

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Penelitian

Manusia merupakan makhluk ciptaan Tuhan yang paling sempurna. Akan tetapi meskipun dikatakan sempurna, manusia memiliki keterbatasan yakni tidak bisa hidup tanpa bantuan manusia lainnya. Kebutuhan terhadap bantuan manusia lainnya ini menjadikan manusia disebut sebagai makhluk sosial. Salah satu cara yang dilakukan oleh manusia sebagai makhluk sosial dalam memenuhi kebutuhannya adalah dengan cara berkomunikasi.

Kata komunikasi sendiri berasal dari bahasa Latin yakni *communicatio* yang berarti pertukaran makna dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama (Pureklolon, 2016 p.1, Ruliana, 2018 p.2). Arti sama yang disebutkan sebelumnya berarti membangun makna yang sama antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan substansi perkembangan suatu kehidupan dalam masyarakat, karena terjadinya interaksi sosial diawali oleh adanya komunikasi antar individu, antar masyarakat, dan antar bangsa (Arifin, 1988 p.17). Nurudin mengemukakan bahwa, komunikasi merupakan proses dimana simbol verbal dan non verbal dikirim, diterima, dan dimaknai (Nurudin, 2016 p.47).

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun secara tulisan, sementara komunikasi non verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan kode presentasional (Nurudin,

2016 p.120, Fiske, 2016 p.110). Nursalam (2016 : 234) mengemukakan bahwa, salah satu bentuk komunikasi secara non verbal adalah unggahan gambar atau foto yang dilakukan pada media sosial. Oleh karena itu, simbol yang akan dimaknai dalam penelitian ini adalah foto dan gambar yang diunggah oleh para pecinta olahraga lari pada media sosial Instagram.

Olahraga lari yang merupakan cabang olahraga atletik, saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup sehat masyarakat Indonesia. Kecenderungan gaya hidup sehat masyarakat Indonesia terhadap olahraga ini semakin hari semakin memperlihatkan tren yang meningkat. Data *Survey Health Index* (Lihat Gambar.1) menampilkan bahwa, jenis olahraga yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2017 adalah berlari dibandingkan olahraga lainnya seperti bersepeda dan berenang (Ge, 2017).

Seiring meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap olahraga lari, maka semakin banyak pula komunitas olahraga lari di Indonesia yang tumbuh dan berkembang yang bertujuan mewadahi para peminat olahraga lari dalam sebuah komunitas. Salah satu komunitas olahraga lari yang tumbuh dan berkembang tersebut adalah Indorunners. Indorunners merupakan komunitas olahraga lari yang didirikan pada tahun 2009 oleh seorang pria yang bernama Kemal Reza Djuned Puspongoro dan akrab disapa dengan panggilan Rezp0.

Dengan berdirinya Indorunners, maka terkumpul sekumpulan individu dengan minat yang sama yaitu dalam hal berolahraga lari. Alasan pendirian komunitas ini adalah sebagai wujud nyata dari mimpi seorang Rezp0, yang ingin

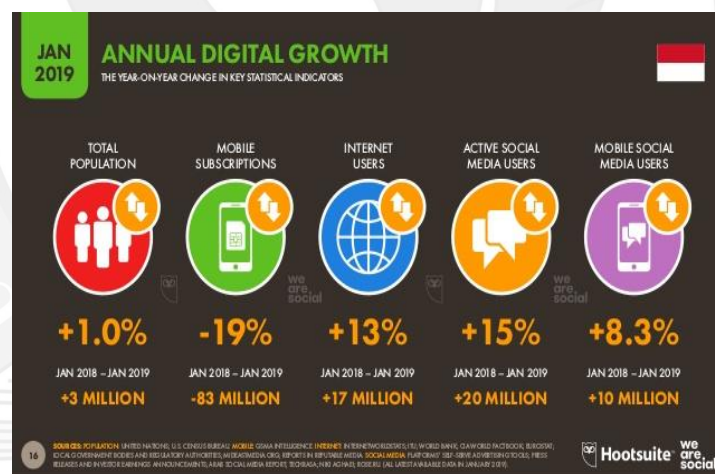
mengajak masyarakat Indonesia sebanyak-banyaknya untuk menerapkan gaya hidup sehat dengan cara berolahraga lari. Masyarakat Indonesia yang menerapkan gaya hidup sehat dengan cara berolahraga lari inilah yang kemudian dikenal dengan sebutan *runner*.

