

Analisis Dramaturgi melalui Fitur Photo Tagging pada Media Sosial Facebook

Anis Endang

anis.endang@unived.ac.id

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kaburnya batasan antara front stage, wilayah dimana seseorang menampilkan ‘pertunjukan’ kepada khalayak dan *backstage*, wilayah ketika seseorang tidak memberikan ‘pertunjukan’ kepada khalayak akibat kehadiran media sosial Facebook. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Dramaturgi Erving Geffman. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis teks dan mengkaji sembilan foto yang menunjukkan dibawanya *backstage* ke ruang publik melalui fitur *photo tagging*. Hasil penelitian menunjukkan adanya kecenderungan bahwa fitur *photo tagging* membuat batasan antara *front stage* dan *backstage* menjadi kabur. Hal ini dapat terjadi karena: Pertama, teknologi memberikan suatu pola komunikasi yang baru yang belum dapat diatur oleh pola komunikasi tradisional. Ketika kita membuka *news feed* Facebook, kita mendapatkan akses untuk memperoleh komunikasi yang pada awalnya ditujukan hanya kepada audiens tertentu, sehingga apa yang kita dapatkan sesungguhnya merupakan *backstages behavior* sang aktor yang bukan ditujukan untuk kita. Kedua, adanya kemungkinan batasan antara *front stage* dan *backstage behavior* telah diubah seiring dengan perubahan komunikasi yang dimediasi oleh teknologi, sehingga memungkinkan perilaku yang sebelumnya didefinisikan sebagai *backstages*, dapat diterima di wilayah *front stages*.

Kata kunci: dramaturgi, backstage, front stage, photo tagging, Facebook

Abstract

This study aims to examine the blurring boundaries between the front stage, the area where someone presents a 'show' to the audience and the backstage, the area when someone does not give a 'show' to the public due to the presence of Facebook social media. The theory used in this research is Erving Geffman's Dramaturgy theory. This study uses a qualitative descriptive approach with text analysis methods and examines nine photos that show the backstage being brought to the public space through the photo tagging feature. The results of the study indicate that there is a tendency that the photo tagging feature makes the boundaries between the front stage and backstage blurry. This can happen because: First, technology provides a new communication pattern that cannot be regulated by traditional communication patterns. When we open the Facebook news feed, we get access to get communications that were originally intended only for a certain audience, so what we get is actually the backstages of the actor's behavior that is not intended for us. Second, it is possible that the boundaries between front stage and backstage behavior have been changed along with changes in technology-mediated communication, allowing behavior previously defined as backstages, to be accepted in the front stages region.

Keywords: dramaturgy, backstage, front stage, photo tagging, Facebook

PENDAHULUAN

Menurut David Holmes (*dalam* Nasrullah, 2012) Internet merupakan tonggak dari perkembangan teknologi interaksi global di akhir dekade abad ke-20 yang mengubah cakupan serta sifat dasar medium komunikasi. Dikatakan Turkle (2005), hubungan manusia dengan teknologi berbasis komputer ini dapat mempengaruhi konsepsi seseorang mengenai diri mereka sendiri, pekerjaan mereka, hubungan mereka dengan orang lain, dan cara berpikir mereka mengenai proses sosial yang selanjutnya hal ini dapat menjadi dasar nilai estetika, ritual, filosofi dan membentuk budaya baru. Selanjutnya Bungin (2003) mengatakan bahwa secara materi, Internet mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa disadari komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya, yang terutama terjadi melalui sosial media.

Perkembangan teknologi Internet yang membawa implikasi pada munculnya berbagai macam media sosial seperti *Friendster*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path*, *MySpace* dan *Foursquare* ini telah membentuk pola hubungan dan komunikasi yang baru dalam interaksi sosial, dimana hubungan antarmanusia tidak lagi berlangsung secara *face to face*, namun melalui teknologi yang memungkinkan manusia untuk berkomunikasi (melalui *video call* maupun fasilitas *chat* di masing-masing media sosial), saling berbagi informasi, foto, dan video, saling memberi komentar, bahkan mengunjungi “rumah” orang yang diinginkan di dunia maya, tanpa harus menjadi teman terlebih dahulu. Dari berbagai macam media sosial yang ada, *Facebook* merupakan yang paling populer dan memiliki paling banyak pengguna, yaitu rata-rata pengguna aktif per hari sekitar 802 juta, dimana 609 juta pengguna mengakses Facebook dari teknologismartphone; 1,28 miliar pengguna aktif bulanan, dimana 1,01 miliar pengguna mengakses dari teknologi *smartphone* (data dari laman resmi perusahaan Facebook, www.newsroom.fb.com, per 31 Maret 2014). Dari total pengguna Facebook di seluruh dunia ini, Indonesia berada di peringkat 4 dengan total pengguna aktif 65 juta, di mana sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile per harinya (data Webershandwickdalam situs resmi Kominfo, www.kominfo.go.id 7 November 2013).

