?
2. Apa yang menarik dari @poconggg ini?
3. Apa yang membuat kamu memutuskan untuk mem-follow @poconggg?
4. Apa kamu tahu siapa dia sebenarnya?
5. Apa saja yang biasa ditulis @poconggg di *timeline*-nya?
6. Selain di Twitter, apa @poconggg punya akun *social media* lain?

**IV. INTERPRETASI TENTANG SELEBRITI**

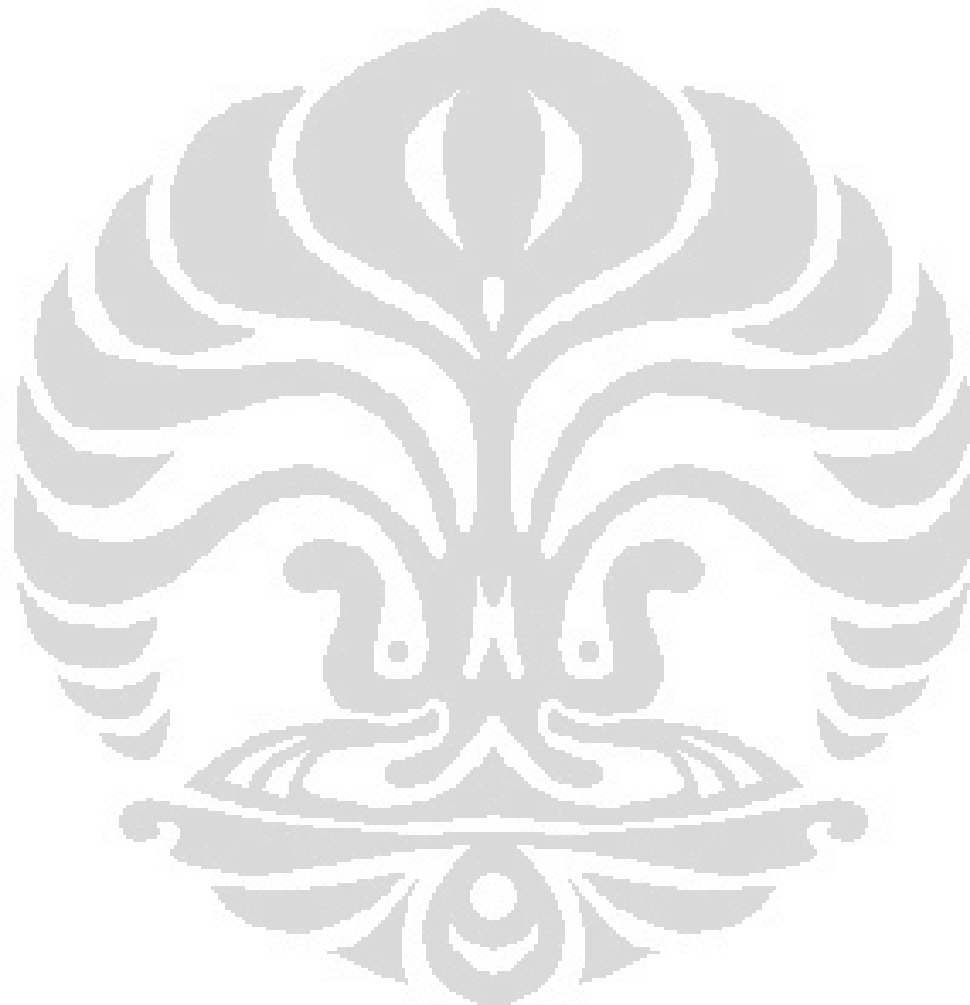
1. Menurut kamu apa sebenarnya selebriti itu?
2. Siapa sebenarnya mereka?
3. Apa yang membuat seseorang bisa dikatakan sebagai seorang selebriti?
4. Apa pengaruh/kekuatan yang selebriti miliki?
5. Bagaimana seseorang bisa mempertahankan kedudukannya sebagai selebriti?
6. Kenapa selebriti bisa hadir di tengah masyarakat?

**V. INTERPRETASI TENTANG @POCONGGG SEBAGAI SELEBRITI**

1. Menurut kamu, apa @poconggg itu bisa disebut selebriti?
2. Kalau iya, apa yang membuat kamu mengidolakannya?
3. Pengaruh apa yang kamu rasakan setelah 'mengikuti'-nya di Twitter?
4. Pernahkah *mention* kamu dibalas @poconggg?
5. Kalau pernah, apa yang kamu rasakan?
6. Pernahkah kamu mengikuti acara-acara dimana @poconggg menjadi pengisi acaranya, seperti talkshow tentang buku atau filmnya?

**VI. IDENTITAS SOSIAL @POCONGGG DI TWITTER ?**

- 1. Gimana kamu melihat si @poconggg ini?**
- 2. Menurut kamu karakternya bagaimana?**
- 3. Menurut kamu apa yang dia tunjukkan itu memang apa adanya atau dibuat-buat?**
- 4. Menurut kamu kenapa dia bersikap/berperilaku seperti itu?**





**LAMPIRAN II**  
**TRANSKRIP**  
**WAWAWANCARA**

## Transkrip Wawancara

**Nama** : AAB  
**Lokasi Wawancara** : Berli's Coffee Margo City, Depok

### **Pewawancara (P)**

#### **Balqis (AAB)**

**P:** oke, kita mulai dari profil dulu ya...kayak nama, usia, pekerjaan, sama ini..penggunaan media...maksudnya, untuk *nge*-akses social media pake apa..komputerkah, laptopkah, handphone...

**P:** oke..nama?

**AAB:** Army Annisa Balqis

**P:** usia?

**AAB:** 18 tahun

**P:** pekerjaan?

**AAB:** eeh..pengangguran, baru beres UN..

**P:** menggunakan alat apa untuk mengakses social media?

**AAB:** komputer, laptop, paling sering sih pake handphone...

**P:** hape ya? Hapenya smartphone?

**AAB:** iya smartphone...

**P:** oke...sekarang...sehari itu bisa berapa lama sih buka atau ngakses twitter?

**AAB:** kalo twitter sih, bisa sampe 24 jam...

**P:** 24 jam? Jadi *constantly* nge-cek, ngeliat...

**P:** oke...trus, sekarang...pas lagi online twitter itu ngapain aja sih? Maksudnya, nge-tweet aja, mention siapa gitu, ato nge-retweet juga...

**AAB:** biasanya nge-cek mention, sama biasanya ngeliat tweet temen-temen deket aja...

**P:** oh...temen-temen deket aja ya...oke..sering nge-retweet nggak?

**AAB:** iya sering sih..

**P:** sering...biasanya nge-retweet apa atau siapa gitu...

**AAB:** paling nge-retweet quote-quote yang lucu gitu...kayak funny quotes, peribahasa, anjinggombal...

**P:** ooh..funny quotes, damn it's true..yang gitu-gitu ya...trus siapa yang di re-tweet, apa temen-temen juga atau emang cuma quotes-quotes aja...

**AAB:** ya kadang temen-temen juga...misalnya apa yang pengen diomonginnya sama...

**P:** kamu punya alasan sendiri gak sih kalau mau follow akun-akun tertentu?

**AAB:** paling apa ya? Gak ada yang spesifik sih. Kalau aku suka sama isi tweetnya ya aku follow, kalau nggak ya gak usah follow. Lagian kan kalau misalnya ternyata isi tweetnya gak sesuai harapan tinggal unfollow aja. Di twitter enakya gitu, bisa bebas mau follow atau nggak orang. Bisa bebas nentuin info apa yang pengen kita dapet di timeline kita.

**P:** twitter kan bebas tuh ya, maksudnya asal kita tau *username*-nya kita bisa mention ke dia selama akunnya gak *diprotect* ya..nah, balqis sendiri kalo mention orang itu ke orang-orang yang kenal aja apa ke siapa aja biarin aslinya gak kenal juga?

**AAB:** kalo mention sih biasanya ke temen atau orang-orang yang deket aja...kadang-kadang juga ke orang-orang yang aku *follow*...

**P:** oh gitu...oke..tadi kan ditanya berapa lama biasanya nge-akses twitter, sekarang biasanya berapa kali sih kamu ngecek timeline kamu di twitter?

**AAB:** wah..gak keitung..

**P:** kira-kira berapa kali tuh? Ada lebih dari dua puluh kali?

**AAB:** ada lah..bisa nyampe ratusan juga bahkan..tiap muncul notification di hape, biasanya refleks juga ngecek...

**P:** oke..sekarang mulai masuk ke pocongg nih ya..pertama kali kamu tau pocong itu dari mana atau dari siapa?

**AAB:** dari temen-temen..jadi mereka bilang ini nih ada @pocongg lucu banget...tadinya kan dia itu gak jelas kan ya siapa orangnya...trus liat ternyata emang bener lucu...trus akhirnya follow, sampe sekarang deh...ya emang kadang-kadang lucu..kadang-kadang jayus...

**P:** menurut balqis sendiri apa sih yang menarik dari akun itu?

**AAB:** yak arena tweet dia lucu,konyol, trus kadang-kadang nyeleneh...jadi yaah..*worthed* lah untuk difollow..trus ya buat lucu-lucuan aja jadi semacam hiburan...

**P:** apa yang bikin balqis mutusin untuk ah iya deh gw follow aja...

**AAB:** ya itu tadi karena emang lucu aja..menghibur isi tweet-tweetnya...

**P:** kamu punya gambaran gak ini orang sebenarnya siapa sih?

**AAB:** dulu sih mikirnya raditya dika...tapi ternyata bukan kan..tapi taunya emang temennya juga...

**P:** Ok lanjut lagi, apa aja sih yang biasanya ditulis pocongg di timeline-nya?

**AAB:** Yang dulu apa yang sekarang?

**P:** Kayaknya lebih ke yang dulu ya.

**AAB:** Kalo yang dulu sih biasanya dia sering nakuti-nakutin orang, jadi misalnya dia lagi di suatu tempat dan dia nyeritain kalo di tempat itu ada hantunya. Dia dulu sering banget, tiap malem Jumat selalu buat cerita horror.

**P:** Sekarang bukannya masih ya?

**AAB:** Masih sih, tapi udah nggak sesering dulu.

**P:** Jadi mungkin dia sekarang ini karena banyak orang yang udah tau tentang dia, jadinya cerita horornya udah nggak ditanggapin lagi gitu ya?

**AAB:** Nggak sih, masih ditanggapin. Tapi karena dia udah dikenal di mana-mana jadi sering talkshow di mana-mana. Jadi frekuensi nge-tweetnya udah jarang.

**P:** Ok ok, terus apa lagi selain cerita-cerita tentang hantu?

**AAB:** Apalagi ya? (*berpikir sejenak*)

**P:** Bukannya sekarang isi tweet-tweetnya mincing-mancing diri dia sendiri untuk diledekin, iya bukan sih?

**AAB:** Iya, iya, kalo dulu kayak gitu. Tapi sekarang ia lebih banyak ngomongin tentang cinta-cintaan, jadinya lebih kurang menarik lagi kalo buat aku.

**P:** Tentang jomblo-jombloan gitu ya?

**AAB:** Ya.

**P:** Pengetahuan Balqis tuh, si pocongg ini, selain twitter, dia punya sosial media lainnya nggak?

**AAB:** Kayaknya dia punya komunitas-nya sendiri, terus dia juga sempet punya talkshow di salah satu stasiun televisi ya?

**P:** Sosial media lain yang dia gunain selain twitter?

**AAB:** Iya, dia punya facebook, wordpress, kayak blog gitu.

**P:** Ok. Sekarang kita ngomongin tentang selebriti ya. Menurut Balqis seleb tuh apa sih?

**AAB:** Apa ya? Orang terkenal biasanya.

**P:** Ok, tapi sebenarnya siapa sih seleb itu, ok dia orang terkenal, tapi siapa sih sebenarnya mereka itu? biasanya orang-orangnya siapa aja sih? Syarat orang bisa dibilang jadi selebritis itu apa sih?

