

Akun Alter: Cara Baru Presentasi Diri di Media Sosial

Risya Meidhina Syavitri*, Rakhmaditya Dewi Noorrizki

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: risya.meidhina.2108116@students.um.ac.id

Abstract

In the modern era, the development of Science and technology brought many changes in people's lives. Internet and social media which is a product of the development of information and communication technology emerged to facilitate interaction between people. In interacting, humans will form a self-presentation to be accepted by society, both naturally and artificially. Today, social media offers a variety of convenience for its users to form a self-presentation as desired by operating more than one account in the same device. This is what then causes the emergence of anonymous accounts without identity or commonly known as alter accounts. This study aims to identify the form of self-presentation strategies such as what the alter account users have. This study was conducted using the literature review method. The results of the literature review revealed that alter account users use self-presentation strategies *ingratiation*, *intimidation*, and *self-promotion*. Most alter account owners avoid disclosing information that could indicate identity, but dare to express personal opinions that may be controversial.

Keywords: alter accounts; self presentation; social media

Abstrak

Di era modern, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa banyak perubahan dalam kehidupan bermasyarakat. Internet dan media sosial yang merupakan produk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi muncul untuk mempermudah interaksi antar manusia. Dalam berinteraksi, manusia akan membentuk presentasi diri untuk bisa diterima masyarakat, baik secara alami maupun dibuat-buat. Dewasa ini, media sosial menawarkan beragam kemudahan bagi para penggunanya untuk membentuk presentasi diri sesuai keinginan dengan mengoperasikan lebih dari satu akun dalam perangkat yang sama. Hal inilah yang kemudian menyebabkan munculnya akun-akun anonim tanpa identitas atau yang biasa dikenal dengan istilah akun alter. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk strategi presentasi diri seperti apa yang dimiliki para pengguna akun alter. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *review* literatur. Hasil dari kajian literatur mengungkapkan bahwa pengguna-pengguna akun alter menggunakan strategi presentasi diri *ingratiation*, *intimidation*, dan *self-promotion*. Kebanyakan pemilik akun alter menghindari mengemukakan informasi yang bisa menunjukkan identitas, namun berani mengemukakan pendapat personal yang mungkin bersifat kontroversial.

Kata kunci: akun alter; presentasi diri; media sosial

1. Pendahuluan

Presentasi diri adalah sebuah konsep yang pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman dalam bukunya, *The Presentation of Self in Everyday Life*. Konsep ini familiar di bidang sosiologi, yang kemudian diadaptasi ke dalam psikologi sosial. Individu memiliki banyak cara yang bisa dilakukan untuk melakukan presentasi diri, dan cara-cara itu berkembang seiring dengan berubahnya cara berinteraksi karena kemajuan teknologi.

Di era teknologi dan informasi, internet dan media sosial merupakan salah satu hasil perkembangan teknologi komunikasi yang bisa dinikmati semua orang, sebuah bagian yang tak bisa terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Pada tahun 2020, pengguna internet di Indonesia berjumlah 73,3% dari total penduduk (Patrick, 2020) sedangkan dilansir dari data

We Are Social, pada tahun 2017 pengguna aktif media sosial di Indonesia sendiri mencapai 132,7 juta (Kemp, 2018). Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dewasa ini interaksi dan komunikasi sosial dapat dilakukan dengan menggunakan fasilitator media sosial. Media sosial menawarkan sarana presentasi diri bagi para penggunanya, dengan menampilkan apa yang mereka ingin orang lain lihat dari dirinya. Sebagai sarana pengungkapan diri, pengguna media sosial mengungkapkan informasi tentang diri mereka yang biasanya secara aktif mereka sembunyikan (DeVito, 2011). Beberapa individu memiliki presentasi diri yang sudah dibentuk sedemikian rupa dan sebaik mungkin agar bisa diterima dan mendapat umpan balik yang positif, namun individu ini juga ingin menunjukkan hal-hal yang mungkin bersifat kontroversial dan dapat merusak presentasi diri mereka. Oleh karena itu, muncul perilaku anonim sebagai konsekuensinya.