Di Indonesia sendiri, ada beberapa kecenderungan yang penulis lihat dari kegiatan para pengguna Facebook. *Pertama*, pengguna Facebook cenderung hanya ingin menampilkan bagian positif mereka dan menutupi sisi diri yang negatif. Hal-hal yang dilakukan untuk menampilkan sisi positif diri ini adalah mengunggah foto-foto yang bagus, dimana pengunggah terlihat cantik atau tampan, memperbarui *status* dengan menceritakan hal-hal positif dan ‘wah’ yang pernah, sedang atau akan mereka lakukan, dan melakukan *check in* di tempat-tempat ‘gaul’ atau bergengsi. Walaupun ada pengguna yang menampilkan sisi negatif diri mereka sendiri, namun kecenderungannya sangat kecil. *Kedua*, tidak semua *friends* yang mereka miliki di *Facebook* adalah orang yang mereka kenal. Sebagian dari *friends* ini adalah orang-orang asing yang belum pernah bertemu langsung dengan mereka, atau teman yang “hanya sebatas tahu”. Karena itu, mereka berusaha untuk melakukan *impression management* melalui konten yang mereka *posting* di akun mereka, baik dalam bentuk foto maupun informasi pada *status* dan profil, dimana setiap *posting* yang mereka lakukan secara otomatis akan masuk ke *news feed* dan dapat dilihat oleh *friends* dunia maya mereka. Dikatakan oleh pengguna yang penulis wawancarai, manajemen kesan ini dilakukan agar mereka diterima dan disukai, yang ditunjukkan dengan banyaknya simbol jempol (*like*) atau komentar pada foto atau *status* yang mereka *posting*. *Ketiga*, tidak semua pengguna Facebook melakukan pengaturan *privacy*, sehingga setiap konten yang mereka di-*posting* orang lain dan di-*tag* ke akun mereka akan langsung terpasang dan dapat dilihat semua *friends*.

Sepertinya usaha yang dilakukan pemilik akun Facebook untuk hanya menampilkan sisi positif dirinya tidak selalu tanpa ‘gangguan’. Dari pengamatan dan wawancara yang penulis lakukan, beberapa pemilik akun mengaku kesal karena foto-foto “*backstage*” mereka seperti foto ketika mereka tertidur, sedang melongo, melakukan hal-hal ‘gila’ atau hal-hal berbeda dari representasi diri yang mereka bangun, diunggah dan di-*tag* ke akun Facebook mereka dan beberapa akun lain. Foto-foto yang sebenarnya ditujukan hanya untuk kalangan terbatas (hanya orang-orang yang di-*tag*) seperti ini biasanya akan mengundang banyak komentar dan *like*. Jika tidak ditandai sebagai ‘*private*’ (dimana tanda ini hampir tidak pernah digunakan), setiap foto yang diunggah secara otomatis akan muncul di *news feed (timeline)*, dan dapat dilihat oleh semua *friends*. Bukan itu saja, setiap kali ada yang mengklik *like button* atau meninggalkan komentar, foto tersebut secara otomatis juga akan muncul di *news feed* akun orang yang *me-like* dan berkomentar ini. Walaupun merasa kesal, namun beberapa pemilik akun yang wilayah *backstage* dibawa menjadi *front stage* oleh temannya tidak *me-remove* foto tersebut karena merasa tidak enak, atau berpikir bahwa walaupun foto tersebut telah di-*remove* dari akunnya, namun foto ini masih akan tetap ada di akun teman-teman lain. Karena itu, mereka membiarkannya begitu saja dan ikut menekan *like button* atau ikut berkomentar, dan ikut menganggap hal ini sebagai ‘seru-seruan’.