Seiring perkembangan setelah berdirinya Indorunners, manfaat yang diperoleh lewat komunitas ini tidak lagi hanya sekedar tempat untuk saling bertemu para pecinta olahraga lari. Akan tetapi juga sebagai tempat untuk saling berbagi informasi terkait jadwal berlari bersama, tempat pertukaran informasi terkait event olahraga lari baik bertaraf nasional maupun internasional, tempat berbagi informasi terkait teknik dalam berolahraga lari, serta tempat representasi diri para pecinta olahraga lari itu sendiri.

Di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena media sosial tidak bisa dipisahkan dari cara berkomunikasi antar manusia. Proses pertukaran informasi yang terjadi antar anggota di dalam komunitas serta interaksi dengan pihak di luar komunitas tidak hanya dilakukan secara tatap muka saja, akan tetapi juga terjadi lewat media sosial. Gumilar (Gumilar, 2018 p.164) menyebutkan bahwa, melalui media sosial semua informasi dan kegiatan komunitas dapat dengan cepat menyebar dan diketahui oleh masyarakat luas, dan hal tersebut juga menjadi salah satu cara dalam membantu komunitas agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Sesuai laporan hasil survei Hootsuite, sepanjang tahun 2018 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 15% atau

sebanyak 20 juta orang (Lihat Gambar. 1.1) sehingga jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2019 mencapai angka 150 juta orang (Lihat Gambar. 1.2) (Hootsuite, 2019). Laporan hasil survei tersebut juga menyebutkan tiga platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Youtube, Facebook, dan Instagram (Lihat Gambar. 1.3). Dari ketiga platform media sosial yang paling banyak digunakan tersebut, Instagram merupakan media sosial yang pertumbuhan penggunanya paling tinggi yaitu sebesar 5,1% (Lihat Gambar. 1.4) sehingga pada Januari 2019 jumlah pengguna Instagram di Indonesia dilaporkan sebanyak 62 juta orang (Lihat Gambar. 1.5).



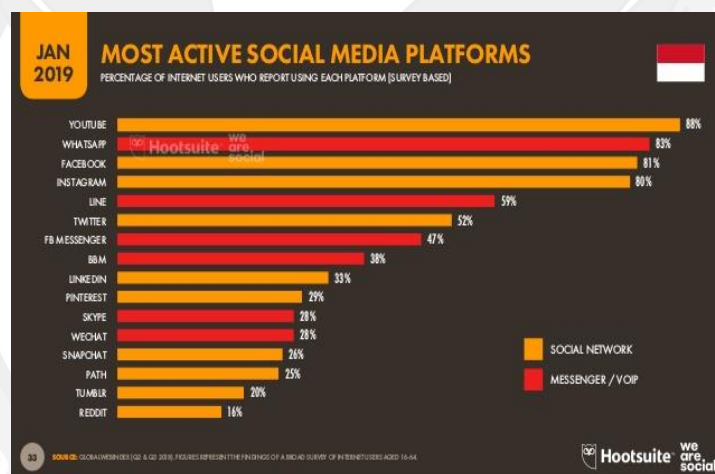
Gambar 1.1 Annual Digital Growth

Sumber: Hootsuite: Indonesian Digital Report 2019, <https://wearesocial.com>



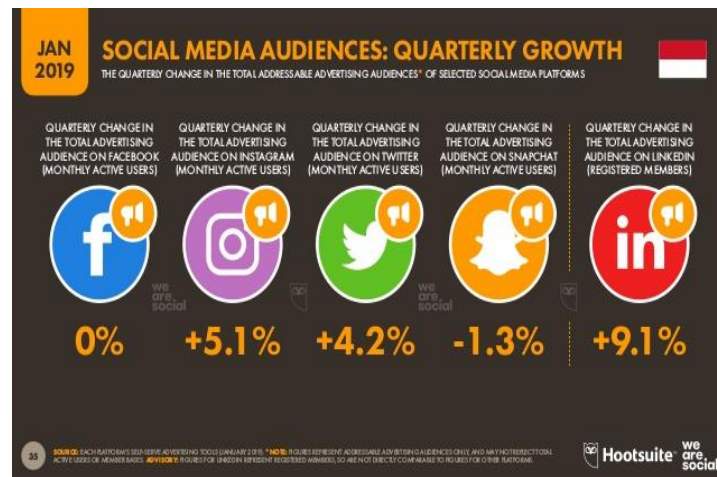
Gambar 1.2 Indonesian Digital Report 2019