Perilaku anonim atau 'anonimitas' diambil dari bahasa Yunani yang berarti 'tak bernama' atau 'tanpa nama', dan bisa dipakai untuk mengidentifikasi manusia atau benda (Chawki, 2004). Fenomena anonimitas dalam bermedia sosial bisa dilihat dari kemunculan banyak akun-akun anonim yang tidak bisa ditelusuri siapa pemiliknya sebenarnya. Dengan beragam kemudahan yang ditawarkan oleh platform media sosial, satu orang pengguna bisa membuat lebih dari satu akun dalam satu aplikasi dan perangkat yang sama, dan menggunakannya bergantian dengan mudah. Hal ini menyebabkan banyaknya pengguna media sosial yang mempunyai dua akun, satu akun umum yang menyatakan jelas identitas individu dan berisi hal dan informasi individu yang memang sengaja ditampilkan untuk dilihat oleh orang lain, serta satu lagi akun minim hingga tanpa identitas (anonim) yang menampilkan dirinya yang sebenarnya, di mana individu tidak perlu mempertahankan presentasi diri terbaik seperti di akun utama. Akun-akun anonim ini dibuat dengan beragam tujuan, dan sering kali dikenal dengan istilah akun alter. Akun-akun ini membuat penggunanya bisa menyampaikan opini, diskursus, dan memantik jajak pendapat dengan aman tanpa perlu mengkhawatirkan orang yang mengenal mereka di dunia nyata tahu apa yang mereka lakukan di dunia maya. Fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji dari sudut pandang psikologi sosial, melihat bagaimana jika para individu di balik akun alter ini diberi 'topeng' berwujud anonimitas, mereka justru akan mempresentasikan diri mereka yang sebenarnya.

Keberadaan akun-akun alter ini bisa menjadi masalah besar, karena tanpa adanya sosok nyata yang bisa dimintai pertanggungjawaban, orang-orang di balik akun alter ini bisa seenaknya menggunakan akun mereka untuk melecehkan, merundung, membuat pernyataan kontroversial, dan mengirim ancaman kepada pengguna media sosial lainnya. Dalam 10 tahun terakhir, perundungan dunia maya juga lebih banyak dilakukan oleh akun anonim tanpa identitas (Tjongjono, dkk., 2019). Walaupun demikian, banyak juga ditemukan akun-akun alter yang hanya digunakan penggunanya untuk berinteraksi dengan pengguna-pengguna lain yang berbagi preferensi konten yang sama dengan dirinya, dan mereka seperti hidup di dalam sebuah sudut yang privat, dengan begitu pengguna akun-akun alter ini dapat berbagi rasa nyaman.

Penelitian terdahulu tentang akun alter oleh Maulani & Priyambodo (2021) mengungkapkan bahwa akun alter dikhususkan untuk sekadar menyampaikan sesuatu tanpa perlu khawatir dengan respons atau umpan balik yang mungkin muncul di luar harapan, seperti respons yang buruk atau tuduhan dan tudingan saat yang diharapkan adalah simpati. Penelitian yang dilakukan oleh Triputra & Rewindinar (2020) juga menunjukkan bahwa individu menggunakan nama samaran dalam menggunakan sosial media untuk melindungi

privasi diri mereka, agar identitas dirinya tidak diketahui oleh orang lain, baik di media sosial maupun di kehidupan nyata.

Berdasarkan kajian tersebut, penulisan artikel review literatur ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi presentasi diri seperti apa yang dipilih oleh para individu di balik akun alter tersebut. Penulis memberikan batasan penelitian pada literatur yang membahas mengenai presentasi diri dari sudut pandang sosiologi. Hal ini dilakukan karena banyak penelitian dengan sudut pandang psikologi mengkaji tentang fenomena yang sama, namun penulisan artikel ini dilakukan dengan menitikberatkan pada penggunaan perspektif psikologi sosial.