Pada tahun 2013, tetap bertahannya Facebook sebagai media sosial yang paling diminati membuat pusat lembaga riset *New Pew Research Center* melakukan survei mengenai bagaimana orang menggunakan Facebook dan hal-hal apa yang pengguna suka dan tidak suka dari Facebook. Survei yang dilakukan pada 7 Agustus – 16 September 2013 di Amerika ini mendapatkan 6 temuan yang dipublikasikan di situs resmi mereka, www.newpewresearch.org. Dari temuan ini, diketahui bahwa 36% pengguna Facebook sangat tidak suka (*strongly dislike*) pengguna lain berbicara atau mengunggah foto mereka ke akun Facebook tanpa izin (*others postings about you or pictures of you without asking permission*). Prosentase ini berada di urutan kedua setelah ‘*people sharing too much information*’ yang juga memperoleh presentase 36%. Laman www.searchenginejournal.com pada 9 April 2014 mencatat bahwa 250 miliar foto telah diunggah ke Facebook, dengan rata-rata unggah sebanyak 350 juta foto per hari di seluruh dunia.

Dari fenomena ini, penulis melihat bahwa foto-foto semacam ini akhirnya membuat pengaburan batasan antara *front stage*, wilayah dimana seseorang menampilkan ‘pertunjukan’ kepada audiens sehingga memenuhi harapan publik dan *backstage*, wilayah ketika seseorang tidak memberikan pertunjukan dan terpisah dari audiens (*dalam* Bowman, 2004). Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melihat apakah ada pengaburan batasan antara *front stage* dan *backstage* di media sosial Facebook dilihat dari foto-foto pribadi yang di-*tag* oleh orang lain.

TUJUAN PUSTAKA

Sejak kemunculannya, Facebook telah menjadi salah satu media pertemanan yang banyak diminati masyarakat, salah satunya di Indonesia. Selain kemudahan yang ditawarkan, Facebook memiliki beberapa elemen yang dapat dikaitkan dengan teori dramaturgi, diantaranya adalah *front stage*, *setting*, *personal front*, *manner*, *appearance*, *mystification*, *team*, *backstage*, dan *stigma*. Di dalam media sosial Facebook, yang masuk ke dalam wilayah *front stage* merupakan semua konten, terutama gambar dan foto yang dipilih dengan seleksi dan kontrol elemen visual atas kehadiran mereka dalam forum *online*, dan ini merupakan elemen penting untuk pertunjukan identitas *online* mereka (Pearson *dalam* Aspling, 2011). Konten lain yang termasuk dalam kategori *front stage* adalah biodata yang diisikan di fitur *Profile*, *status* yang diperbarui, *check in* tempat yang dikunjungi, *event* yang dibuat dan semua konten yang dibagi sendiri oleh pemilik akun mengenai dirinya.

Dalam konteks Facebook, yang dimaksud dengan lingkungan fisik adalah ruang-ruang dalam Facebook yang disediakan untuk diisi oleh pengguna. Dalam hal ini, Facebook merupakan panggung dimana aktor (pengguna) menampilkan pertunjukan tertentu. Sebagaimana dituangkan dalam misinya, “*to give people the power to share and make the world more open and connected*” desain Facebook dibuat agar setiap pengguna merasa nyaman untuk membagi informasi apapun, baik mengenai diri sendiri maupun mengenai orang lain. Di dalam media sosial Facebook, *personal front* meliputi perangkat-perangkat yang digunakan aktor untuk mengidentifikasi peran yang ditampilkan. Misalnya, ketika seorang pemilik akun menampilkan dirinya sebagai seorang eksekutif muda, dia akan menampilkan foto-foto yang menunjukkan ciri eksekutif muda, seperti foto dalam pakaian jas atau kemeja yang rapi, duduk di kursi kerja atau foto dengan latar belakang kantor. Demikian juga ketika seseorang mengidentifikasi diri sebagai seorang dokter. Dia akan memajang fotodiri dalam jas putih, atau baju hijau untuk dikenakan di ruang operasi dengan stetoskop melingkar di leher dan melakukan *check in* di tempat-tempat seperti rumah sakit, puskesmas, dan sebagainya. Dalam konteks Facebook, *manner* meliputi konten-konten yang dibagi oleh pengguna sesuai dengan representasi diri yang ditampilkan. Misalnya, ketika seseorang menampilkan dirinya sebagai seorang dokter, maka audiens (dalam hal ini *friends*) mengharapkan orang tersebut untuk menampilkan foto dengan *pose* tersenyum atau bermuka serius, tidak menunjukkan emosi berlebihan atau berkata kasar (bersikap sabar) dalam setiap *status* yang dibuat, dan tidak mengunggah foto dirinya sedang merokok. Ketika aktor dikenal sebagai perempuan yang mengenakan hijab, audiens tidak mengharapkan untuk melihat perempuan tersebut mengenakan pakaian ketat tanpa mengenakan hijab atau terlihat berfoto di dalam diskotik.