**AAB:** hmmm, biasanya sih orang yang disebut selebriti itu orang yang terkenal. Syaratnya apa ya? Biasanya sih yang sering muncul di media. Kayak Paris Hilton, dia selalu diberitain dimana-mana.

**P:** Jadi syaratnya itu aja?

**AAB:** biasanya sih celeb itu kan dari kalangan aktor,aktris, atau atlet yang punya prestasi atau bakat, terus terkenal karena bakatnya itu. Tapi kalau kaya Paris Hilton itu ya dia kan gak punya prestasi apa-apa. Dia terkenal cuma karena dia dari keluarga kaya yang punya hotel di seluruh dunia. Jadi mau punya prestasi apa nggak asal sering muncul di media bisa aja jadi celeb mendadak.

**P:** Menurut kamu, celeb tuh punya kekuatan dan pengaruh, tapi seberapa besar sih sebenarnya kekuatan mereka atau pengaruh mereka?

**AAB:** *(tertawa bingung)* Maksudnya gimana sih, nggak ngerti?

**P:** Ya sekarang kan karena dia terkenal dia pasti punya pengaruh terhadap orang-orang. Jadi gini, karena dia terkenal dia bisa mempengaruhi orang-orang, dan menurut Balqis celeb itu bisa mempengaruhi orang lain nggak sih?

**AAB:** Oh bisa, tergantung celeb nya itu sendiri, kalo dia punya personaliti yang kuat ya dia bisa mempengaruhi orang lain. Misalnya, satu celeb nih tapi dia nggak punya sesuatu yang kuat ya akhirnya dia juga tidak bisa mempengaruhi siapa pun. Kayak Lady Gaga sekarang, personaliti dia itu kuat banget. Liat aja itu fans-fansnya yang ngantri tiket konser sampe ikut-ikutan gaya dandanan dia.

**P:** Jadi menurut Balqis apa yang bisa membuat seorang selebriti dapat bertahan menjadi selebriti tersebut, maksudnya untuk mempertahankan popularitas mereka?

**AAB:** Ya paling kreativitas, ya. Maksudnya orang itu nggak bakal terkenal kalo nggak ngelakuin hal yang berbeda.

**P:** beda sama kreatif yang seperti apa ya?

**AAB:** jangan gitu-gitu aja. Paling gampang Syahrini deh. Mulai dari bulu mata anti badai sampe jambul khatulistiwa. Ada aja yang bikin dia jadi beda sama artis laen.

**P:** Jadi maksudnya walupun dia terkenal dia harus terus memperbaiki diri untuk tetep punya popularitas.

**AAB:** Iya.

**P:** Menurut Balqis kenapa sih bisa sampe ada yang namanya selebritis?

**AAB:** Kenapa bisa sampe ada? *(terlihat bingung)*

**P:** Iya, kenapa sih mereka bisa sampe muncul?

**AAB:** Iya itu tadi, karena mereka ada followers-nya. Bener-bener ada yang menganggumi mereka, dalam artian sampai-sampai ada media yang terus menyorot dia.



**P:** Jadi media turut berperan serta gitu ya?

**AAB:** Ya.

**P:** Ok, tadi kan kita udah ngomongin poconggg dan selebriti. Sekarang menurut kamu poconggg sudah bisa disebut selebriti bukan?

**AAB:** Iya sudah.

**P:** kenapa menurut kamu dia sudah masuk kategori selebriti?

**AAB:** karena ya itu, dia punya fans yang follow dia sampe sejuta lebih, apa yang dia omongin juga sering jadi trending topic di twitter. Kan artiya dia punya pengaruh yang besar di twitter.

**P:** Menurut kamu apa sih yang membuat kamu atau orang lain mengidolakan dia?

**AAB:** Menurut aku karena mungkin tampangnya, karena setelah diketahui muka dia cukup ganteng.

**P:** Nggak jelek-jelek amat gitu ya?

**AAB:** Ya, dan juga karena faktor dia itu kan temannya Raditya Dika sama Bena Kribo.

**P:** Oh ya karena dia juga punya temen-temen terkenal.

**AAB:** Iya, orang terkenal kan lingkungan sekitarnya juga ada orang yang terkenal-nya.

**P:** Kamu ngerasain ada perubahan nggak sih setelah ngikutin si poconggg ini?

**AAB:** Iya ada sih. Tadinya si poconggg kan suka ngetweet yang serem-serem gitu, sekarang dia berubah jadi suka ngetweet yang tenatang jomblo-jomblo gitu, bahkan sekarang kan dia disebut duta *move on*, (*tertawa*) sampe tahu gitu ya gue, heheheh.

**P:** Ya berarti kan *follower* asli gitu kan. Tapi maksudnya itu perubahan yang lo rasa di diri lo, bukan perubahan di akun si @poconggg-nya..

**AAB:** ooh maksudnya itu, mmm...gak ada perubahan apa-apa sih soalnya ya follow dia juga kan buat seneng-seneng aja bukan buat yang serius kayak nyari petunjuk hidup atau yang gimana gitu.

**P:** ooh gitu... Terus pernah mention-nya dibales sama poconggg nggak?

**AAB:** Kalo akun sendiri sih belum pernah. Tapi dulu kelas aku itu punya akun twitter, dan waktu itu kita *bikin* gambar si poconggg, dan mention ke dia dengan tulisan "nih, gue punya gambar buat loe." Dan dibales sama dia,"Thanks ya."

**P:** Ok, pernah dateng ke acara-acara waktu dia punya acara atau jadi pengisi suatu acara nggak?

**AAB:** Hmmm, nggak.

**P:** Ok, Menurut kamu karakter orang yang punya akun poconggg ini gimana sih? Dari tweet-tweet dia?

**AAB:** Hmm, apa ya. Mungkin dia orangnya itu *cheerful* terus orangnya *easy going* kayaknya, dia kan punya komunitas juga jadi keliatannya orangnya punya banyak teman, gampang bergaul gitu.

**P:** Hmm, ok, *talkative* juga gitu ya?

**AAB:** Iya. *Talkative* juga.

**P:** Terus kalo ngeliat isi tweet-tweetnya sama bahasa yang dia pakai, kamu biasa ngebayangin nggak dia itu dari kelompok yang seperti apa sih? Misalnya, dari isi tweet-nya bisa keliatan apakah dia mahasiswa atau dari kalangan *jet set* atau gimana gitu, bisa kebayang nggak?

**AAB:** Kebayang, kebayang banget. Dari mulai dia ngetweet keliatan dia ini kayaknya anak gaul menengah ke atas. Nongkrongnya aja di PIM atau Kemang.

**P:** Terus, menurut kamu dia itu kalo dilihat dari isi tweet-tweetnya kelihatan nggak dia itu mendukung suatu kalangan tertentu, misalnya kalo ngeliat tweet-tweet dia yang konyol, mungki dia berpihak kepada orang-orang yang konyol gitu?

**AAB:** Nggak sih, dia mah kalo mau nyindir, ya nyindir aja nggak ngeliat orangnya siapa.

**P:** Nggak ya, berarti dia tidak melakukan keberpihakan gitu ya? Ok, lalu, dulu kan dia selalu ngelakuin hal-hal konyol dan cerita tentang horror gitu. Ini kita ngomongin tingkat kepercayaan nih, kamu seberapa percayanya sih kalo isi-isi tweet nya pocong itu bener kejadian gitu? Mungkin aja yang dia omongin itu beneran kejadian sama seseorang gitu.

**AAB:** Hmm, nggak sih. Nggak mau percaya juga.

**P:** Tapi menurut Balqis, hal tersebut menjadi sebuah isu sendiri nggak sih? Seseorang membuat orang lain percaya sama dia untuk sekedar membuat orang lain mem*follow* dia gitu?

**AAB:** Hmm, nggak sih.

**P:** Jadi sebenarnya, kalo kita emang beneran suka sama apa yang orang tulis kalo mau *follow* ya *follow* aja gitu? Bukan karena masalah percaya sama yang dia tulis atau tidak gitu ya?

**AAB:** Iya sih, itu tergantung pilihan orang itu sendiri.

**P:** Ok. Oh iya, pas dulu-dulu itu, sebelum dia ketahuan jati dirinya, menurut Balqis dia itu emang orangnya konyol apa dia ngetweet yang konyol-konyol supaya orang tertarik dan mem*follow* dia?

**AAB:** Hmm, kayaknya emang dia orangnya konyol beneran sih. Ya itu tadi, dia bergaulnya juga sama orang-orang konyol jadi keikut konyol juga.

**P:** Walaupun sekarang karena udah terkenal kekonyolan dia jadi berkurang gitu ya.

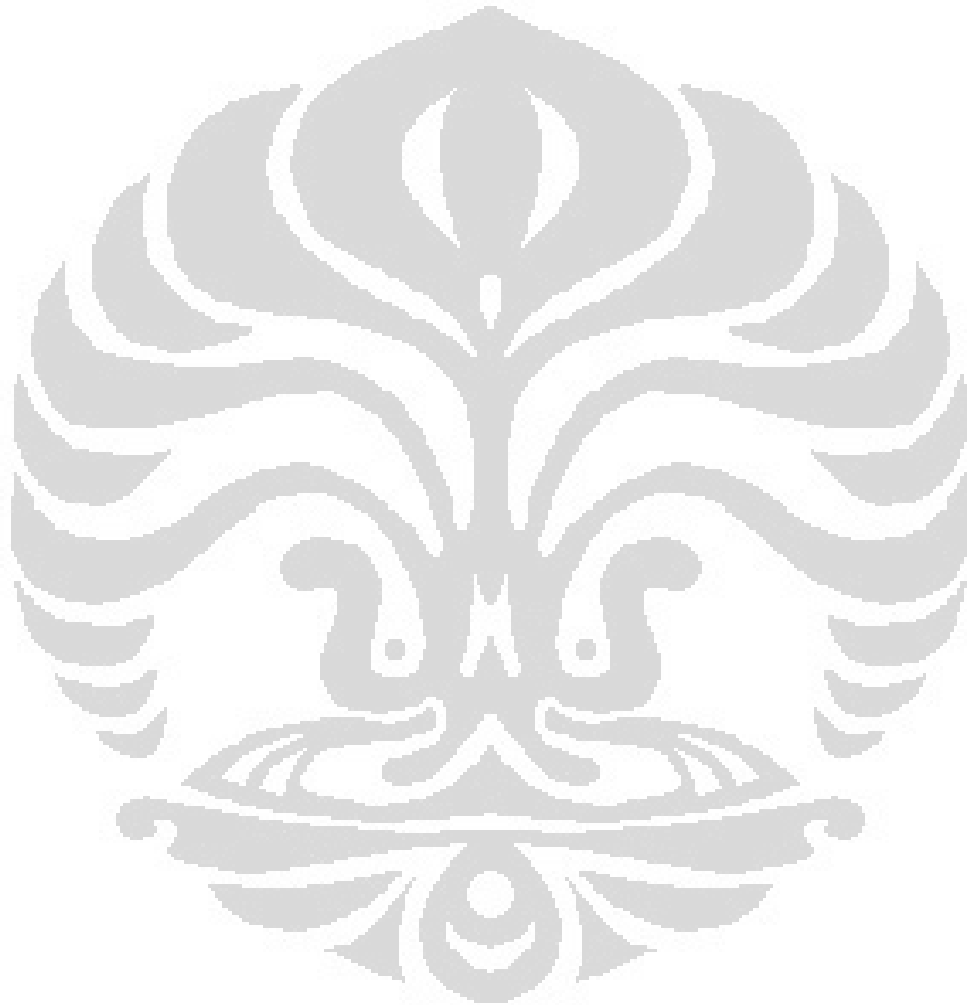
**AAB:** Iya.

**P:** Tapi menurut Balqis, kenapa sih dia bersikap konyol?

**AAB:** Mungkin dia mau jadi trendsetter juga kali ya. Soalnya kan dia suka ngomong apa terus semuanya jadi ikutan dan suka jadi trending topic.