1.1. Kajian Pustaka

1.1.1. Presentasi Diri

Presentasi diri menurut studi Erving Goffman adalah sebuah analisis interaksi interpersonal dan upaya seseorang untuk memproyeksikan visual sosok diri yang ingin ditampilkan (Bullingham & Vasconcelos, 2013). Sedangkan psikolog sosial Roy Baumeister dalam studinya mendefinisikan presentasi diri sebagai proses di mana individu mengkomunikasikan gambaran diri mereka kepada orang lain dan merupakan elemen pokok dalam mengkonstruksi diri dan usaha untuk membentuk reputasi di dalam lingkungan sosial (Yang & Brown, 2016). Presentasi diri ada yang terjadi secara natural, namun ada juga bentuk presentasi diri yang sengaja dibuat oleh individu.

Baumeister membagi tujuan presentasi diri menjadi dua, yaitu memuaskan penonton dan membangun diri. Jika presentasi diri dilakukan untuk memuaskan penonton, individu akan berharap menerima umpan balik yang positif dengan menampilkan karakteristik yang dapat diapresiasi orang lain. Sedangkan jika tujuan utamanya adalah membangun diri, maka individu melakukan presentasi diri untuk pemenuhan diri sendiri.

Goffman membagi strategi presentasi diri menjadi enam (Dayakisni & Hudaniah, 2009), yaitu:

- a. *Ingratiation*, bentuk strategi yang dilakukan untuk membuat orang lain menyukai individu tersebut, dengan cara mengambil muka, memuji, menjadi pendengar yang baik, dan melakukan hal-hal agar nampak tulus di depan orang lain.
- b. *Intimidation*, strategi presentasi diri yang dilakukan oleh individu untuk membuat dirinya terlihat lebih menakutkan dan berbahaya bagi individu lain.
- c. *Self-promotion*, strategi presentasi diri yang dilakukan dengan menampilkan diri memiliki atribut-atribut positif, seperti menunjukkan bahwa individu ahli dalam suatu bidang tertentu atau memiliki kelebihan tertentu.
- d. *Supplication*, strategi presentasi diri dengan menampilkan kelemahan untuk mendapatkan simpati.
- e. *Self-handicapping*, strategi presentasi diri yang dilakukan saat ego individu terancam, dengan berpura-pura mendapat hambatan dalam melakukan suatu kegiatan agar memiliki alasan jika terjadi kegagalan nantinya.
- f. *Exemplification*, strategi yang dilakukan seseorang dengan memproyeksikan bentuk pengharganya pada kejujuran dan moralitas, meski terkadang tidak tulus dalam melakukannya.

1.1.2. Media Sosial

Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Sosial media adalah platform media yang memfokuskan pada

eksistensi pengguna dan memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi (Nasrullah, 2015).

Dewasa ini, para pengembang perangkat lunak berlomba-lomba mengembangkan platform media sosial mereka agar menjadi perangkat yang paling banyak digunakan. Para developer ini menambahkan banyak fitur-fitur baru dan menawarkan beragam kemudiahian untuk bisa menarik calon pengguna. Beberapa contoh media sosial yang digandrungi adalah Instagram, Twitter, Facebook, dan lain sebagainya.

1.1.3. Akun Alter

Pratiwi (2019) menyebutkan istilah alter berasal dari alter ego, yang dipercaya sebagai 'aku yang lain', di mana akun-akun tersebut digunakan untuk menampilkan sisi lain dari penggunanya, namun identitas asli penggunanya akan tetap aman terlindungi anonimitas. Ada 7 jenis akun alter yaitu:

