

Presentasi Diri dalam Interaksi Bermediasi Teknologi (Studi Kasus Konten Instagram Bersepeda di Masa Pandemi) = Self-Presentation in Technology Mediated Interaction (Case Study of Cycling Content on Instagram During Pandemic)

Rizki Saga Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920560360&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini bertujuan untuk mengungkap presentasi diri dalam interaksi bermediasi teknologi dengan bersepeda melalui konten instagram di masa pandemi virus corona. Panggung depan yang berusaha dibangun melalui presentasi diri di Instagram tidak dapat dipisahkan dari pola komunikasi individu dalam interaksinya di media digital. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Dengan menggunakan paradigma konstruktivis, tesis ini mengadaptasi konsep presentasi diri dalam interaksi bermediasi dari DeVito, dkk (2017) untuk mengupas proses yang terjadi antara halaman profil, kehadiran aktor lain, serta pemahaman khalayak. Berdasarkan wawancara yang dilakukan setelah melakukan studi dokumentasi dan observasi terhadap feed dan story akun Instagram informan selama 10 bulan masa pandemi, hasil penelitian menyimpulkan bahwa mengikuti tren bersepeda sebagai bagian dari strategi ingratiasi dan promosi diri terlihat jelas dalam halaman profil sebagai panggung depan aktor (Jones & Pittman, 1982). Informan menampilkan dirinya dengan mempertimbangkan lokasi sebagai latar belakang foto dan simbol-simbol yang meneguhkan status sosial informan, menambahkan tagar populer dan menautkan unggahan dengan akun Instagram yang menampilkan konten gaya hidup glamor kaum pesepeda urban, dan memamerkan hasil data bersepeda dari platform Online Social Fitness Networks (OSFN) menjadi validasi atas kemampuan fisik yang diakui anggota komunitas dengan minat yang sama.

.....This study aims to reveal self-presentation in technology-mediated interactions by cycling through Instagram content during the corona virus pandemic. The front stage that is trying to be built through self-presentation on Instagram is basically inseparable from individual communication patterns in their interactions in digital media. This study uses a qualitative approach with a case study research method. Using the constructivist paradigm, this study adapts the concept of self-presentation in mediated interactions initiated by DeVito, et al (2017) to explore the processes that occur between profile pages, the presence of other actors, and audience understanding which is a challenge for selfpresentation in technology-mediated interactions. Based on interviews conducted after conducting a documentation study and observation of the feeds and stories of informants' Instagram accounts for 10 months during the pandemic, the results of the study concluded that following the cycling trend as part of an ingratiation and self-promotion strategy was clearly visible on the profile page as the actor's front stage (Jones & Pittman, 2107). The informant presented himself by considering the location as a background for the photo and symbols that confirmed the informant's social status, adding popular hashtags and linking the upload with an Instagram account featuring content of the glamorous lifestyle of urban cyclists, and showing the results of cycling.