**P:** hmmm, ok deh, cukup dulu sih itu. makasih banyak ya Balqis atas waktu dan jawaban-jawabannya.

**AAB:** Iya, ok. Sama-sama.



## Transkrip Wawancara

Nama lengkap : MT

Lokasi Wawancara : Komplek AU Triloka, Pancoran, Jakarta Selatan

**P: Halo Ratrie, langsung aja ya kita mulai wawancaranya.**

R: iya kak.

**P: usia kamu sekarang berapa trus kegiatan kamu sekarang apa?**

R: umur aku sekarang 14 tahun trus aku baru lulus dari SMP 115 Jakarta

**P: Biasanya kamu buka Twitter itu pake apa?**

R: aku biasanya pake laptop sama BlackBerry (BB). Tapi lebih seringnya BB sih.

**P: oke. Nah, sekarang dalam sehari kira-kira berapa lama ngebuka Twitter?**

R: Oh, iya. Buka terus, pokoknya diatas dua belas jam aja. Kan aku megang BB terus jadinya twitteran terus.

**P: Ketika menggunakan Twitter, apa aja yang dilakukan? (*mention, retweet*, atau hanya mengikuti info yang ada di Twitter)**

R: Ya aku ngelakuin semuanya sih. Mention temen-temen, liat-liat timeline orang, sama paling retweet hal-hal yang aku rasa menarik.

**P: hal-hal yang menarik tuh kaya apa ya?**

R: kayak apa ya...karena aku suka K-Pop ya aku biasanya kalo retweet tuh tweet-tweet dari kpop sama tweet yg lucu-lucu. Kaya @poconggg atau @anjinggombal yang isinya gombalan-

gombalan jayus. Sama tentang quote-quote gitu deh...IHateQuotes, DamnItsTrue, FunnyOrFacts...yang gitu-gitu deh.

**P: Apa kamu hanya melakukan *mention* kepada orang yang kamu kenal saja?**

R: Kadang sih temen-temen baru yg baru kenal di internet juga mention-mentionan. Kan banyak temenku dari amerika, ketemunya di twitter semua..

**P: Berapa kali dalam sehari kamu melihat *timeline*?**

R: Berkali-kali. Lebih dari duapuluh kali juga kok. Soalnya tiap hape bunyi ato getar, pasti langsung ngecek juga.

**P: Kamu d twitter follow apa aja sih?**

R: apa ya, aku kan suka K-Pop ya jadi follow akun-akun yang suka ngebahas K-pop gitu. Terus aku juga follow @poconggg, @radityadika yang seru-seru aja sih, quote-quote juga kayak IHateQuotes gitu...

**P: ooh gitu..kamu tahu pertama kali tentang akun @poconggg dari mana atau dari siapa?**

R: Dari twitter ngeliat dari tweetnya di re tweet sama temen.

**P: pertama kali ngeliat isinya apa yang kamu pikir tentang akun ini?**

R: ya heran dan kaget aja kok ada orang yang konyol kayak gini, bikin akun hantu tapi isinya galau-galauan sama cinta-cintaan..

**P: menurut kamu apa sih yang menarik dari akun @poconggg ini?**

R: Dia jomblo. Trus semua orang suka ngeledek-ledekin dia. Pokoknya dia keliatan tolol banget deh.

**P: oke..trus apa yang membuat kamu memutuskan untuk mem-follow @poconggg?**

R: Karena banyak orang yg ngeledekin dia trus di retweet, trus itu lucu-lucu.

**P: cuma karena itu aja?**

R: apa lagi ya...oia, jadi aku juga bisa ada bahan obrolan sama temen-temen di sekolah...kelakuan dia di twitter itu sering banget jadi bahan tertawaan aku sama temen-temen aku di sekolah.

**P: Apa kamu tahu siapa dia sebenarnya?**

R: Tau, arief muhammad. Dia tuh kebuka kedoknya beberapa bulan yg lalu soalnya ada yg ga suka sama dia.

**P: Gak suka gimana maksudnya?**

R: Iya jadi ada satu orang followernya yang ngebongkar siapa dia terus ngasih fitnah gitu kalo dia menghina nabi Muhammad lah, ngehina islam lah...sempet simpang siur juga sih, aku juga gak tau yang mana yang berita yang bener, itu kan cuma isu...yang penting itu buat aku selama isinya gak nipu orang, bukan hoax. Aku sih gak apa-apa.

**P: Kalo sebelum dia kebongkar tau gak dia itu siapa?**

Nggak juga sih, tapi emang penasaran siapa sih ini orang, sempet ada yang bilang dia itu raditya dika, tapi ternyata bukan. Aku nyangkanya sih dia cuma anak kuliah biasa yang emang kelakuannya tolol dan jayus.

**P: Trus apa saja yang biasa ditulis @poconggg di *timeline*-nya?**

R: Suka bikin galau orang pake twit-twit tentang LDR, HTS, jomblo menahun banyak deh, cerita-cerita horor. Sekarang cuma itu doang. Kalo dulu lebih banyak lagi, kaya cari-cari opini buat bikin buku.

**P: Selain di Twitter, apa @pocongg punya akun *social media* lain?**

R: Dia punya blog. Tapi jarang dia *update* sih sekarang-sekarang. Dulu masih rutin lah dia nulis di blognya. Sekarang sih udah sibuk kali ya.

**P: Nah sekarang menurut kamu apa sebenarnya selebriti itu?**

R: Selebriti itu orang yang dikenal orang banyak.

**P: kamu tau gak siapa sebenarnya mereka?**

R: Ya, orang yang dikenal, tapi yg punya talent gitu loh, misalnya bisa ngelucu, bisa nari atau bisa *dance* gitu.

**P: nah kalau di twitter? Kan gak keliatan orang itu bisanya apa cuma bisa diliat okehannya aja..klo d twitter itu selebriti itu yang kayak gimana ya?**

R: mmm...yang banyak followernya aja kali ya?

**P: jadi cukup punya follower yang banyak aja bisa dibilang seorang selebriti?**

R: soalnya di twitter itu kan follower itu jadi tanda seberapa banyak orang yang mau ngedengerin omongan kita, berarti orang yang followernya banyak kan punya daya tarik yang bikin orang mau ngedengerin dia...

**P: Menurut kamu apa yang membuat seseorang bisa dikatakan sebagai seorang selebriti?**

R: Ya itu tadi kak, dia itu pasti bisa narik orang untuk suka sama dia, mau ngedengerin omongan dia, dia punya kelebihan yg bisa menarik perhatian orang lain.

**P: menurut kamu apa sih pengaruh/kekuatan yang selebriti miliki? Maksudnya dia bisa bikin fansnya atau orang-orang sampe gimana sih?**

R: Kalo dia punya sesuatu yg unik, itu pasti ditiru. Bikin fansnya tergila-gila. Bikin fansnya ngikutin apa yang dia lakuin.

**P: Maksudnya unik gimana?**

R: gimana ya...dia itu punya kharisma yang bikin orang jadi pengen deket sama dia. Orang-orang pengen bisa kayak dia. Makanya orang-orang biasanya suka ngikut-ngikutin gaya artis idolanya. Malah di Amerika pas kemaren pemilu, artis-artis sana ngajak orang-orang Amerika buat make hak pilih mereka buat dukung Obama, akhirnya dia yang menang kan.

**P: Bagaimana seseorang bisa mempertahankan kedudukannya sebagai selebriti?**

R: Errr... apa ya mas.. itu maksudnya gimana? Mungkin dengan cara bersikap unik kali ya mas..

**P: maksudnya itu kan namanya selebriti itu gak terus-terusan ada, kadang di atas, kadang di bawah nah, biar dia bisa tahan lama di atas popularitas dia itu gimana ya?**

R: Ooh gitu...ya paling gampang sih bikin sensasi aja terus biar jadi pusat perhatian kayak syahrini gitu. Ada aja yang bikin dia diomongin. Mau bagus mau jelek yang penting orang-orang pada ngeh sama dia

**P: Kenapa selebriti bisa hadir di tengah masyarakat?**

R: Karna masyarakat butuh entertainer. Mereka butuh hiburan dan idola.

**P: Menurut kamu, apa @poconggg itu bisa disebut selebriti?**

R: Bisa, karna dia udah tampil di tv-tv dan banyak orang yg ngefans sama dia.

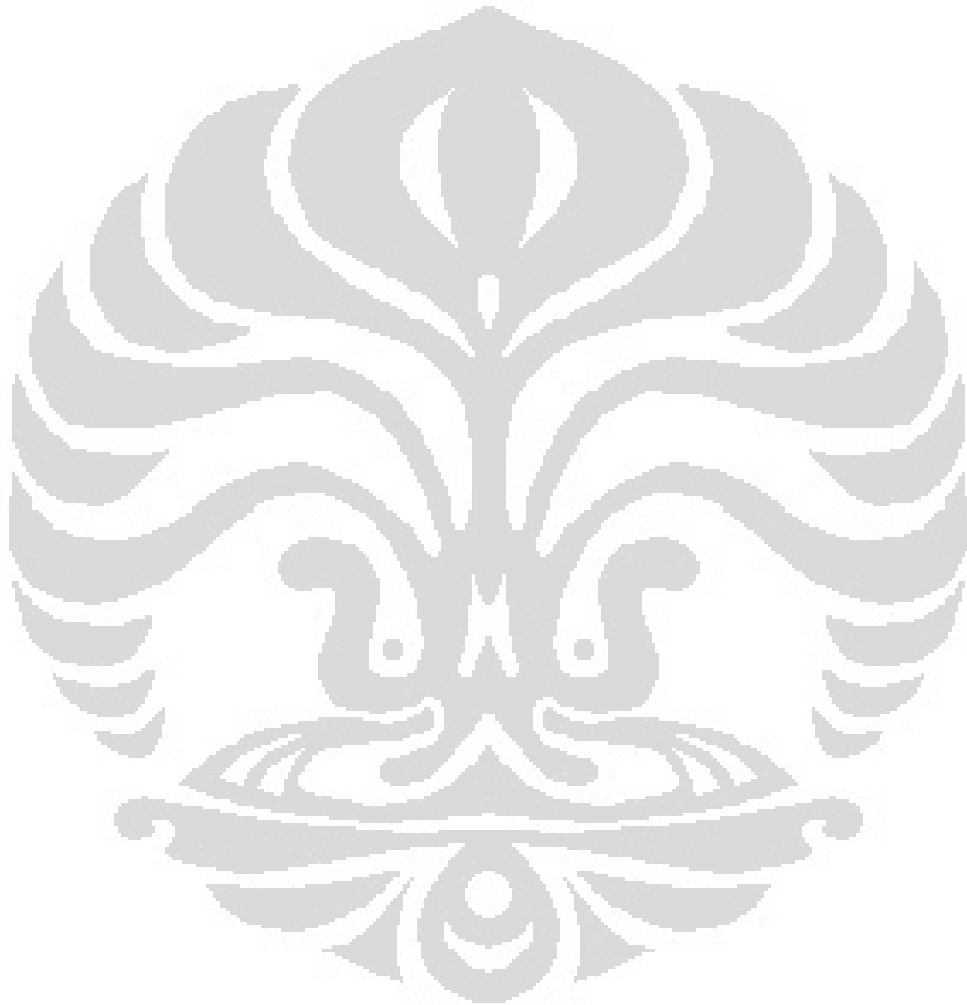
**P: Tapi pas sebelum masuk tv dia udah bisa dibilang selebriti belum?**

R: kalau untuk kalangan twitter sih ya udah..orang Indonesia yang punya dan make twitter pasti tau @poconggg...dia cuma kalah sama sherina, vidi aldiano, sama agnes monica jumlah followernya...padahal dia cuma ngelawak doang di Twitter.



**P: terus, apa yang membuat kamu mengidolaknya?**

R: Karna dia ganteng dan dia lucu. Lumayanlah, ga ganteng2 amat sebenarnya. Tapi kalau sebelum dia ketahuan sih aku suka dia soalnya isi tweet-tweetnya itu lucu dan menghibur.



**P: Pengaruh apa yang kamu rasakan setelah 'mengikuti'-nya di Twitter?**

R: Paling jadi ikut-ikutan beli bukunya dia, bela-belain ngutang dulu ke temen soalnya pas bukunya terbit lagi jalan-jalan tapi uangnya pas-pasan. Terus jadi suka ikut-ikutan games nya dia di twitter.