Dalam konteks Facebook, *appearance* meliputi konten yang menyimbolkan status sosial tertentu yang ingin dilihat oleh audiens, misalnya jas putih dan stetoskop untuk identitas seorang dokter; buku, laptop dan kacamata dengan kemeja yang rapi untuk seorang dosen, simbol-simbol lain yang menunjukkan identitas sosial tertentu. Mistifikasi dalam Facebook terlihat dari bagaimana aktor tidak selalu membagi aktivitas dan foto mereka ke Facebook. Untuk pemilik akun yang *aware*, mereka akan mengatur intensitas waktu di Facebook. Terlalu sering waktu diluangkan di Facebook akan membuat audiens berpikir bahwa pemilik akun tersebut tidak memiliki kesibukan lain atau tidak memiliki teman di kehidupan nyata.

Dalam teorinya, Goffman menekankan bahwa *team* merupakan beberapa individu yang bekerjasama untuk membangun suatu pertunjukan di atas panggung. Dalam konteks Facebook, *team* terdiri dari pemilik akun dan *significant others* yang mendukung pemilik akun tersebut membangun karakter dan pertunjukan yang ditampilkan. Dalam konteks Facebook, *backstage* meliputi hal-hal yang tidak ingin ditampilkan oleh pemilik akun, misalnya menunjukkan sisi negatif dirinya, atau mengunggah foto yang tidak bagus. Wilayah *backstage* ini biasanya dibawa ke wilayah *front stage* oleh *friends* pemilik akun dengan tujuan untuk ‘seru-seruan’. Diunggahnya foto ini ke Facebook merupakan gangguan dalam pertunjukan yang ditampilkan oleh aktor (pemilik akun). Dalam konteks Facebook, stigma terjadi ketika audiens (*friends*) menemukan sesuatu yang berbeda dari representasi (karakter) yang ditampilkan oleh aktor. Misalnya, menemukan foto seorang dokter sedang merokok, atau seorang pelajar sedang menyontek ketika ujian dan diunggah ke Facebook.

Kaburnya Batasan antara Front Stage dan Backstage di Media Sosial Facebook Berdasarkan Fitur *Photo's Tagging*

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang penulis lakukan dengan pengguna akun Facebook, mereka mengaku bahwa salah satu atau beberapa *friends* mereka mengunggah

fotobackstage mereka dan melakukan *tagging* kepada beberapa teman yang lain yang ditujukan untuk ‘seru-seruan). Berikut beberapa foto yang dianggap pemiliknya sebagai *backstage* yang tidak akan mereka unggah ke Facebook namun diunggah oleh salah satu *friend* mereka dan akhirnya mereka biarkan untuk tetap ada di Facebook. Berikut merupakan beberapa foto yang dikategorikan pemiliknya sebagai *backstage* namun dibawa ke wilayah *frontstage*:



2. Dalam foto di yang menyebutkan nama lengkap ‘korban’ berikut akun Facebook yang bersangkutan, MIP sedang tidak dalam keadaan siap untuk difoto. ‘Korban’ dalam foto ini mengenakan pakaian formal yang pantas, namun duduk dalam keadaan yang tidak rapi. ‘Korban’ tidak bersikap kooperatif yang terlihat baik dalam foto (memejamkan mata) maupun dalam komentar yang ingin agar foto tersebut di-*remove*.



Seminar ilmu-Ilmu Sosial : Communication Series 2



4. Dalam foto ini, ketiga nama ‘korban’ disebutkan, berikut juga link ke akun Facebook mereka masing-masing. Sasaran utama dalam foto ini adalah WPK yang bersikap kooperatif dengan melihat kamera dan bergaya, namun dalam komentar WPK mengatakan “*Astaghfirillah.. Setan apa yang hinggap dalam jiwaku*”. Ketika diwawancarai, WPK mengatakan bahwa dia merasa jengkel foto tersebut diunggah, apalagi foto ini di-liked ikomentari oleh orang-orang yang menurutnya *outsiders*. Namun dia tetap membiarkan foto tersebut ada di akun Facebooknya dan dapat dilihat oleh siapa saja karena tidak ingin membuat kecewa teman-temannya.