Sumber: Hootsuite: Indonesian Digital Report 2019, <https://wearesocial.com>



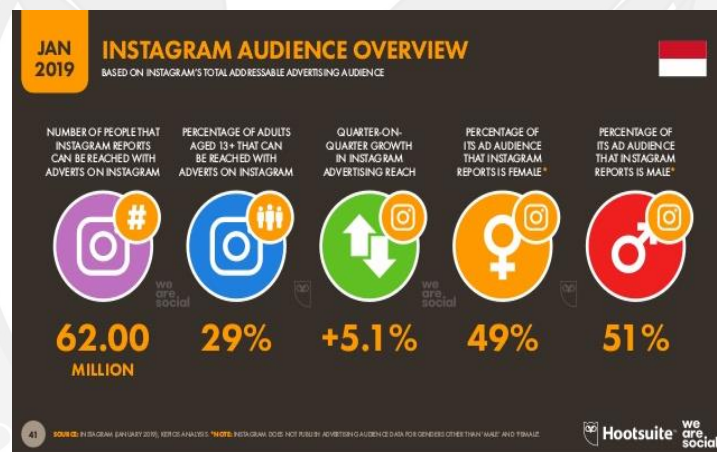
Gambar 1.3 Most Active Social Media Platforms

Sumber: Hootsuite: Indonesian Digital Report 2019, <https://wearesocial.com>



Gambar 1.4 Social Media Audience: Quarterly Growth

Sumber: Hootsuite: Indonesian Digital Report 2019, <https://wearesocial.com>



Gambar 1.5 Instagram Audience Overview

Sumber: Hootsuite: Indonesian Digital Report 2019, <https://wearesocial.com>

Instagram diciptakan pada Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (Instagram, 2019). Nama Instagram sendiri merupakan gabungan dari dua fungsi aplikasi yang dimilikinya yaitu, *insta* yang berasal dari kata *instant camera* yaitu sebuah kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan hasil foto instan, dan *gram* yang berasal dari kata *telegram* yang sesuai fungsinya adalah

untuk mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Oleh karena itu, fitur utama yang dibagikan pengguna Instagram dalam media sosial ini adalah foto-foto yang bersifat instan. Selain fitur utama yang dibagikan dalam media sosial ini berupa foto, Instagram juga menyediakan fitur perekam video. Instagram memiliki fungsi foto visualitas yang didukung oleh fitur-fitur penunjang yang bervariasi serta mudah untuk diaplikasikan. Oleh karena fitur yang ditampilkan berupa foto dan video, maka tampilan Instagram layaknya sebuah kehidupan nyata dalam sebuah panggung sandiwara.

Panggung sandiwara adalah sebuah konsep utama dalam teori dramaturgi yang digagas oleh Erving Goffman. Goffman menganalogikan manusia sebagai aktor yang sedang berperan pada sebuah panggung sandiwara (Goffman, 1959). Karakter yang ditampilkan aktor tersebut ketika sedang berada di panggung depan (*front stage*) akan berbeda dari ketika ia sedang berada di panggung belakang (*back stage*). Goffman menjelaskan bahwa, panggung depan merupakan tempat di mana seseorang akan menampilkan kesan (*impression*) agar diinterpretasikan dengan baik pula oleh penonton sesuai dengan apa yang diharapkannya. Sedangkan panggung belakang merupakan tempat dimana karakter asli seseorang itu hidup dalam kesehariannya. Kaitannya dalam penelitian ini bagi para *runner* adalah, komunitas olahraga lari Indorunners berfungsi sebagai panggung depan (*front stage*), sebagai tempat untuk mengelola kesan sesuai dengan keinginannya, agar diinterpretasikan secara baik oleh khalayak.