**P: Kamu pernah mention @poconggg gak?**

R: Pernah lah. Sering kok, gak cuma mention tapi juga retweet omongan-omongan dia yang lucu.

**P: Trus dibalas gak?**

R: Nggak.

**P: kesel nggak, mention kamu nggak pernah dibalesin, atau retweet gak pernah dikomentarin?**

R: sempet sih kesel dulu-dulu, maksudnya kok dicuekin sih. tapi ya udah sih aku kan follow dia biar bisa terhibur sama tweet-tweetnya bukan pengen ikutan beken gara-gara dmention dia.

**P: Pernahkah kamu mengikuti acara-acara dimana @poconggg menjadi pengisi acaranya, seperti talkshow tentang buku atau filmnya?**

R: Kalo ngikutin ga pernah langsung, tapi kalo di tv pernah. Kan dia sempet punya acara talkshow di TransTV. Aku nonton terus.

**P: Gimana kamu melihat si @poconggg ini?**

R: Orang yg gampang di bully tp dia pingin sok-sok jadi playboy.

**P: Menurut kamu karakternya bagaimana?**

R: Lucu sih. Lucu. Trus ngelawak banget.

**P: Menurut kamu apa yang dia tunjukkan itu memang apa adanya atau dibuat-buat?**

R: Dibuat-buat.

**P: Menurut kamu kenapa dia bersikap/berperilaku seperti itu?**

R: Karna banyak orang yg suka kalo dia bersikap kaya gitu.

**P: Oke Ratrie, kayaknya cukup itu aja. terima kasih ya sudah mau diwawancara**

R: Iya sama-sama kak.



## Transkrip Wawancara

Nama Lengkap : KAS

Lokasi Wawancara : J'CO Pondok Indah Mall, Jakarta Selatan

**Pewawancara (P):** Hallo Rima, pertama-tama aku mau bilang makasih ya, sudah mau menyempatkan waktu untuk aku wawancara.

**P:** Kita mulai aja ya langsung. Hmmm, boleh tau nama panjang kamu, ga?

**Rima (KAS):** Boleh, Aku Karima Azalea Sutiyo.

**P:** Ok, dipanggilnya Rima, ya? Boleh tau umurnya berapa dan kegiatannya lagi sibuk apa sekarang ini?

**KAS:** Aku baru lulus SMA, kak. Sekarang lagi persiapan untuk SNMPTN, jadi ya paling lagi les-les intensif gitu.

**P:** Oh baru lulus, berarti umurnya sekarang 17 tahun kan ya?

**KAS:** Udah hampir 18 sih, kak. 2 bulan lagi aku 18 tahun.

**P:** Tapi ya berarti tetep masih 17 tahun dong.

**KAS:** Hehehe..iya sih.

**P:** Boleh tahu hobi kamu, Rima?

**KAS:** Aku suka nulis, kak. Suka baca juga dan hang out sama temen-temen.

**P:** Oke.. hmmm, langsung aja ya, gini, karena skripsi aku membahas tentang twitter, aku mau tanya-tanya kamu bersangkutan dengan twitter ya?

**KAS:** Ok.

**P:** Sebelumnya, aku mau tanya. Kamu biasanya *online* dari mana? Media-nya gitu?

**KAS:** Hmm, laptop, BB (blackberry), sama Ipad.

**P:** Dalam sehari kira-kira berapa lama, *sih*, kamu *ngebuka* Twitter?

**KAS:** Aku buka twitter itu biasanya, pagi-pagi pas mau sekolah atau beraktivitas, terus abis itu siang, setiap ada kesempatan pasti buka twitter, pas mau makan siang *sih* biasanya aku update status dulu, pas malem udah mau tidur juga buka twitter lagi sekali buka bisa ampe sejam lebih, gitu deh.

**P:** Oh, berarti cukup sering ya? Terus, ketika kamu ngegunain Twitter, apa aja yang dilakuin? Kayak misalnya mention, retweet, atau hanya mengikuti info yang ada di Twitter?

**KAS:** Biasanya pertama, aku ngecek mention-an dulu, terus bacain timeline, kalo ada yang menarik dari TL ya pasti aku retweet.

**P:** Hal-hal apa aja *sih* yang biasanya kamu retweet?

**KAS:** Aku suka nge-retweet IHateQuotes, FunnyQuotes, DamnIt'sTrue, terus biasanya aku ngeretweet artis-artis kesukaan aku gitu deh.

**P:** Oh, akun-akun macem gitu yah, oke oke. Apa kamu hanya melakukan mention kepada orang yang kamu kenal aja atau gimana?

**KAS:** Nggak, waktu itu aku mention Lukman Sardi dan dibales sama dia! Seneng banget, terus aku langsung pamer ke semua orang.

**P:** Oh kamu ngefans sama Lukman Sardi?

**KAS:** Hmm, ga ngefans banget banget gitu *sih*, cuma suka sama kagum aja.

**P:** Oh gitu. Berapa kali *sih* dalam sehari kamu ngeliat timeline?

**KAS:** Ga keitung kak, hahaahaha... bisa hampir ratusan kali mungkin, kan update twitternya aku atur supaya setengah jam sekali, tapi kalo ada mention pasti langsung aku buka.

**P:** Ok deh, hmmm, kamu biasanya follow siapa aja sih di twitter, selain temen-temen?

**KAS:** Banyak, kak. Misalnya, quotes-quotes gitu, terus artis yang aku suka, lokal maupun internasional, detik.com dan akun berita lainnya juga suka kok.

**P:** Kamu tahu tentang akun @poconggg pasti kan ya

**KAS:** Iya

**P:** Follow dia kan ya?

**KAS:** Yes

**P:** Pertama kali tahu tentang akun @poconggg dari mana atau dari siapa?

**KAS:** Dari temen aku, mereka ngomongin melulu, jadi penasaran aja.

**P:** Menurut kamu apa sih yang menarik dari @poconggg ini?

**KAS:** Apa yah? (*berpikir sejenak, kembali meminum cappuccino-nya*) Hmmm, aku sih awalnya ga mau follow dia, karena aku takut sama pocong, dan ngeri gitu kalo ngeliat avatarnya si poconggg, tapi karena pengen nyambung ngobrol sama temen-teman, ya udah aku follow aja. Eh lama kelamaan, pas ngebacain TL nya dia, ternyata dia ga serem sama sekali, konyol banget malah, jayus-jayus bego gimana gitu. Hehehe.

**P:** Terus apa yang membuat kamu memutuskan untuk mem-follow @poconggg?

**KAS:** Yaa, itu. Karena mau tau selucu apa si poconggg itu, terus pengen seru-seruan juga ngobrol sama temen, biar nyambung.

**P:** Kamu tahu ga sebenarnya dia itu siapa?

**KAS:** Arief Muhammad.

**P:** Bukan, maksudnya sebelum dia terkenal, tadinya dia itu siapa sih? Kamu ngeh ga tentang hal itu?

**KAS:** Oh (*baru mengerti maksud dari pertanyaan*). Iya, awalnya kan ga ketauan ya dia itu siapa. Aku sih ga ikutan pusing nebak-nebak dia itu siapa, ga peduli juga, yang penting aku ngerasa terhibur kalo baca TL dia, tapi temen-temen pada bilang dia itu Raditya Dika. Tapi kan sekarang udah ketauan dia siapa, ya jadi tau kalo dia bukan Raditya Dika, tapi emang temennya, gitu.

**P:** Oke, berarti kamu nyimak banget kan ya tentang si pocongg ini, nah apa saja sih yang biasa ditulis @pocongg di timeline-nya?

**KAS:** Hmm, dia dulu sering ritual ngetweet horror kalo malem Jumat, terus tiap malem Minggu dia ngetweet tentang kegalauan dia jadi jomblo, terus sekarang-sekarang ini, tiap pagi, dia pasti ngetweet tentang yang galau-galau juga. Kayak misalnya, “Hai kamu yang masih ngarep untuk jadian sama gebetan kamu. Gitu sih biasanya.

**P:** Oh gitu, aku jadi tau nih. Ok, selanjutnya, aku mau nanya. Kamu tau ga, selain di Twitter, apa @pocongg punya akun sosial media lain?

**KAS:** Aku taunya cuma blog dia aja, tapi ga inget juga namanya apa. Hehehe (*tertawa*)

**P:** Ok, sekarang aku mau nanya yang lain dulu nih. Menurut kamu apa sebenarnya selebriti itu?

**KAS:** Selebriti itu orang terkenal (*tersenyum polos*)

**P:** Siapa sih sebenarnya mereka?

**KAS:** Biasanya sih yang bekerja di industri kreatif, kayak entertainment gitu. Kayaknya sih gitu. Dan biasanya memiliki prestasi yang bagus terus mereka jadi terkenal karena prestasi itu, terus jadi punya fans, eh terus jadi terkenal deh. Kayak Super Junior gitu misalnya.

**P:** Menurut kamu apa yang membuat seseorang bisa dikatakan sebagai seorang selebriti?

**KAS:** Iya itu kak, tadi kayak jawaban aku (*tidak mau mengulang jawaban*).

**P:** Oh jadi, menurut kamu. Selebriti itu adalah yang berkecimpung di dunia entertainment?

**KAS:** Yup (*kembali meminum cappuccino-nya*)

**P:** Oke, menurut Rima, apa pengaruh atau kekuatan yang selebriti miliki?

**KAS:** Hmm, apa ya? (*berpikir sejenak*) Pengaruhnya atau kekuatannya mungkin jadi bisa mempengaruhi fans-nya untuk bergaya seperti mereka. Mirip tadi kataku, si super junior itu, terus kan sekarang lagi jaman K-pop, nah kan jadi mempengaruhi gaya busananya remaja-remaja di Indonesia gitu.

**P:** Oh oke oke, bener juga. Lalu, menurut kamu bagaimana seseorang bisa mempertahankan kedudukannya sebagai selebriti?

**KAS:** Mungkin dengan terus berkarya, dan karyanya itu juga harus tetep bagus atau unik. Jadi dia bisa terus eksis dan orang juga nungguin apa lagi nih yang mau dia lakuin.

**P:** Kemudian, menurut Rima, kenapa selebriti bisa hadir di tengah masyarakat?

**KAS:** Hmm (*garuk-garuk kepala*). Karena orang-orang yang bikin mereka jadi seleb. Maksudnya ya orang jadi seleb gara-gara fans mereka, kalau gak ada yang nge-fans masa iya bisa jadi terkenal. Fansnya sendiri karena ngerasa pengen bisa seperti si seleb ini, mereka pengen bisa seperti Justin Bieber, Cristiano Ronaldo.

**P:** Menurut kamu, apa @pocongg itu bisa disebut selebriti?

**KAS:** Dulu sih nggak kayaknya, tapi sekarang kan dia banyak banget diekspos media yah, sampe sempet punya acara sendiri, terus sering diundang talk show mengenai menulis, misalnya. Jadi ya, sekarang sih dia udah jadi seleb, kalo menurut aku sih gitu.

**P:** Terus, karena kamu follow pocongg, berarti kamu mengidolakan dia berarti kan ya? apa sih yang ngebuat kamu ngidolain dia?

**KAS:** Hmm, karena dia lucu, dan kadang yang dia tweet tuh berdasarkan kenyataan, jadi realistis banget gitu. Hmm, mungkin karena aku senasib sama dia kali ya, kak, hahahahaha.(tertawa salah tingkah)



**P:** Lalu, ada pengaruhnya nggak sih. Maksudnya pengaruh apa yang kamu rasakan setelah ‘mengikuti’-nya di Twitter?

**KAS:** Pengaruhnya sih, paling cuma.. (*berpikir sejenak*) hmmm, bisa menghibur aku kalo lagi bete, paling gitu, kak.

**P:** Oke. Pelipur lara-lah gitu yah.

(*Rima tersenyum dan mengangguk-angguk*)

**P:** Terus, pernah mention @poconggg nggak?

**KAS:** Sering. Kalo dia ngetweet tentang suatu tema, aku pasti RT atau Reply, kak. Abis kocak.

**P:** Oke. Lalu pernah dibales nggak mentionnya, RT atau Reply-nya?

**KAS:** Nggak. (*sembari menggeleng*)

**P:** Oke. Lalu, pernah nggak kamu ngikutin acara-acara dimana @poconggg menjadi pengisi acaranya, seperti talkshow tentang buku atau filmnya?