5. Di dalam foto ini, DBSH terlihat kooperatif dengan melihat ke arah kamera dan tersenyum. DBSH juga mengenakan pakaian formal dan duduk dengan baik. Namun demikian, ekspresi wajahnya membuatnya mengkategorikan foto ini sebagai *backstage* yang tidak akan dia unggah ke media sosial apapun.



6. Dalam foto ini, FY dan DS sedang menerima tantangan dari teman-temannya karena kalah bermain dalam sebuah *games*. Mereka berdua tidak menyangka kalau foto ini akan diunggah ke media sosial dan di-*tagging* kepada banyak teman yang lain. Baik FY maupun DS bersikap kooperatif dengan menuruti permintaan teman-temannya dan melakukan penghayatan.



7. Dalam foto ini, ARN bersikap kooperatif karena melihat ke arah kamera dan bergaya. Namun dia tidak mengenakan pakaian sebagaimana mestinya. ARN mengatakan kekesalannya, namun ARN yang sehari-hari tampil maskulin membiarkan foto ini tetap ada karena menghargai teman-temannya.



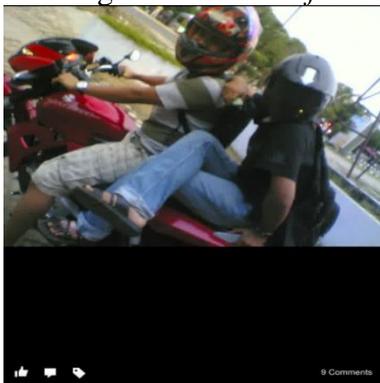
8. Di dalam foto ini, AP bersikap kooperatif, namun menunjukkan ekspresi dan dandanan kepala yang membuatnya sangat berbeda dari kesehariannya. Dikatakannya, foto ini sukses membuatnya dipanggil 'kakak chibi-chibi' selama sehari-hari.



9. Dalam foto ini, RW yang sedang pulas tidur (tidak dalam keadaan duduk atau berdiri yang baik) dalam suatu kegiatan kampus tidak sadar kalau teman-temannya bertindak usil dan membagi momen ini ke Facebook.



10. Dalam foto ini, DBSH yang merupakan manager cabang sebuah perusahaan telekomunikasi terlihat sisi *backstage* nya. Dia mengenakan pakaian dan berdiri dengan cara yang rapi, namun kebiasaannya makan dalam posisi berdiri dan sambil ngobrol tidak ingin dia bawa ke *front stage*.



11. Dalam foto ini UI yang duduk di boncengan sedang memperlihatkan sisi lainnya yang tidak dia tunjukkan ke *front stage*. Dia tidak suka foto ini ada di Facebook dan dilihat oleh teman-temannya yang lain, namun dia tetap membiarkannya.

Dari foto-foto di atas dan hasil wawancara dengan orang-orang yang menjadi ‘korban’, mereka mengakui bahwa foto-foto yang ditampilkan ini merusak representasi diri yang mereka bangun melalui *profile* dan foto-foto yang mereka unggah sendiri. Di dalam Facebook, terutama foto yang digunakan untuk *profile picture*, mereka memilihnya dengan cermat dan hanya menampilkan sisi positif mereka. Hal-hal yang ada di dalam foto-foto di atas masuk ke dalam kategori hal-hal yang dikatakan Goffman, ingin disembunyikan aktor dari panggung. Efek dari foto ini merasa rasakan tidak sebatas dalam media sosial Facebook, namun juga dibawa ke dalam kehidupan mereka di dunia nyata. Orang-orang yang tidak ditujukan untuk melihat foto ini (*outsiders*) sering menggunakan foto yang mereka lihat di Facebook ini sebagai bahan untuk bercanda, hingga melecehkan nama mereka dengan nama perempuan, atau menyatakan betapa lucunya ekspresi wajah yang mereka lihat.