Mengelola kesan yang baik merupakan upaya agar orang lain mampu menilai sebagaimana yang diharapkan dari kesan yang dibangun tersebut. Dalam

upaya membangun kesan yang baik sebagai sebuah tujuan, para *runner* berusaha untuk menampilkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya agar dinilai baik oleh publik. Perilaku-perilaku tersebut pada umumnya berisi hal-hal yang baik seperti tidak merokok, aktif dalam kegiatan dan pertemuan komunitas, aktif dalam penyebaran informasi terkait pelaksanaan event olahraga lari, aktif dalam penyebaran informasi terkait teknik dalam berlari, dan sebagainya. Selain itu, konsep diri *runner* sangat identik terhadap konsistensi lintasan lari yang digunakan, jadwal dan program latihan, kostum dan aksesoris olahraga lari lainnya yang digunakan, serta penggunaan *hashtag* #marilari sebagai identitas komunitas dan #runner sebagai identitas diri. Dalam hal ini, peneliti akan menganalisis proses pengelolaan kesan *runner* yang dilakukan oleh para pecinta olahraga lari pada media sosial Instagram.

Sebuah penelitian ilmiah yang baik tentu dibangun dalam kaitan dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai referensi penulisan. Hal ini bukan hanya bertujuan untuk memperkaya materi pembahasan dalam penelitian ini, namun juga untuk posisi dari penelitian ini bila dihubungkan dengan penelitian-penelitian lainnya. Terkait dengan hal tersebut, peneliti telah mengumpulkan beberapa penelitian-penelitian terkait pengelolaan kesan yang akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Penelitian pertama yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian diambil dari jurnal penelitian hasil karya Chelsea Amanda Alim yang berjudul “*Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo)*” (Alim, 2014). Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui

penggunaan taktik manajemen kesan yang dilakukan oleh seorang aktris pada Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis isi. Analisis dilakukan terhadap 45 unggahan foto pada akun Instagram aktris tersebut dalam jangka waktu 2 bulan. Hasil dalam penelitian yang diperoleh oleh peneliti adalah bahwa, aktris yang menjadi subjek penelitian menggunakan tiga taktik manajemen kesan yang meliputi *ingratiation*, *self promotion*, dan *supplication* untuk membuat kesan baik dan menarik.

Penelitian kedua yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari jurnal penelitian karya Ekpenyong, Stephen Nkereuwen dan Fred Ubebe Ebimobowei yang berjudul "*Impression Management and Identity Manipulation In A Social Network Website: A Study of the Niger Delta University Students*" (Ekpenyong, Nkereuwen dan Ebimobowei, 2015 p.162-177). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi cara mahasiswa Universitas Delta Niger di Nigeria dalam menampilkan diri secara *on-line* di lingkungan jejaring sosial, serta untuk melihat jenis presentasi diri apa yang ditampilkan pada media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini para peneliti menemukan fakta bahwa fenomena manipulasi identitas dan manajemen kesan telah menjadi hal yang biasa dilakukan oleh para mahasiswa Universitas Delta Niger di Nigeria. Di kalangan mahasiswa, media sosial telah menjadi tempat untuk menciptakan identitas diri palsu sebagai upaya agar teman-teman mereka memandang mereka dalam konsep diri yang positif.

Penelitian ketiga yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari tulisan dalam jurnal penelitian Fany Ariani dan Wulan Trigartanti

dengan judul “*Impression Management* Seorang Selebgram Sebagai Eksistensi Diri Melalui Media Sosial Instagram” (Ariani dan Trigartanti, 2016 p.353-358). Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap komponen-komponen apa saja yang dipersiapkan oleh seorang selebgram agar tetap eksis di media sosial Instagram. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dramaturgi. Kesimpulan yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah, hasil penelitian menunjukkan perbedaan dari kehidupan seorang selebgram ketika ia berada di panggung depan dan ketika berada di panggung belakang.

Penelitian keempat yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari jurnal penelitian Younbo Jung, Ashley Tay, Terence Hong, Judith Ho dan Yan Hui Goh yang berjudul “*Politician’s Strategic Impression management on Instagram*” (Jung Y. Terence Hong et. all., 2017 p.2195-2201). Tujuan dalam jurnal ini bertujuan untuk mengetahui efek dari dua cara presentasi diri para politisi kepada publik lewat media sosial Instagram. Dua cara presentasi diri ini berupa penyajian identitas pribadi politisi lewat unggahan foto, dan bersikap interaktif dalam upaya mempengaruhi persepsi dan pilihan publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian menggunakan pengukuran skala *likert*. Kesimpulan yang diraih peneliti dalam penelitian ini adalah, hasil penelitian menunjukkan bahwa penyajian identitas diri para politisi memiliki efek yang lebih besar daripada hanya bersikap interaktif dalam media sosial Instagram.