**KAS:** Bukan acara talk show sih, kak. Tapi waktu itu pernah ikutan sesuatu, aku nggak tau jenisnya dan waktu itu dia masih misterius. Udah lama banget, jadi waktu dia di Citos, dia bilang, kalo ada yang neriakin nama kita sendiri di counter-nya Baskin Robins, dia bakal cantumin nama kita di buku dia. Terus karena aku sekolahnya kan di BM yah, deket kan tuh, ya aku nekat aja, bareng temen-temen ke sana dan neriakin nama kita sendiri, sampe waktu itu ditegur sama *security*-nya. Malu banget, tapi seru! (*bercerita dengan semangat*)

**P:** Oh gitu, terus, ada nama kamu di buku dia?

**KAS:** Ga ada, hahahahaha (*tertawa terbahak*). Nggak apa-apa sih, buat lucu-lucuan aja.

**P:** Hahaha, oke, oke. Pertanyaan selanjutnya adalah gimana kamu melihat si @poconggg ini?

**KAS:** Hmmm, orangnya kayaknya seru, demen becanda, blak-blakan, kalo ngomong kayaknya nggak dipikir dulu gitu, asal nyeplos aja.

**P:** Menurut kamu karakternya bagaimana?

**KAS:** Kayaknya orangnya kreatif ya, ada aja gitu yang dia omongin di twitter, dan lucu, humoris kayaknya deh.

**P:** Menurut kamu apa yang dia tunjukkan itu memang apa adanya atau dibuat-buat?

**KAS:** Kayaknya emang aslinya kayak gitu.

**P:** Menurut kamu kenapa dia bersikap atau berperilaku seperti itu?

**KAS:** Seperti apa maksudnya? (*kurang mengerti pertanyaan*)

**P:** Kenapa dia ngebanyol di twitter?

**KAS:** Buat seru-seruan, menyalurkan kreativitas dia. Biar bisa menghibur orang.

**P:** Oke, oke. Wah pengetahuan kamu banyak ya tentang dia.

**KAS:** Ah biasa aja, kak. (*tersenyum malu*)

**P:** Ok deh, Rima. Makasih banyak loh udah mau ngebantuin aku. Sukses ya SNMPTN-nya.

**KAS:** Iya, sama-sama kak. Makasih juga.

## Wawancara lanjutan 1 via e-mail dengan informan AAB

**T:** kalau di twitter itu, syarat orang bisa disebut selebriti apa sih?

**J:** apa ya? Jumlah follower udah pasti. Terus gimana dia bisa bikin orang ikut-ikutan apa yang dia lagi omongin, sampe jadi trending topic.

**T:** kamu itu nge-fans gak sih sebenarnya sama dia?

**J:** gimana ya, dibilang ngefans juga nggak sih menurut aku soalnya aku gak sampe yang gimana-gimana ke dia. Maksudnya aku jadi follower dia ya cuma pengen baca tolol-tololan dia di twitter aja. Gak lebih.

**T:** menurut kamu apa sih yang sebenarnya pengen @poconggg sampein dengan kekonyolan yang dia tampilkan? Ada makna atau maksud implisit yang kamu tangkap gak?

**J:** nggak ada sih, kekonyolan yang dia tunjakin ke orang-orang emang tujuannya cuma menghibur aja, *that's it*.

**T:** pernah ngelakuin pengorbanan apa buat @poconggg? Hal gila apa yang kamu lakuin gara-gara dia?

**J:** gak pernah ngelakuin apa-apa sih. Kan aku juga gak bisa dibilang fans juga. Aku cuma follow dia aja. Buat aku @poconggg itu ya cuma akun yang aku suka isinya aja, gak lebih dari itu.

**T:** kalo liat isi tweet atau bio dia di twitter keliatan gak dia dari suku apa gitu? Atau daerah mana deh gitu?

**J:** kalo dari suku apa, gak keliatan sih...soalnya dia gak pernah nge-tweet hal-hal yang ada sentimen kedaerahannya. Yang pasti dia itu domisilinya di Jakarta. Soalnya dia nge-tweet sekitar tempat-tempat nongkrong di Jakarta juga.

**T:** Kamu tau gak dia itu punya hobi apa?

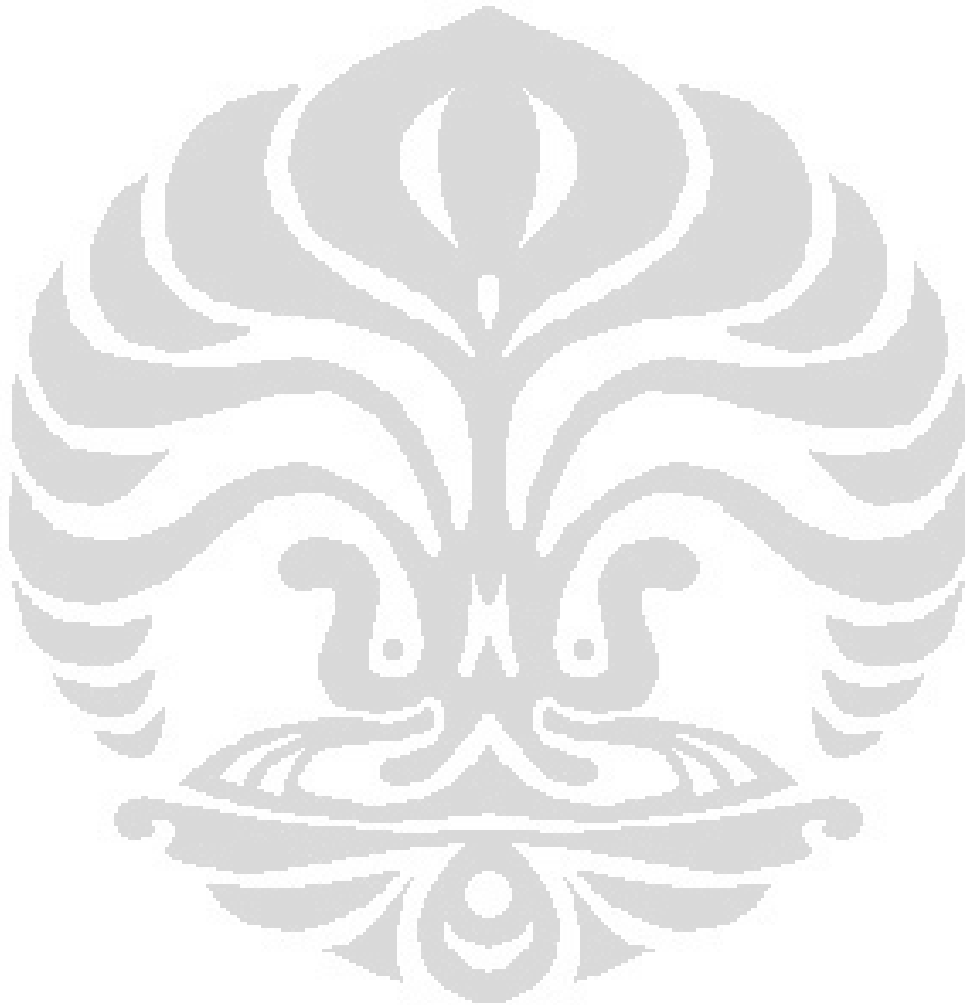
**J:** hobinya apa ya? Bikin galau orang, cerita-cerita serem itu masuk hobi bukan? Paling sepakbola kali ya? Aku pernah liat blognya dia itu ada satu posting foto-foto avatarnya dia tapi diedit di photoshop jadi pake kostum-kostum bola gitu...

**T:** kamu tau gak dia kerja apa kuliah? Kalau kuliah, dia kuliah dimana?

**J:** dia itu belum kerja sih. Masih kuliah, lagi nyusun skripsi tapi gak beres-beres, gara-gara dia jadi terkenal gini. dia anak Hukum Trisakti.

**T:** kamu tau gak kira-kira umur dia berapa?

**J:** karena dia udah kuliah, terus lagi skripsian. Berarti kurang lebih 22-25 tahun kali ya...



## Wawancara Lanjutan 2 via e-mail dengan informan AAB

**T:** Kemarin itu kan kamu mengira-ngira umur si @pocongg sama kuliah nya dimana terus udah sampe mana kuliahnya, nah itu kalian dapetin infonya dari mana? Tau dari mana?

**J:** Aku tahunya dari berita tentang si Arif Muhammad, dan aku ngeliat tanggal lahirnya, kuliahnya dimana juga liat dari situ

**T:** Di Twitter itu ada aturan sosial gak sih? Maksudnya kalau di dunia nyata kan kita gak boleh nipu, gak boleh ngomong jorok, yang kaya gitu maksudnya.

**J:** ada kok peraturan di twitter-nya, nggak boleh diskriminasi, nggak boleh nulis atau upload foto dengan konten dewasa.

**T:** waktu dulu sebelum kebongkar identitasnya, dia itu emang niat banget nutupin identitasnya atau gimana sih?

**J:** kalo menurut aku sih, awalnya dia Cuma iseng nggak berniat nyembunyiin identitasnya, tapi mungkin karena makin lama makin misterius makin bikin dia terkenal, ya akhirnya dia lanjutin deh.

**T:** menurut kamu apa sih yang bikin @pocongg itu unik dari orang lain di twitter?

**J:** Yang bikin unik mungkin karena dia itu misterius, nggak ketauan jati dirinya, makanya dia jadi menarik banyak perhatian orang, orang-orang jadi mau tahu siapa dia sebenarnya. Udah gitu dia itu gak follow siapa-siapa, tapi followernya tetep aja nambah.

**T:** hubungan dia sama penggemarnya itu gimana sih? Maksudnya dia deket gak sama followersnya? Gimana dia interaksi sama followernya?

**J:** biasanya sih Cuma tweet yang lucu dan sama begonya sama dia yang diretweet atau di reply, tapi bukan berarti dia deket sama followersya, kan dia nggak kenal semua sama followersnya.

## Wawancara Lanjutan 1 via e-mail dengan informan MT

**Tanya (T):** Menurut kamu kenapa sih si @pocongg ini bisa punya banyak banget follower? Apa arti si @pocongg buat kamu?

**Jawab (J):** Karena dia lucu. Maksudnya, becandaannya itu masuk sama banyak orang jadinya banyak juga orang mau follow dia. @pocongg itu kayak jadi tempat pelampiasan emosi-emosi yang kita gak bisa keluarin. Maksudnya, aku lagi kesel ni sama temen atau orang tua, nah dari pada berantem sama mereka aku bisa lampiasin dengan ikutan nyela orang tolol di Twitter ini. Jadi semacam penyalur stress juga kak.

**T:** Menurut kamu identitas @pocongg itu seperti apa sih? Maksudnya, dia itu merasa dirinya kayak gimana? Gimana juga dia nampilin dirinya? Apa sih yang sebenarnya pengen dia sampein di twitter lewat ketololannya itu? Siapa aja temen-temennya?

**J:** Kalau menurut aku, @pocongg itu orang yang nggak malu atau keberatan kalau dia dicela atau diperlakukan seperti orang bego. Dia tampil kayak orang yang selalu apes, minta dicela, dan skeptis sama yang namanya pacaran jarak jauh (LDR). Yang pengen dia sampein apa ya, paling juga untuk nikmatin aja apa yang kita dapet atau punya sekarang. Maksudnya dengan dia bersikap tolol dan rela dicela gitu kan orang-orang juga ngerasa kalau masih ada yang lebih malang dari mereka jadi nikmatin aja yang udah ada. Kalau temen-temennya yang aku tau paling Raditya Dika, @benakribo sama @shitlicious. Tiga-tiganya blogger yang blog sama twitternya juga punya follower yang lumayan banyak. Mereka bertiga juga yang katanya ngajak sama nyemangatin @pocongg buat nulis buku.