Dari beberapa foto yang penulis gunakan, terlihat adanya kecenderungan bahwa fitur *photo tagging* membuat batasan antara *front stage* dan *backstage* menjadi kabur. Hal ini dapat terjadi karena: Pertama, teknologi memberikan suatu pola komunikasi yang baru yang belum dapat diatur oleh pola komunikasi tradisional. Ketika kita membuka *news feed* Facebook, kita mendapatkan akses untuk memperoleh komunikasi yang pada awalnya ditujukan hanya kepada audiens tertentu, sehingga apa yang kita dapatkan sesungguhnya merupakan *backstages behavior* sang aktor yang bukan ditujukan untuk kita. Kedua, adanya kemungkinan batasan antara *front stage* dan *backstage behavior* telah diubah seiring dengan perubahan komunikasi yang dimediasi oleh teknologi, sehingga memungkinkan perilaku yang sebelumnya didefinisikan sebagai *backstages*, dapat diterima di wilayah *front stages*.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kualitatif yang berusaha untuk menjelaskan fenomena secara komprehensif mengenai masalah penelitian yang dikaji. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis teks, yaitu menganalisis foto-foto yang menggunakan fitur *photo tagging* di aplikasi Facebook. Foto yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 9 yang diambil secara acak dalam aplikasi pertemanan Facebook. Metodologi penelitian merupakan seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu. Penelitian adalah suatu metode studi yang dilakukan seseorang melalui penyelidikan secara hati-hati terhadap suatu masalah, sehingga diperoleh pemecahan yang tepat pada masalah tersebut (Suprayogo, 2001). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini merupakan yaitu sebuah metode atau prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tidak berupa angka, melainkan menjelaskan suatu fenomena secara mendalam. Dengan kata lain, penelitian kualitatif dilakukan untuk melihat kondisi alami sebuah fenomena. Metode penelitian kualitatif tidak memakai inferensi statistik untuk melakukan penarikan kesimpulan. Metode ini berupaya menjelaskan masalah berdasarkan data-data secara kualitatif, disesuaikan dengan tujuan dan perumusan masalah penelitian (Mulyana, 2002). Disebut Moleong (2010) penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dalam melakukan penelitian untuk memperoleh fakta yang dipercaya kebenarannya, maka metode penelitian itu penting artinya karena sebuah penelitian dapat dinilai valid atau tidaknya itu berdasarkan ketetapan-ketetapan penggunaan metode penelitiannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Perkembangan internet yang membawa dampak signifikan dalam perubahan pola interaksi dan komunikasi membawa banyak dampak, salah satunya dalam pengaburan batasan antara wilayah *front stage* dan *backstage*, misalnya melalui pengunggahan foto di dalam media sosial Facebook. Wilayah *backstage* yang dibawa ke dalam wilayah *front stage* ini diakui mengganggu representasi diri yang dibangun oleh aktor.

Saran

Untuk menghindari pembagian informasi yang berlebihan mengenai diri kita dari orang lain, disarankan kepada pemilik akun Facebook untuk melakukan pengaturan privasi, sehingga apapun yang *friends* posting dalam home kita, dapat kita filter terlebih dahulu sebelum *publish* ke seluruh *friends* yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Aspling, Fredrik. (2011). *The Private and the Public in Online Presentation of the Self: A Critical Development of Goffman's Dramaturgical Perspective*. Stockholms Universitet. Thesis.

Seminar ilmu-Ilmu Sosial : Communication Series 2

- Bungin, Burhan. (2003). *Pornomedia: Konstruksi Sosial Teknologi Telematika & Perayaan Seks di Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Glasgow: Social Sciences Research Centre, University of Edinburg.
- Nasrullah, Rulli. (2012). *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Dunia Siberia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ritzer, George. (1996). *Modern Sociological Theory, the Fourth Edition*. Singapore:Mc-Graw Hill.
- Turkle, Sherry. (2005). *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. London: MIT Press edition.

Referensi Online:

- <http://newsroom.fb.com/company-info/> (diakses 25 Juni 2014, pukul 21.24)
- <http://newsroom.fb.com/products/> (diakses 25 Juni 2018, pukul 21.36)
- http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker (diakses 14 Juni 2018, pukul 10.37)
- (<http://www.searchenginejournal.com/25-amazing-facts-facebook/88733/>) (diakses 25 Juni 2018, pukul 22.41)
- <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/02/03/6-new-facts-about-facebook/>(diakses 26 Juni 2018, pukul 20.40)