- a. Akun *self-control*, yaitu akun yang digunakan untuk mengemukakan pendapat dan menghindari dari tanggapan yang kurang baik dari orang yang mungkin memiliki pendapat berbeda, dalam bahasa modern sering juga disebut sebagai akun rant.
- b. Akun *buzzer*, yaitu akun yang digunakan untuk memprovokasi, memantik diskursus tentang suatu isu, atau membuat kontroversi tentang suatu tokoh atau instansi.
- c. Akun sosial, yaitu akun alter yang menampilkan konten-konten yang menghibur dan ditujukan sebagai hiburan bagi peselancar dunia maya.
- d. Akun informatif, yaitu akun alter yang dibuat oleh forum, instansi, atau individu yang tujuannya membagikan informasi bagi peselancar dunia maya.
- e. Akun kriminal, yaitu akun yang dibuat untuk melakukan kriminalitas seperti perundungan, pengiriman ancaman, penipuan, pemerasan, dan lain sebagainya.
- f. Akun idol, yaitu akun yang digunakan oleh penggemar dari *public figure* tertentu dan kemudian berperan menjadi tokoh tersebut. Akun-akun seperti ini juga umum dikenal dengan istilah akun *roleplay*.
- g. Akun pornografi, yaitu akun yang digunakan oleh pengguna yang memang bertujuan untuk mencari dan mengumpulkan konten-konten pornografi atau mencari rekan yang sama-sama tertarik dengan hal itu dan kemudian menjalin hubungan.

Dari ketujuh jenis akun alter yang ada dapat dilihat kesamaan, yaitu tidak ada satupun jenis akun alter yang mengungkapkan informasi privat penggunanya. Oleh karena itu, meski akun-akun ini melontarkan opini provokatif dan mencoba mengorek informasi dari akun lain, para pengguna media sosial yang lain tidak akan bisa mengetahui siapa individu di baliknya. Dari sini terlihat bahwa akun-akun alter muncul disebabkan oleh usaha untuk menjaga dan melindungi diri sendiri agar tetap aman dan tidak diketahui oleh orang-orang di kehidupan nyata (Saifulloh & Ernanda, 2018).

2. Metode

Dalam penulisan artikel ini digunakan metode review literatur, yaitu mengumpulkan dan mengintegrasikan penelitian-penelitian sebelumnya sehingga menghasilkan kesimpulan tertentu (Snyder, 2019). Review literatur adalah metode yang sistematis, eksplisit, dan reproduibel untuk melakukan identifikasi, evaluasi, dan sintesis terhadap karya-karya hasil penelitian dan hasil pemikiran yang sudah dihasilkan oleh para peneliti dan praktisi (Okoli & Schabram, 2010).

Sumber literatur yang digunakan untuk penulisan artikel ini adalah jurnal, infografis, dan sumber literatur lain yang terbagi menjadi beberapa jenis. Pertama, sumber-sumber

literatur yang memuat pembahasan mengenai akun alter. Kedua, sumber-sumber literatur yang memuat pembahasan tentang teori presentasi diri. Ketiga, sumber literatur yang memuat pembahasan tentang presentasi diri dalam bermedia sosial. Lalu diambil juga dari data-data tentang penggunaan internet dan media sosial dari situs-situs yang mencatat dan mengukur hal tersebut. Semua sumber literatur itu digunakan untuk membahas strategi presentasi diri pengguna akun alter yang merupakan fokus pembahasan artikel ini.

3. Hasil dan Pembahasan

Akun alter berasal dari kata *alter ego* atau ‘aku yang lain’, istilah yang digunakan untuk menyebutkan akun-akun minim hingga tak beridentitas di media sosial, yang digunakan untuk mengungkapkan sisi lain dari pemilik akun (Pratiwi, 2019). Jika dilihat dari jenis-jenis akun alter yang ada dikaitkan dengan tujuan presentasi diri menurut Baumeister, keberadaan akun alter memenuhi kedua tujuan yang ada.