**T:** dia pernah nunjukkin gak dia itu asalnya dari suku apa? Atau gak asal dia dari mana? Maksudnya lingkungannya gitu..

**J:** nggak sih, dia gak pernah nunjukkin dia itu dari suku mana, tapi kalau asal dia darimana di beberapa tweetnya keliatan kalau dia anak Jakarta, sering nongkrong di PIM, berarti kan lumayan gaul terus lumayan berada juga. Yang nongkrong di mal itu kan anak-anak gaul yang kaya-kaya.

**T:** kamu tau hobi dia apa?

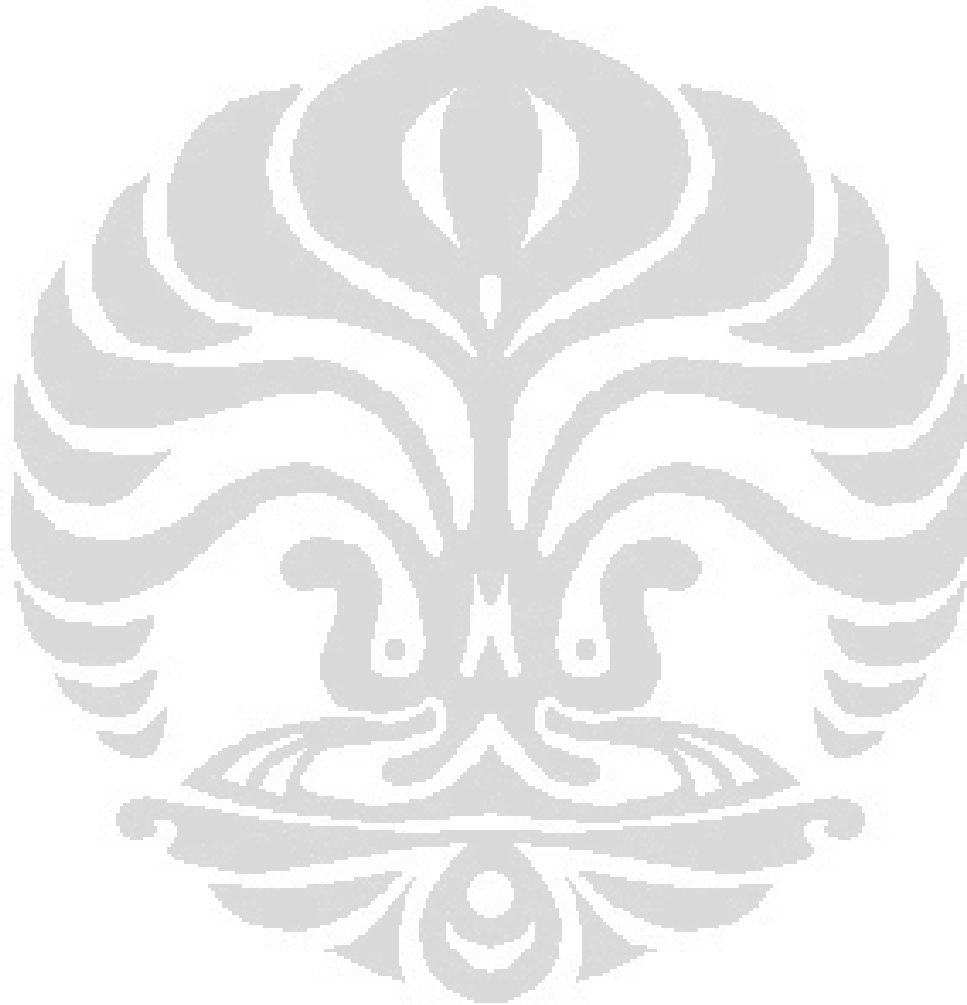
**J:** dia hobi sepakbola sih kayaknya, dia suka Real Madrid kalau gak salah. Soalnya dia pernah ganti avatarnya pake gambar pocong yang pake baju Real Madrid.

**T:** kamu tau dia kerja apa kuliah? Kalau kuliah dia kuliah dimana?

**J:** dia kuliah di Trisakti. Jurusan hukum kalau gak salah. Sering diledekin orang-orang gara-gara skripsinya belum beres-beres.

**T:** Kira-kira umurnya dia berapa?

**J:** antara 23-25 tahun kali ya, soalnya kalau lagi skripsi berarti udah mau akhir-akhir kuliah kan tuh. Ya sekitar segituan lah.



## Wawancara Lanjutan 2 via e-mail dengan informan MT

**T:** Kemarin itu kan kamu mengira-ngira umur si @pocongg sama kuliah nya dimana terus udah sampe mana kuliahnya, nah itu kalian dapetin infonya dari mana? Tau dari mana?

**J:** aku ngira-ngira aja dari tweet-tweet dia, biasanya kan dia ngetweet atau followers nya mention dia, nanya kapan skripsinya selesai, atau kok skripsinya nggak selesai-selesai, gitu sih biasanya. Kalo umurnya, ya nebak-nebak aja, kalo lagi ngerjain skripsi berarti dia di semester terakhir, berarti ya kira 23-an lah.

**T:** Di Twitter itu ada aturan sosial gak sih? Maksudnya kalau di dunia nyata kan kita gak boleh nipu, gak boleh ngomong jorok, yang kaya gitu maksudnya.

**J:** oh ada, harusnya sih ada, tapi ketentuan resminya aku nggak tahu. Tapi yang pasti nggak boleh ngomong jorok dan upload foto yang porno-porno gitu.

**T:** waktu dulu sebelum kebongkar identitasnya, dia itu emang niat banget nutupin identitasnya atau gimana sih?

**J:** Kayaknya sih awalnya bikin twitter itu dia emang Cuma iseng dan untuk kesenangan pribadi aja. Tapi nggak berniat untuk terkesan misterius dengan nutup-nutupin jati diri dia. Kalau ada yang nanya dia itu siapa dan dia nggak pernah jawab, kayaknya karena dia males aja ngeladenin pertanyaan –pertanyaan itu, eh tapi ternyata dia malah jadi terkenal karena kemisteriusan dia, jadi dia lanjutin deh, kemisteriusan dia itu.

**T:** menurut kamu apa sih yang bikin @pocongg itu unik dari orang lain di twitter?

**J:** Awalnya karena dia nggak ketahuan identitasnya, misterius gitu jadi bikin orang penasaran. Tapi yang lebih bikin unik mungkin karena dia itu namanya pake nama setan tapi isi tweetnya lucu-lucu.

**T:** hubungan dia sama penggemarnya itu gimana sih? Maksudnya dia deket gak sama followersnya? Gimana dia interaksi sama followernya?

**J:** aku nggak tahu juga sih deket apa nggaknya, tapi dia kan biasanya reply mention followersnya, jadi ya mungkin bisa dibilang kalo dia menghargai followersnya juga.



## Wawancara Lanjutan 1 via e-mail dengan informan KAS

**T:** Kenapa kamu suka *follow* akun-akun quotes, akun twitter artis dan akun twitter berita seperti detik.com yang kamu bilang? Dan akun apa yang kamu tidak suka, beserta alasannya.

**J:** Aku suka *follow* karena isi tweet-nya menghibur dan suka memberikan nasihat-nasihat yang bagus. Kalau dari detik.com aku suka lihat berita apa saja yang sedang terjadi. Kalau akun artis, biar aku tahu aktivitas artis tersebut apa saja. Selama ini, kalau aku tahu ada akun twitter yang aku suka, ya aku *follow*, tapi kalau menurut aku kurang menarik ya nggak aku *follow*.

**T:** Pembicaraan seperti apa yang suka temen-temen kamu lakukan saat membicarakan @poconggg?

**J:** Mereka suka ngobrolin tweet-tweet @poconggg. Kalau hari Jumat biasanya mereka membahas cerita-cerita horror-nya @poconggg atau cerita konyolnya dia.

**T:** Kenapa kamu mau tahu tentang @poconggg? Apa yang menjadi daya tariknya? Apakah sudah kenal dengan akun twitter @poconggg sebelumnya? Kalau belum kenal, kenapa kamu mau ikutan kenal dan men-tweet dia?

**J:** Mau tahu tentang @poconggg karena penasaran dengan pembicaraan teman-teman. Awalnya belum kenal. Mau ikutan kenal @poconggg karena dari pembicaraan teman-teman sepertinya isi tweet-tweet dia lucu, dan biar nyambung kalau lagi ngobrol sama teman-teman.

**T:** Ciri orang terkenal itu seperti apa?

**J:** Punya banyak penggemar dan sering disorot di infotainment. Juga sering dibicarakan oleh banyak orang, maupun media. Kalo di twitter yang paling gampang sih, liat aja followernya. Makin banyak berarti makin terkenal itu orang. Sering dibicarakan di twitland.

**T:** Kalau selebriti bukan dari dunia entertainment. tapi tetep terkenal kaya @poconggg ini apakah kamu tetap menyebutnya sebagai selebriti? Kenapa?

**J:** Kalo menurut aku, jarang yang seperti itu. @poconggg banyak followers nya karena isi tweetnya menarik dan lucu, dia juga pada awalnya menyembunyikan identitasnya, dan jadi bikin penasaran. Makanya banyak yang follow dia, lalu banyak juga yang suka sama tweet-tweetnya dia. Jadi dia terkenal dan menjadi selebriti.

**T:** Kenapa seseorang bisa menjadi selebriti ?

**J:** Karena mereka punya fans. Dan pastinya muncul di media. Mau cetak atau elektronik tapi ya pasti muncul di media.

**T:** Kalau misalnya, ada selebriti bisa terkenal tapi bukan karena menghasilkan sebuah kegiatan atau karya yang baik, menurut kamu kenapa mereka tetap bisa disebut selebriti?

**J:** Karena mereka melakukan sesuatu yang fenomenal dan dibahas oleh banyak media.

**T:** Berkarya kan kalau di film dan musik, kalau di twitter bentuk karya seseorang itu seperti apa sih?

**J:** Dengan menghibur orang melalui isi tweet-tweet-nya yang lucu atau dengan memberikan kultwit, atau juga memberikan info-info yang berguna.

**T:** Kenapa dulu @poconggg bukan seorang selebriti?

**J:** Karena yang tahu cuma sedikit, dan belum banyak yang membahas tentang kelucuan dia.

**T:** Kenapa kamu mem follow dia ?Apakah kamu nge-fans sama dia ?

**J:** Aku follow biar bisa ada obrolan sama temen-temen dan ya karena isi tweet-tweetnya menghibur. Aku ngefans kok sama dia.

**T:** Menurut kamu kenapa mention kamu nggak pernah dibales? Bagaimana perasaan kamu waktu mention kamu tidak dibales?

**J:** Karena dia sibuk, kali. Lagian follower dia udah satu juta lebih juga, masa iya ngebalesin satu-satu mentionan followernya bisa gempor itu ngetik balesannya. Kalo aku jadinya penasaran jadi pengen mention terus ampe bisa dibales.

**T:** Bagaimana kamu yakin kalau dia adalah si @poconggg ?? (di citos)

**J:** Karena waktu itu dia update status terus-terusan kondisi di citos kayak gimana. Terus ada beberapa foto yang dia upload di akunnya waktu kejadian itu.

**T:** Menurut kamu dia selebriti bukan ? apa yang membuat ia menjadi selebriti di internet?

**J:** Iyalah. Di twitter itu jelas banget kadar orang terkenal apa enggak itu dari jumlah followersnya. Nah dia udah ampe jutaan begini followersnya. Udah gitu apa yang dia omongin biasanya jadi trending topic. Artinya kan orang-orang ikut-ikutan ngomongin apa yang dia omongin.

**T:** Apakah ada yang tergila-gila kepadanya ?

**J:** Kalau tergila-gila sih nggak tau ya. Tapi waktu di citos itu sampe ada yang bawa-bawa karton pake tulisan “pocong I love you!”.