Penelitian kelima yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari tesis Danielle Moray Seehafer yang berjudul “*Exploration of Instagram and Individual’s Concept of Self*” (Seehafer, 2017). Penelitian ini dilakukan dalam tujuan peneliti untuk mengetahui bagaimana pengelolaan presentasi identitas diri pengguna media sosial Instagram dan untuk mengetahui peran *impression management* dalam pembentukan identitas diri pengguna media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada sebelas orang wanita pengguna aktif media sosial Instagram yang berusia antara 18 hingga 27 tahun. Kesimpulan yang diperoleh oleh peneliti pada penelitian tersebut adalah, presentasi identitas diri pengguna media sosial Instagram dikelola melalui konten foto, foto itu sendiri, filter foto, dan keterangan tambahan pada foto untuk menciptakan kesan positif. Oleh karena itu maka individu, pengelolaan kesan, dan kinerja merupakan hal yang saling berkaitan.

Penelitian keenam yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari skripsi Ulfah Nurul Islam yang berjudul “*Impression Management Pejabat Publik Dalam Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Deskriptif Pengelolaan Kesan Walikota Bandung Ridwan Kamil Melalui Unggahan Foto dan Video Dalam Akun Instagram @ridwankamil)*” (Islam, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan kesan oleh Ridwan Kamil melalui media sosial Instagram @ridwankamil. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif deskriptif dalam menganalisa 77 unggahan yang dilakukan pada akun Instagram Ridwan Kamil. Ke-77 unggahan tersebut merupakan unggahan yang

dilakukan oleh Ridwan Kamil selama 100 hari di awal ia menjabat sebagai Walikota Bandung, yang merupakan waktu yang tepat untuk melakukan pengelolaan kesan. Penelitian ini menemukan bahwa, Ridwan Kamil sering menggunakan taktik pengelolaan kesan *Ingratiation* dan *Self Promotion* milik Jones & Pittman (1982).

Penelitian ketujuh yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari jurnal Indira Siedharta yang berjudul “Strategi *Impression Management* Presiden Joko Widodo Melalui Komunikasi Program Prioritas Pemerintah Dalam Akun Youtube Presiden Joko Widodo” (Indira Siedharta, 2017 p.17-26). Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengelolaan kesan Presiden Joko Widodo melalui komunikasi program prioritas pemerintah dalam akun Youtube. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi. Peneliti melakukan koding terhadap pesan verbal yaitu pernyataan yang diucapkan oleh Presiden Joko Widodo dalam 169 video sampling. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi yang paling sering ditampilkan oleh Presiden Joko Widodo adalah strategi *ingratiation*, dimana ia ingin mendapatkan kesan sebagai seorang pemimpin yang digemari.

Penelitian kedelapan yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari jurnal Muhamad Arfi Annafidin Trie Damayanti dan Kokom Komariah yang berjudul “Strategi *Impression Management* Pinilih Mojang 2014-2015 Dalam Merepresentasikan Kota Bandung” (Annafidin, Damayanti dan Komariah, 2017 p.91-100). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan kesan Pinilih Mojang 2014-2015 yang meliputi

kesan yang dicari, menunjukkan perilaku, dan menyiapkan resiko dari presentasi diri dalam merepresentasikan kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Pinilih Mojang 2014-2015 menampilkan kesan yang dicari dalam kriteria Mojang Kota Bandung.

Penelitian kesembilan yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari skripsi Muhammad Nur yang berjudul “Konstruksi Citra Diri di Media Sosial (Studi Terhadap Santri Pengguna Instagram di PP. *Nurul Ummah* Kotagede Yogyakarta)” (Nur, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana santri di pondok pesantren *Nurul Ummah* mengkonstruksi citra dirinya ke dalam media sosial Instagram. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif melalui reduksi data, pemilahan data, kategorisasi data dan penarikan atas kesimpulan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dramaturgi yang diformulasikan melalui konstruksi *front stage* dan *back stage*. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah, para santri sebagai pengguna *Instagram* di pondok pesantren *Nurrul Ummah* mengkonstruksi citra dirinya di *front stage* yang meliputi tiga unsur yaitu *self performance*, *social identity*, dan *audience* serta mengkonstruksi citra dirinya di *back stage*. Tujuan pemaknaan citra diri para santri ke dalam media sosial adalah sebagai ajang eksistensi diri dan sarana mencari popularitas.