Pertama, presentasi diri untuk memuaskan penonton, marak dilakukan oleh akun alter idol, akun alter sosial, dan akun alter pornografi. Jenis-jenis akun alter ini mengelola identitas mereka sedemikian rupa untuk menarik pengguna-pengguna sosial media yang memiliki preferensi yang sama dengan mereka. Mereka membentuk lingkaran pertemanan atau komunitas dengan orang-orang tersebut. Akun-akun ini menampilkan karakteristik yang menarik dan relatable untuk mendapatkan apresiasi atau umpan balik yang positif, biasanya berupa *engagement* di sosial media dan konten-konten mereka.

Kedua, yaitu tujuan untuk membangun diri (*self-construct*). Kebanyakan pemilik akun alter juga memiliki akun utama yang digunakan untuk menampilkan segala hal yang mereka inginkan untuk dilihat orang lain, sedangkan akun alter mereka digunakan untuk menampilkan diri mereka yang sebenarnya tanpa informasi tentang identitas asli, kebalikan dari akun utama. Di akun alter, mereka bisa mengutarakan pertanyaan, opini, maupun kritik yang tidak bisa mereka utarakan di akun utama dengan bermacam alasan; seperti merusak presentasi diri akun utama atau hanya sekedar merasa malu. Akun alter *self-control* juga biasanya mengunggah keluhan-keluhan dan menyuarakan isi hati tanpa mengharapkan umpan balik dari siapapun, hanya sekedar agar memiliki tempat untuk berkeluh kesah.

Untuk tujuan memuaskan penonton dan membangun diri, akun-akun alter memiliki strategi untuk melakukan presentasi diri. Dari keenam strategi presentasi diri yang ada, yang paling mungkin dipilih oleh pengguna akun alter adalah *ingratiation*, *intimidation*, dan *self-promotion*.

Dengan *ingratiation*, akun-akun alter ini berinteraksi dengan pengguna-pengguna sosial media yang lain menggunakan gaya bahasa yang ramah, seringkali dilakukan dengan menemukan topik pembicaraan yang menarik atau dengan preferensi yang sama. Dengan cara itu, mereka menunjukkan bahwa mereka berbagi sudut pandang yang sama dengan pengguna-pengguna media sosial lain. Akun-akun alter juga sering menunjukkan simpati mereka pada masalah yang saat itu sedang ramai dibicarakan atau memberikan nasihat yang karismatik, yang membuat pengguna-pengguna media sosial menyukai mereka.

Intimidation biasanya dilakukan oleh akun alter *buzzer* atau akun alter kriminal. Akun-akun ini mengelola presentasi diri mereka sebagai individu-individu yang ‘tak tersentuh’ dan mengintimidasi. Akun alter kriminal yang biasanya melakukan perundungan dunia maya

melalui kolom komentar, unggahan, atau pesan pribadi juga memilih strategi presentasi diri yang ini.

Strategi *self-promotion* biasa dilakukan oleh akun alter idol dengan menampilkan atribut positif idola mereka seakan itu adalah milik mereka sendiri. Strategi ini juga acap kali dilakukan oleh akun pornografi yang mengunggah konten-konten buatan sendiri, menunjukkan kelebihan fisik mereka yang dirasa dapat menarik orang lain. Akun-akun alter kriminal penipuan juga melakukan strategi ini untuk mempromosikan barang dan jasa mereka agar pengguna lain tertarik pada hal yang mereka tawarkan.

4. Simpulan

Presentasi diri pengguna akun alter bertujuan untuk memuaskan penonton (*audience*), yaitu pengguna-pengguna sosial media lain yang melihat dan berinteraksi dengan akun alter mereka, atau untuk membangun diri sendiri dengan menunjukkan presentasi diri yang tidak bisa mereka lakukan di akun utama dan mendapatkan informasi dengan tetap menjaga privasi. Untuk mencapai tujuan ini, pengguna-pengguna akun alter melakukan beberapa strategi presentasi diri. Ada tiga strategi yang umum untuk dilakukan.