**T:** Kenapa menurut kamu orang tergila-gila kepadanya ?

**J:** Karena dia lucu kali ya. Itu aja sih. Dia bikin kita (anak-anak sekolahan) bisa ngelupain sejenak tugas-tugas sekolah yang numpuk, omelan orang tua. Bisa bikin kita-kita yang lagi galau gara-gara cowok atau cewek malah jadi ngetawain kegalauan kita itu.

**T:** Apakah kamu tergila-gila kepadanya ?

**J:** Nggak. Aku emang nge-fans sama dia tapi ya nggak ampe tergila-gila juga. Waktu itu ikutan teriak-teriak di citos juga cuma ikut seru-seruan aja sama temen-temen. Sukur-sukur kalo emang bisa mejeng nama di bukunya dia juga kan.

**T:** Bagaimana bentuk orang yang nge fans dengan nya ?

**J:** Nggak tahu. Ya paling yang bawa karton “pocong I love you!” di citos itu tadi.

**T:** Menurut kamu identitas @poconggg itu seperti apa sih? Maksudnya, dia itu merasa dirinya kayak gimana? Gimana juga dia nampilin dirinya? Apa sih yang sebenarnya pengen dia sampein di twitter lewat ketololannya itu? Siapa aja temen-temennya?

**J:** Kalau liat dari biodata di profilnya kan dia nyantumin tuh, “penulis, calon playboy, calon sarjana hukum, duta move on”. Nah isi-isi tweetnya sih memenuhi kriteria itu semua. Kecuali calon sarjana hukum kali ya soalnya hampir gak pernah liat dia nge-tweet tentang hal-hal yang berbau hukum gitu. Terus, kalau dipikir-pikir dia itu sebenarnya kayak ngajak kita (anak-anak sekolahan atau mahasiswa) untuk jangan terlalu ngoyo ngadepin hidup. Ngajak untuk nikmatin aja masa-masa remaja dimana masih bisa berlaku konyol atau tolol kayak yang dia lakuin, padahal dia sendiri udah bukan remaja lagi itungannya. Nah, temen-temennya di Twitter juga kebanyakan blogger atau penulis yang kurang lebih punya karakteristik yang sama. Raditya Dika, Bena Kribo, @shitlicious, mereka juga di tulisan-tulisannya sering nunjukkin kekonyolan dan keanehan jalan pikiran mereka.

**T:** kamu tau gak dia itu asalnya orang mana? Suku atau daerah asalnya gitu? Atau lingkungan asal dia itu dimana?

**J:** dia gak pernah nunjukkin asal dia dari mana sih ya? Udah gitu, isi tweet-tweetnya juga gak pernah ngebagus-bagusin atau ngejelekin suku mana-mana juga sih. Lingkungan asal paling yang ketauan itu dia masih anak Jakarta juga. Temen-temennya ya yang udah disebut tadi. Kaum blogger.

**T:** hobi dia apa sih?

**J:** apa ya? Oh, iya! Dia suka bola! Pernah dia pake avatar yang dia lagi pake baju Real Madrid. Kayaknya itu sih.

**T:** dia itu masih kuliah apa udah kerja? Dimana?

**J:** kan di bio-nya tadi udah ada calon sarjana hukum. Berarti masih kuliah dia. Dia kuliahnya di Trisakti. Udah gitu banyak banget yang nyela dia gara-gara dia blom lulus-lulus. Tapi katanya sih tinggal skripsi doang dia.

**T:** umur dia itu kira-kira berapa ya?

**J:** berapa ya? Antara 24-27 tahun kali ya..eh, tapi gak tau juga sih, kira-kira aja segitu.

## Wawancara Lanjutan 2 via e-mail dengan informan KAS

**T:** Kemarin itu kan kamu mengira-ngira umur si @pocongg sama kuliah nya dimana terus udah sampe mana kuliahnya, nah itu kalian dapetin infonya dari mana? Tau dari mana?

**J:** Aku tahunya dari obrolan sama temen-teman dan isi tweetnya si pocong. Biasanya dia kan suka diledekin sama followersnya karena skripsi nggak selese-selese, jadi ya aku nebak aja umur dia pasti sekitar segitulah, 20-23an

**T:** Di Twitter itu ada aturan sosial gak sih? Maksudnya kalau di dunia nyata kan kita gak boleh nipu, gak boleh ngomong jorok, yang kaya gitu maksudnya.

**J:** kayaknya sih kesadaran diri sendiri aja, kalo yang ngetweet itu harus sopan, nggak boleh ngetweet yang terlalu vulgar, baik gambar maupun kata-kata, dan nggak boleh rasis.

**T:** waktu dulu sebelum kebongkar identitasnya, dia itu emang niat banget nutupin identitasnya atau gimana sih?

**J:** Yang aku tahu sih dia emg gak pernah ngegubris kalo orang mulai nanya-nanya dia itu siapa. Dia selalu nutupin kok, maksudnya dia gak pernah ngejawab apa-apa yang ada kaitannya dengan data pribadi dia. Tapi kalau dibilang niat apa nggak, aku kurang tahu juga, nggak bisa nebak-nebak juga.

**T:** menurut kamu apa sih yang bikin @pocongg itu unik dari orang lain di twitter?

**J:** Mungkin karena dia itu kan akun dengan nama hantu, tapi isi tweetnya sama sekali nggak serem, jadi mungkin itu kelebihanannya.

**T:** hubungan dia sama penggemarnya itu gimana sih? Maksudnya dia deket gak sama followersnya? Gimana dia interaksi sama followernya?

**J:** dia cukup deket sih sama follower-follwernya. Maksudnya dari cara dia nangepin mention atau retweet dari orang-orang itu kaya ke temen sendiri. padahal kan dia belum tentu pernah ketemu sama semua orang yang mention dia di twitter.



## AXIAL CODING

| Pertanyaan / Konsep                  | Temuan   |   |   | Kesimpulan  |
|--------------------------------------|--|---|---|---|
|                                      | Informan 1 (RM)  | Informan 2 (RT)   | Informan 3 (BQ)   |   |
| Pola Penggunaan Social Media Twitter | Tiga sampai empat kali sehari. Diusahakan setiap waktu.  | Terus menerus mengakses Twitter. Bisa mencapai 12 jam lebih. Selama memegang BB maka akan selalu terhubung ke Twitter. Setiap BB bergetar atau bunyi akan selalu mengecek Twitter.                | Terhubung dengan twitter secara terus menerus sepanjang hari, menggunakan smartphone android. Tiap kali muncul notification aka selalu mengecek timeline.                             | Pola penggunaan social media Twitter termasuk sangat tinggi. Setiap ada waktu untuk mengakses maka pasti akan mengaksesnya. Terjadi karena kemudahan akses melalui handphone yang tidak pernah lepas dari para informan.  |
| Cara menggunakan Twitter             | Mengetahui perkembangan lingkungan melalui informasi umum (timeline), lalu masuk ke personal (mention), lalu bereaksi (re tweet). Tidak hanya berkomunikasi dengan merek yang sudah dikenal saja, tetapi juga yang belum atau baru saja dikenal. | Memulai dengan mengecek mention baru kemudian melihat timeline kemudian memutuskan tweet mana saja yang akan dia re-tweet. Menggunakan twitter juga sebagai ajang mencari teman dari luar negeri. | Membuka timeline kemudian melihat mention dan membalas mention-mention yang dia dapat. Lebih sering berkomunikasi dengan mereka yang dia kenal atau teman g sudah saling follow saja. | Menggunakan twitter dengan cara yang kurang lebih sama. Yang pasti akan dilakukan adalah melihat timeline untuk mengetahui apa-apa saja yang sedang terjadi. Setelah itu akan membalas mention yang ditujukan kepadanya atau melakukan mention kepada orang yang ingin ia ajak berinteraksi. Sedangkan retweet hanya dilakukan jika merasa ada yang perlu atau layak untuk diretweet. |
| Akun yang diacu                      | Public figure dan akun-akun quotes macam IHateQuotes, FunnyQuotes, dan   | Akun yang tweetnya lucu seperti @poconggg, dan @anjinggombal. Kemudian  | Teman-teman yang dia kenal di dunia nyata dan quotes-quotes seperti FunnyQuotes,  | Akun yang diacu kebanyakan adalah akun yang berisi quotes-quotes dan  |

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
|   | DamnIt'sTrue  | juga quotes-quotes seperti IHateQuotes, FunnyOrFacts, DamnItsTrue. Akun-akun artis atau info K-pop.    | pepatah, peribahasa, anjinggombal   | kemudian yang memiliki tweet-tweet menarik   |
| Alasan untuk mem-follow sebuah akun di Twitter            | Keputusan mem-follow karena preferensi pribadi. Entah karena itu menghibur, informative atau hanya karena mengenal atau menyukai artis pemilik akun   | Menyesuaikan dengan minat. Karena ia menyukai K-Pop, maka akun-akun K-Pop pasti akan ia follow.        | Mengikuti akun jika ia menyukai isi tweet-tweetnya  | Keputusan untuk mem-follow sebuah akun sepenuhnya bersifat pribadi.  |
| Motivasi mem-follow @poconggg                             | Memutuskan untuk mem-follow @poconggg karena ingin bisa bersosialisasi dengan teman-temannya.   | Melihat kekonyolan isi tweet @poconggg dan juga sebagai bahan tertawaan bersama teman-teman di sekolah | Mem-follow @poconggg karena isinya yang ia anggap lucu dan menghibur                                  | Ketiga informan memiliki alasan yang sama mem-follow @poconggg   |
| Hal yang menarik dari akun @poconggg                      | Kekonyolan dan kebodohan yang ditampilkan oleh @poconggg adalah hal utama yang membuat akun ini menarik.  | Menganggap ketololan dan juga perlakuan orang lain yang mencela @poconggg sebagai hal yang menarik     | Isi tweetnya yang lucu dan menghibur membuatnya layak untuk difollow sebagai hiburan.                 | Tweet yang konyol, lucu, dan juga celaan orang lain kepada @poconggg adalah daya tarik utama akun ini  |
| Hal yang paling penting dalam komunikasi via social media | Hal yang terpenting dalam komunikasi melalui social media Twitter adalah apa yang dikomunikasikan, bukan siapa yang berbicara, karena yang terpenting adalah isi pesannya yang menghibur, bukan nama aslinya atau bagaimana fisik atau siapa orangnya | Yang terpenting adalah bahwa apa yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan. Bukan hoax.             | Dalam social media kita bisa bebas menentukan dengan siapa kita ingin atau tidak ingin berkomunikasi. | Tiga hal penting dalam komunikasi social media:<br>1. Isi pesan lebih penting daripada siapa yang berbicara<br>2. Kredibilitas. Isi pesan harus bisa dipertanggungjawabkan.<br>3. Kebebasan untuk memilih dengan siapa kita ingin melakukan komunikasi |
| Alat/cara yang digunakan @poconggg untuk menarik          | menggunakan cerita horror dan kegalauan seorang yang  | Membuat galau orang-orang dengan tweetnya mengenai   | Menggunakan cerita horror dan tweet-tweet dengan  | Cerita horror dan tweet-tweet galau menjadi alat   |