Penelitian kesepuluh yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari jurnal Vinesia Versigny dengan judul “Memahami *Impression Management* Pada Selebsmule” (Versigny, 2018 p.1-25). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh selebsmule dalam merepresentasikan diri. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *impression management* yang merupakan perluasan dari teori dramaturgi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah, peneliti menemukan perbedaan dari kehidupan seorang *selebsmule* ketika ia berada di panggung depan, panggung tengah yang merupakan tempat persiapan, dan panggung belakang. Pada dasarnya orang akan melakukan pengelolaan kesan sesuai dengan apa yang ingin ditampilkan di panggung depan meskipun hal tersebut berbanding terbalik dengan kehidupan di panggung belakang.

Berdasarkan kesepuluh penelitian tersebut, persamaan yang diperoleh antara penelitian ini dan penelitian-penelitian sebelumnya adalah konsep pengelolaan kesan yang menjadi objek penelitian. Akan tetapi, terdapat perbedaan yang membedakan antara penelitian ini dari penelitian-penelitian sebelumnya tersebut, yaitu pada metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian etnografi virtual.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah unggahan-unggahan yang dilakukan oleh para pecinta olahraga lari sebagai bentuk presentasi diri sebagai seorang *runner* pada akun media sosial Instagram. Maka oleh karena itu, peneliti akan mengambil data berupa unggahan gambar dan foto pada beberapa akun media sosial Instagram dan kemudian akan menganalisa sehingga dapat menjawab pertanyaan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bentuk presentasi diri *runner* yang dikelola lewat penggunaan media sosial Instagram?
2. Bagaimana para *runner* memaknai unggahan-unggahan terkait aktivitas berlari yang dilakukan pada media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menggambarkan dan untuk mendeskripsikan objek penelitian. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menampilkan bentuk presentasi diri para *runner* dan untuk mendeskripsikan makna dari aktivitas berlari lewat unggahan-unggahan yang dilakukan oleh para *runner* pada media sosial Instagram.

1.4 Signifikansi Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan diharapkan memiliki signifikansi atau dengan kata lain memiliki manfaat. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya manfaat dari penelitian ini yang dibagi dalam tiga bagian yakni:

1.4.1 Manfaat Akademis

Latar belakang peneliti dalam penelitian dengan topik presentasi diri *runner* pada media sosial Instagram, adalah untuk memberikan kontribusi dalam pembahasan terkait presentasi diri seorang pecinta olahraga yang dilakukan lewat media sosial. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memperkaya penelitian-penelitian sebelumnya tentang presentasi diri yang dilakukan melalui media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sedangkan manfaat praktis yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah agar hasil penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dalam studi media baru, serta dapat menjadi suatu konsep pemikiran baru bagi para peneliti lainnya dalam kajian pengelolaan kesan yang dilakukan oleh para pecinta olahraga lainnya selain olahraga yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini.

1.5 Objek dan Lokasi Penelitian

Observasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk membahas realitas atau fenomena terkait motivasi dan konstruksi pengelolaan kesan sebagai seorang *runner* di Indonesia pada media sosial Instagram. Subjek dalam penelitian ini adalah sekelompok individu pecinta olahraga lari yang disebut *runners*, dan untuk itu peneliti telah memilih serta membatasi jumlah sepuluh narasumber yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.

Alasan peneliti memilih sepuluh orang narasumber tersebut dianggap tepat, dimana informasi yang akan diperoleh melalui para narasumber tersebut sangat diyakini keakuratan dan kebenarannya. Secara keseluruhan, para narasumber merupakan anggota komunitas olahraga lari Indorunners. Mengapa Indorunners? Karena Indorunners merupakan komunitas olahraga lari terbesar di Indonesia. Indorunners didirikan pada tahun 2009 oleh Kemal Reza Djuned Pusponegoro yang akrab disapa Rezpo. Sebagai komunitas olahraga lari terbesar di Indonesia, sampai dengan saat ini Indorunners sudah memiliki perwakilan yang dibagi dalam 8 regional dan 69 cabang yang tersebar hampir diseluruh wilayah Indonesia (Wawancara dengan Rian Krisna, Jakarta 12 Maret 2019).