Strategi *ingratiation* dan *self-promotion* yang dilakukan akun alter bertujuan untuk membuat pengguna akun sosial media lain tertarik dan menyukai mereka, sedangkan strategi *intimidation* dilakukan untuk membuat pengguna sosial media lain merasa terintimidasi dan takut pada mereka. Strategi-strategi yang bertolak belakang ini dipilih oleh akun-akun alter sesuai dengan jenis akun alter dan konten yang mereka unggah.

Setelah mengetahui bentuk dan strategi presentasi diri dari para pengguna akun alter ini, diharapkan kajian ini dapat berguna untuk penelitian-penelitian selanjutnya, yang akan bisa lebih fokus pada kenyataan bahwa akun alter menawarkan kemudahan untuk berperilaku negatif di dunia maya dengan konsekuensi langsung yang minim atau bahkan tidak ada sama sekali. Penelitian selanjutnya bisa dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan cara-cara mereduksi perilaku negatif dari keberadaan akun-akun alter di sosial media.

Daftar Rujukan

- Bahar, A. (2018). Survei: 46% Remaja Punya Lebih dari Satu Akun Instagram Pribadi, Kebanyakan Nggak Ngungkap Identitas Asli. Apa Alasannya?. Hai Magazine. <https://hai.grid.id/read/07610011/survei-46-remaja-punya-lebih-dari-satu-akun-instagram-pribadi-kebanyakan-nggak-ngungkap-identitas-asli-apa-alasannya?page=all>
- Bullingham, L. & Vasconcelos, A. C. (2013). "The presentation of self in the online world": Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39(1), 101–112. DOI: <https://doi.org/10.1177/0165551512470051>
- Chawki, M. (2004). The Digital Evidence in the Information Era. Computer Crime Research Centre. <https://www.crime-research.org/articles/chawki1>
- Dayakisni, T & Hudaniah. 2009. Psikologi Sosial. Malang: UMM Press. DeVito, A. J. (2011). Komunikasi Antar Manusia. Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group.
- Hanurawan, F. (2015). Psikologi Sosial Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Kemp, S. (2018). Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark. We Are Social. <https://wearesocial.com/uk/blog/2018/01/global-digital-report-2018/>
- Maulani, N. M., & Priyambodo, A. B. (2021). Pengungkapan Diri pada Pengguna Akun Alter Twitter Dewasa Awal di Kota Malang. Seminar Nasional Psikologi UM, 1(1), 318-330. Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Okoli, C. & Schabram, K. (2010). A Guide to Conducting a Systematic Literature Review of Information Systems Research. SSRN Electronic Journal. DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1954824> Patrick, J. (2020).

APJII Catat Pengguna Internet di RI Capai 196,7 Juta. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201109200200-213-567803/apjii-catat-pengguna-internet-di-ri-capai-1967-juta>

- Pratiwi, R. D. (2019). Hiperrealitas Akun Alter dan Roleplayer di Media Sosial. Penakota.id. <https://penakota.id/camilan/130/hiperrealitas-akun-alter-dan-roleplayer-di-media-sosial>
- Saifulloh, M. & Ernanda, A. (2018). Manajemen Privasi Komunikasi pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego di Twitter. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 17(2). DOI: <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.652>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of business research, 104, 333-339. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tjongjono, B., Gunardi, H., Pardede, S. O., & Wiguna, T. (2019). Perundungan-siber (Cyberbullying) serta Masalah Emosi dan Perilaku pada Pelajar Usia 12-15 Tahun di Jakarta Pusat. Sari Pediatri, 20(6). DOI: <https://dx.doi.org/10.14238/sp20.6.2019.342-8>
- Triputra, P. & Rewindinar, R. (2020). Pseudonym and Persona Management in Psychoanalysis Approach Among J-Pop Fans in Social Media. Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, 6(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2066>
- Yang, C. C. & Brown, B. B. (2016). Online self-presentation on Facebook and self development during the college transition. Journal of youth and adolescence, 45(2), 402-416. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0385-y>