|  |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|
| follower                                   | tidak memiliki pasangan sebagai alat untuk menarik follower   | pacaran jarak jauh, hubungan tanpa status, jomblo menahun, dll.   | tema percintaan.  | untuk menarik follower  |
| Social media alternatif milik @poconggg    | @poconggg memiliki blog sebagai social media alternatif selain Twitter.   | @blog yang sudah jarang di-update karena kesibukan @poconggg sebagai selebriti.                         | Selain blog, juga memiliki fan page di facebook   | @poconggg juga memiliki blog dan fan page facebook untuk bisa berkomunikasi lebih jauh dengan para followers dan fansnya.   |
| Syarat seseorang menjadi selebriti         | Seseorang menjadi selebriti ketika ia mempunyai bakat dan atau prestasi dan bakat/prestasi mereka itu diapresiasi oleh para fans mereka. Dan juga karena ekspos yang dilakukan media. | Seseorang dengan bakat dan kelebihan untuk menarik perhatian orang lain yang dikenal oleh orang banyak. | Seleb adalah seseorang yang sering muncul di media sehingga menjadikannya dikenal oleh orang banyak.              | Seseorang dikatakan sebagai seorang selebriti ketika:<br>1. Ia memiliki bakat atau prestasi tertentu<br>2. Banyak orang yang mengenal dirinya, dan<br>3. Media secara konstan menampilkan atau memberi ekspos terhadap dirinya          |
| Syarat menjadi selebriti di Twitter        | Di dalam twitter, seseorang dikatakan selebriti berdasarkan jumlah follower yang mereka miliki.   | Jumlah follower. Karena semakin banyak follower berarti semakin banyak orang yang bisa kita pengaruhi   | Jumlah follower dan kemampuan membuat trending topic  | Syarat sebagai selebriti di twitter:<br>1. Jumlah followers yang banyak<br>2. Mampu membuat trending topic  |
| Seperti apa pengaruh yang selebriti miliki | Selebriti memiliki pengaruh untuk membuat para fans mengikuti apa yang para selebriti lakukan atau sarankan.  | Selebriti dapat mempengaruhi pilihan politik para fansnya   | Pengaruh yang dimiliki seorang selebriti sangat bergantung juga dari kekuatan personality pribadi sang selebriti. | Selebriti memiliki pengaruh untuk bisa mendorong para fansnya untuk mengikuiti apa yang mereka lakukan atau menuruti perintah mereka. Hal tersebut namun bergantung pada kuat atau tidaknya kepribadian yang ditunjukkan sang selebriti |

|   |   |  |   |   |
|---|---|--|---|---|
| <p>Alasan selebriti bisa hadir di tengah masyarakat</p> | <p>Karena adanya keinginan dari orang-orang di masyarakat untuk bisa seperti sosok si selebriti</p> | <p>Karena masyarakat membutuhkan hiburan dan idola</p>   | <p>Karena adanya para fans yang mengagumi mereka sehingga membuat media juga turut menyorot mereka terus menerus.</p> | <p>Selebriti ada di tengah masyarakat karena adanya keinginan untuk menjadi seperti sosok sang selebriti. Mereka mengagumi para selebriti tersebut. Keberadaan selebriti juga menjadi hiburan bagi mereka.</p>  |
| <p>Alasan @poconggg masuk kategori selebriti</p>        | <p>@poconggg masuk kategori selebriti karena sering diekspos media</p>                              | <p>Karena dia sudah pernah masuk tv sebagai host sebuah talkshow dan jumlah follower yang hampir setara dengan beberapa selebriti lokal Indonesia.</p> | <p>Follower yang banyak dan memiliki pengaruh kuat di twitter dengan trending topic yang dibuatnya.</p>               | <p>@poconggg masuk kategori selebriti karena memiliki follower hingga satu juta lebih. Mampu membuat trending topic dengan topik-topik yang ia buat. Telah menjadi host sebuah talkshow di sebuah tv swasta nasional</p>  |
| <p>Alasan menjadi fans/mengidolakan @poconggg</p>       | <p>Mengidolakan @poconggg karena merasa senang dan menganggap @poconggg menghibur dirinya</p>       | <p>Isi tweetnya menghibur. Setelah diketahui identitasnya, mengidolakan @poconggg karena ketampanannya</p>   | <p>Tidak merasa menjadi fans @poconggg. Ia hanya merasa terhibur dengan isi tweet-tweetnya.</p>                       | <p>Informan pertama merasa terhibur dan merasa memiliki nasib percontaan yang mirip dengan @poconggg. Informan kedua lebih karena menyukai isi tweetnya dan karena karakteristik fisik @poconggg yang ia sukai. Informan ketiga sendiri merasa tidak mengidolakan @poconggg dan hanya sebagai follower yang terhibur dengan isi tweetnya.</p> |

|   |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
| Perubahan yang dialami sejak mem-follow @poconggg           | Tidak merasakan perubahan berarti setelah menjadi follower @poconggg. Hanya menjadi penghibur ketika sedih atau bosan                                   | Ikut-ikutan membeli buku karangan @poconggg. Mengikuti games-games yang dibuat @poconggg di Twitter. | Tidak merasa mengalami perubahan karena menjadi follower @Poconggg hanya untuk senang-senang saja  | Informan pertama merasa bahwa ia memiliki teman untuk menghiburnya saat sedih atau bosan dengan melihat isi tweet @poconggg. Informan kedua menjadi ikut membeli buku yang ditulis oleh @poconggg dan senang mengikuti games-games yang dibuat @poconggg di twitter.       |
| Upaya interaksi yang dilakukan dengan @poconggg             | Sering mention dan re-tweet @poconggg dan tetap melakukannya walau mention mereka belum pernah sekalipun dibalas secara langsung oleh @poconggg         | Mention dan retweet omongan dan lelucon @poconggg, belum pernah dibalas sekalipun                    | Dengan akun pribadi belum pernah mendapat balasan dari mention atau retweet. Tetapi menggunakan akun twitter kelasnya bersama teman-teman kelasnya mengupload gambar karikatur @poconggg dan mendapatkan mention ucapan terimakasih darinya. | Ketiga informan belum pernah mendapat balasan dari @poconggg menggunakan akun pribadi mereka. Informan ketiga sempat mendapat balasan menggunakan akun kelas dan mengupload sebuah karikatur gambar @poconggg.   |
| Pengorbanan atau hal-hal yang rela dilakukan demi @poconggg | Mau melakukan hal yang menurutnya memalukan demi membuat namanya dimuat di dalam buku yang ditulis @poconggg (berteriak di tengah mal yang penuh orang) | Berhutang untuk membeli buku karena tidak ingin kehabisan buku yang ditulis @poconggg                | Tidak ada. Karena tidak merasa menjadi fans @poconggg  | Informan pertama meneriakkan namanya di tengah mall yang penuh orang dan informan kedua sampai perlu berhutang agar tidak kehabisan buku yang ditulis @poconggg. Informan ketiga tidak merasa pernah melakukan apa-apa demi @poconggg karena tidak merasa menjadi fansnya. |
| Pandangan mengenai sifat                                    | Melihat @poconggg sebagai   | Melihat @poconggg sebagai  | Melihat @poconggg sebagai  | Sifat dan karakteristik  |

|  |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
| dan karakteristik @poconggg  | seorang yang kreatif, humoris.  | orang yang sangat lucu dan 'komikal'. Memiliki selera humor tinggi.  | orang yang easy going, cheerful, talkative, dan mudah bergaul.  | @poconggg menurut para informan: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Humoris</li> <li>- Kreatif</li> <li>- Easy going</li> <li>- Cheerful</li> <li>- Talkative</li> <li>- Mudah bergaul</li> </ul>   |
| Pandangan mengenai keaslian atau kejujuran sifat dan kepribadian yang ditunjukkan @poconggg di Twitter | Informan menganggap @poconggg bersikap konyol dan lucu di twitter hanya sebagai ajang penyaluran kreativitas dirinya dalam melucu dan juga sebagai upaya menghibur orang lain. Dan apa yang dia tampilkan memang sesuai dengan sifat dan kepribadian aslinya. | Menganggap bahwa apa yang @poconggg tampilkan adalah dibuat-buat dan @poconggg melakukannya karena orang-orang menyukai kekonyolan yang ia perlihatkan di Twitter. | Melihat bahwa apa yang ditampilkan @poconggg adalah memang karakter asli dirinya dan bukan dibuat-buat. | Informan pertama dan ketiga menganggap bahwa karakter yang ditampilkan @poconggg adalah memang apa adanya dan tidak dibuat-buat. Sedang informan kedua merasa bahwa hal itu dibuat-buat dan ia melakukannya karena orang-orang menyukai apa yang dia lakukan. |
| Arti @poconggg bagi para informan  | Keberadaan @poconggg membantu remaja usia sekolah menengah menghadapi masalah yang mereka hadapi secara emosional.  | Semacam penyalur stress bagi informan dengan cara menjadi objek celaan di Twitter.   |   | Keberadaan @poconggg dapat menjadi pelepas stress para remaja dalam menghadapi masalah.   |
| Social Identity yang @poconggg miliki di twitter   | biodata di profilnya, "penulis, calon playboy, calon sarjana hukum, duta move on".  | Orang yang tidak keberatan diperlakukan atau dianggap sebagai objek celaan di Twitter.   | Seorang trendsetter. Duta move on menurut pernyataannya sendiri.  | Di twitter, @poconggg dikenal sebagai seorang penulis, duta move on, objek celaan dan juga seorang trendsetter.   |
| Ide yang ingin @poconggg sampaikan di balik tweet-tweetnya   | adalah untuk para remaja agar lebih menikmati masa muda mereka selama   | Untuk bisa bersyukur dengan kehidupan yang mereka dapatkan.  | Hanya melihat @poconggg sebagai sebuah akun dengan isi yang menarik bagi dirinya                        | Ide implisit yang para informan tangkap melalui tweet-tweet @poconggg   |

|  |  |  |   |   |
|--|--|--|---|---|
|  | mereka masih bisa.   |  |   | adalah agar mereka dapat bersyukur dengan apa yang mereka miliki dan juga agar lebih menikmati masa-masa muda yang mereka miliki.   |
| Lingkungan dimana @poconggg berada (di Twitter)            | Berada di lingkungan sesama penulis muda dengan pola pikir yang tidak jauh berbeda. (Raditya Dika, Bena Kribo, dll.)   | Dekat dengan sesama blogger. Yang menyemangati dirinya untuk membuat buku                                    | Dari isi dan bahasa yang digunakan pada tweet-tweetnya, @poconggg berasal dari kalangan menengah ke atas. Memiliki pergaulan yang luas. | @poconggg diketahui memiliki teman-teman sesama blogger seperti Raditya Dika dan Bena Kribo. Kemudian dari penggunaan bahasa dan isi tweet-tweetnya terlihat bahwa ia adalah anak gaul yang berasal dari kalangan menengah ke atas. |
| Latar belakang daerah/kesukuan dan domisili dari @poconggg | Tidak pernah menunjukkan dirinya berasal dari suatu suku tertentu atau berpihak pada satu suku tertentu. Yang bisa dilihat hanya bahwa dia tinggal di kota Jakarta | Tidak pernah menunjukkan asal sukunya. Hanya diketahui bahwa dia anak Jakarta dan berada di kalangan berada. | Tidak terlihat asal sukunya. Dari beberapa tweetnya ia diketahui tinggal di Jakarta   | @poconggg tidak menampilkan identitas kesukuannya di twitter. Melalui tweet-tweetnya ia hanya bisa diketahui berdomisili di Jakarta   |
| Pekerjaan/kegiatan @poconggg                               | Masih kuliah di universitas Trisakti dan sedang menyelesaikan skripsinya   | Sedang menyelesaikan skripsinya di jurusan hukum universitas Trisakti  | Kuliah di jurusan hukum Trisakti. Skripsinya terbengkalai karena ketenarannya.  | @poconggg masih berstatus mahasiswa di jurusan Hukum Universitas Trisakti, sedang berjuang untuk menyelesaikan skripsinya.  |
| Hobi @poconggg   | Ia menyukai sepak bola dan klub yang dia sukai adalah Real Madrid  | menyukai sepakbola dan Real Madrid   | Menyukai sepakbola  | @poconggg diketahui memiliki hobi sepak bola dan klub kesukaanya adalah Real Madrid   |
| Usia @poconggg   | Mengira-ngira usia @poconggg antara 24-27  | Memperkirakan usia @poconggg antara 23-25  | Antara 22-25 tahun melihat @poconggg sudah di akhir   | Dengan pertimbangan @poconggg sudah berada di   |

|  |       |  |                |   |
|--|-------|--|----------------|---|
|  | tahun | tahun dengan pertimbangan @pocongg sedang menyelesaikan skripsinya | masa kuliahnya | akhir masa studinya dan sedang menyelesaikan skripsi maka para informan menebak usia @pocong berada di antara 22-27 tahun |
|--|-------|--|----------------|---|