Dalam media sosial yang menjadi ruang penelitian oleh peneliti yakni Instagram, tercatat sebanyak 53.400 orang telah menjadi *followers* (pengikut) akun komunitas olahraga lari Indorunners. Sebagai komunitas olahraga lari, keanggotaan Indorunners terdiri dari individu-individu yang cinta akan olahraga lari serta memiliki kesamaan dalam visi dan misi yakni ingin mengajak masyarakat Indonesia sebanyak-banyaknya untuk hidup dalam gaya hidup yang sehat lewat olahraga lari.

Selain itu, alasan peneliti memilih sepuluh orang narasumber tersebut adalah karena sebagian besar dari mereka merupakan koordinator cabang komunitas Indorunners yang dapat mewakili citra anggota komunitasnya, serta beberapa anggota komunitas olahraga lari yang terpilih oleh karena keaktifannya dalam berbagai kegiatan komunitas dan ajang pertandingan lari, serta aktif dalam penggunaan media sosial Instagram.

Kesepuluh orang narasumber atau sebagai subjek penelitian tersebut adalah:

1. Narasumber yang pertama adalah Reza Kemal Djuned Pusponegoro yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Rezpo. Rezpo berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di Jakarta. Pemilihan Rezo sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber sejatinya adalah seorang yang mencintai olahraga sejak ia masih berusia muda. Narasumber merupakan seorang pendiri salah satu komunitas olahraga lari terbesar di Indonesia yaitu Indorunners. Selain sebagai pendiri Indorunners, narasumber juga adalah pemilik perusahaan Mesa Race yang bergerak di bidang *sport event organizer*. Narasumber merupakan pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @rezapuspo.
2. Narasumber yang kedua adalah Rian Krisna yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Rian. Rian berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di Jakarta. Rian adalah seorang karyawan swasta pada perusahaan Garmin Indonesia, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang produk navigasi GPS (*Global Positioning System*). Pemilihan Rian sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber merupakan pendiri komunitas olahraga lari Tebetian Runners yang sampai saat ini masih aktif dalam berbagai kegiatan komunitas. Rian juga adalah koordinator dari 8 regional & 69 cabang *Indorunners* yang tersebar di hampir seluruh wilayah

Indonesia. Narasumber merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @riankrisna.

3. Narasumber yang ketiga adalah Yudi Dile yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Yudi. Yudi berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah. Yudi adalah seorang Pegawai Negeri Sipil yang bertugas di Kota Palu. Pemilihan Yudi sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber adalah seorang koordinator komunitas olahraga lari Happy Runners Palu. Narasumber sendiri mulai tergabung dalam komunitas Happy Runners Palu sejak komunitas ini berdiri pada tahun 2015. Narasumber yang diketahui berusia 40 tahun ini merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @yudhidile.
4. Narasumber yang keempat adalah Sumardi yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Mardi. Mardi berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Mardi adalah seorang Pegawai Negeri Sipil pada Kementerian Perdagangan RI. Pemilihan Mardi sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber adalah seorang anggota komunitas olahraga lari Campur Sari Runners. Narasumber sendiri mulai tergabung dalam komunitas Campur Sari Runners sejak tahun 2017 dan sampai dengan saat ini aktif dalam berbagai kegiatan komunitas. Narasumber yang diketahui berusia 38 tahun ini

merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @mardi82.

5. Narasumber yang kelima adalah Chaedar Ferdiansyah yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Adi. Adi berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di Jakarta. Adi adalah seorang karyawan swasta pada sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perniagaan. Pemilihan Adi sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber adalah seorang anggota komunitas olahraga lari Tebetian Runners. Narasumber sendiri mulai tergabung dalam komunitas Tebetian Runners sejak tahun 2016 dan sampai dengan saat ini aktif dalam berbagai kegiatan komunitas. Narasumber yang diketahui berusia 28 tahun ini merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @ferdiyansyahchaedar.
6. Narasumber yang keenam adalah Febri Dwihartanto yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Febri. Febri berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di Jakarta. Febri adalah seorang karyawan pada sebuah perusahaan perbankan. Pemilihan Febri sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber adalah seorang anggota komunitas olahraga lari Naiwastu Runners dan seorang koordinator komunitas olahraga lari Bandar Kemayoran 45 Runners. Narasumber bergabung dengan komunitas olahraga lari Naiwastu Runners sejak tahun 2017 dan masih aktif dalam

berbagai kegiatan komunitas sampai dengan saat ini. Narasumber yang diketahui berusia 28 tahun ini merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @febridwihatanto.

7. Narasumber yang ketujuh adalah Olis Eraku yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Olis. Olis berjenis kelamin perempuan dan saat ini ia berdomisili di Kota Gorontalo Provinsi Gorontalo. Olis adalah seorang Pegawai Negeri Sipil pada Badan Narkotika Nasional Kota Gorontalo. Pemilihan Olis sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber adalah seorang koordinator The Gorontalo Runners. The Gorontalo Runners merupakan komunitas olahraga lari terbesar di provinsi Gorontalo yang beranggotakan 152 orang. Narasumber sendiri mulai tergabung dalam komunitas The Gorontalo Runners semenjak tahun 2014 dan sampai saat ini masih aktif dalam berbagai kegiatan komunitas. Narasumber merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @oliseraku80.
8. Narasumber yang kedelapan adalah Dave dan akrab juga dipanggil dengan nama panggilan Dave. Dave berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Dave adalah seorang karyawan swasta pada sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran produk kosmetik dan perawatan kulit. Pemilihan Dave sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber adalah seorang koordinator Happy

Runners Manado. Narasumber bergabung dengan Happy Runners Manado baru sekitar 1 tahun, akan tetapi oleh karena semangat dalam berolahraga lari di dalam komunitas dan aktif dalam media sosial komunitas, maka secara aklamasi narasumber terpilih sebagai koordinator. Narasumber yang diketahui berumur 36 tahun merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @davevictory.

9. Narasumber yang kesembilan adalah Metharizka Rahadian yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Alung. Alung berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di Kecamatan Tanjung Selor Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara. Alung adalah seorang pemilik usaha pangkas rambut. Pemilihan Alung sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber adalah anggota komunitas olahraga lari Indorunners Tarakan yang aktif dalam berbagai kegiatan komunitas. Narasumber merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @metharizka_rahadian.
10. Narasumber yang kesepuluh adalah Kurniawan Arida yang lebih akrab dipanggil dengan nama panggilan Ari. Ari berjenis kelamin laki-laki dan saat ini ia berdomisili di Kelurahan Pangkalan Bun Kecamatan Arut Selatan Kabupaten Kotawaringin Barat, Provinsi Kalimantan Tengah. Ari adalah seorang pegawai honorer pada sebuah kantor pemerintahan. Pemilihan Ari sebagai salah satu narasumber atau sebagai subjek penelitian oleh peneliti, berdasarkan alasan dimana narasumber adalah

seorang yang gemar berolahraga. Narasumber adalah seorang koordinator Kobar Runners Pangkalan Bun. Komunitas Kobar Runners Pangkalan Bun merupakan komunitas olahraga lari yang beranggotakan 200 orang. Narasumber sendiri mulai tergabung dalam komunitas Kobar Runners Pangkalan Bun semenjak tahun 2017 dan sampai dengan saat ini masih aktif dalam berbagai kegiatan komunitas. Narasumber merupakan seorang pengguna aktif media sosial Instagram dengan nama akun @kurniawan_arida.

Objek penelitian merupakan pokok persoalan yang hendak diteliti dalam rangka untuk memperoleh data secara lebih terarah. Oleh karena itu, objek dalam penelitian ini adalah pengelolaan kesan sebagai seorang *runner* pada media sosial Instagram. Peneliti akan melakukan observasi terhadap unggahan-unggahan yang dilakukan oleh kesepuluh orang narasumber pada media sosial Instagram, kemudian akan melakukan analisis serta koding terhadap aktivitas-aktivitas tersebut.

Lokasi dalam penelitian ini berada pada ruang virtual, yaitu pada media sosial Instagram. Media sosial Instagram merupakan tempat para narasumber mempresentasikan diri mereka sebagai seorang *runner*. Mereka menggunakan media sosial untuk mempresentasikan diri mereka sebagai seorang runner lewat unggahan-unggahan yang ditampilkan pada akun media sosial Instagram dengan tujuan untuk memperoleh kesan sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Wood dan Smith (Wood, 2005) mengemukakan bahwa, identitas merupakan diri yang kompleks yang berasal dari konstruk sosial yang lahir dari pemikiran tentang

siapa diri kita dan bagaimana kita berharap orang lain menganggap tentang kita dan bagaimana mereka secara aktual menganggap kita. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian terhadap bentuk presentasi diri atas pengelolaan kesan sebagai seorang *runner* lewat unggahan-unggahan para narasumber yang dilakukan pada Instagram.

