

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini akan membahas terkait motivasi dan strategi presentasi diri anggota organisasi masyarakat *XTC* di dalam media sosial instagram. Penelitian mengenai presentasi diri di dalam media sosial instagram ini dilakukan peneliti karena beberapa alasan. Pertama, di mana pada saat ini teknologi semakin maju dan berkembang, masyarakat sudah banyak yang menggunakan fasilitas yang tersedia di era teknologi saat ini salah satunya yaitu seperti situs jejaring media sosial. Begitu juga dengan kelompok-kelompok masyarakat seperti anggota geng motor yang menggunakan media sosial untuk suatu kepentingan mereka baik kepentingan individu ataupun kelompoknya. Linsell (dalam Morselli, 2011, hlm. 876) menyatakan jika kelompok-kelompok seperti ini telah menggunakan situs jejaring sosial dalam aktifitasnya. Kehadiran geng di dalam media sosial juga dapat terlihat dari presentasi diri individu tersebut yang di mana dengan sengaja atau tidak mereka mempromosikan gengnya ataupun kebiasaan mereka di dalam media sosial (Morselli, 2011, hlm. 879).

Monfried (dalam Morselli, 2011, hlm. 876) memberikan contoh penggunaan media sosial yang digunakan oleh geng motor, yaitu di mana kepala salah satu geng motor di Australia yang menggunakan media sosialnya untuk menghina orang lain dan juga merendahkan petugas kepolisian yang telah memberikan surat tilang kepadanya. Para anggota geng motor tentunya akan mengikut kemajuan teknologi yang ada, salah satunya yaitu di mana anggota geng motor menggunakan media sosial dan membagikan informasi kepada orang lain sesuai dengan yang mereka inginkan.

Densley (2013, hlm. 99) menjelaskan jika anggota geng sama seperti orang lain pada umumnya yang di mana menggunakan ponsel dan media sosialnya untuk mendapatkan hiburan ataupun untuk berkomunikasi dengan orang lain. Tetapi di sisi lain media sosial ini juga dapat di manfaatkan oleh

Muhammad Iqbal Jaisy, 2019

PRESENTASI DIRI ANGGOTA GENG MOTOR DI DALAM MEDIA SOSIAL (STUDI DRAMATURGI PADA ANGGOTA ORGANISASI MASYARAKAT XTC KOTA BANDUNG PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

anggota geng motor, salah satunya yaitu seperti yang di kemukakan oleh Przemieniecki (2016, hlm. 1) di mana geng yang ada saat ini memanfaatkan media sosial salah satunya yaitu untuk mempromosikan diri mereka sendiri sebagai anggota geng tersebut. Przemieniecki (2006, hlm. 1) memaparkan jika dalam penggunaan media sosial, anggota geng membuat kesan kepada yang melihatnya dan tidak menutup kemungkinan orang yang melihatnya untuk ikut bergabung.

Ahlert (dalam Morselli, 2011, hlm. 876) memaparkan salah satu contoh bahwa gang-gang yang ada saat ini mulai menggunakan sosial media yaitu di mana para gang menggunakan media *online* untuk menyebarkan video-video seperti pemukulan yang dilakukannya. Kelley (dalam Morselli, 2011, hlm. 880) memaparkan juga salah satu contoh di mana salah satu geng di Irlandia menggunakan sosial media untuk melakukan pengancaman dan menggertak orang lain. Salazar (dalam Morselli, 2011, hlm. 876) memaparkan temuan yang di dapatkannya dari wartawan yang menyatakan jika banyak organisasi dalam masyarakat yang beralih ke media sosial untuk berkomunikasi ataupun seperti melakukan penghinaan kepada orang lain.

Banyak anggota geng saat ini yang telah terbiasa dengan hal yang bersifat digital sehingga mereka menggunakan cara baru dan digital dalam mengekspresikan diri mereka kepada orang lain (Densley, 2013, hlm. 98). Buoncompagni (2019, hlm. 25) memaparkan jika internet pada dasarnya adalah lingkungan yang bersifat publik dan interaktif sehingga menawarkan kelompok jalanan seperti gang motor untuk mempromosikan kegiatan mereka bahkan juga untuk memviralkannya. Dalam mempresentasikan dirinya sebagai anggota geng motor, memungkinkan terjadinya interaksi dengan beberapa orang lain yang mungkin seharusnya tidak mengenali bagaimana gaya hidup seorang anggota geng sehingga memungkinkan orang tersebut mengeksploitasinya (Morselli, 2011, hlm. 880).

Subjek penelitian anggota geng motor dipilih di dalam penelitian ini karena dilatar belakangi oleh citra pada geng motor di mata publik yang cenderung negatif karena beberapa oknum dari geng motor yang sering

melakukan kejahatan dengan menggunakan atribut dari geng motornya, seperti penganiayaan, perampokan, dan pelanggaran-pelanggaran lainnya. Seperti yang dilansir pada laman *Merdeka.com*¹ para anggota geng motor ditakuti oleh masyarakat karena kerap kali menjadi tersangka tindak kriminal seperti balap liar, tawuran, penusukan, dan lain sebagainya. White (2008, hlm. 40) mengemukakan jika secara umum anak-anak muda yang menyatakan dirinya sebagai anggota geng, akan cenderung dalam perilaku yang antisosial dan kriminal dibandingkan dengan mereka yang tidak mengaku menjadi anggota geng.

Goldman (2014, hlm. 819) menjelaskan jika *Prototype* kelompok cenderung tidak hanya menangkap kesamaan intragrup tetapi juga menonjolkan perbedaan antar kelompok pada dimensi yang relevan, dan dengan demikian membuat kelompok dan identitas sosial mereka yang khas. O'Neal (2016, hlm. 45) memaparkan bahwa keanggotaan di dalam sebuah *gangster* dan keterlibatan kekerasan pada *gangster* tidak selalu konsisten dalam hal perilaku kekerasan individu mereka, tingkat kekerasan *gangster* bervariasi, hal ini tergantung pada individu dan karakteristik kelompok mereka.

Kedua, mengacu pada era kemajuan teknologi sekarang ini di mana terdapat dunia virtual yang dapat digunakan untuk wadah baru mempresentasikan identitas diri seseorang dalam hal ini yaitu oleh anggota geng motor, oleh karena itu didalam penelitian ini, peneliti memilih bentuk presentasi diri di dalam dunia virtual untuk diteliti sebagai wadah baru seseorang untuk mempresentasikan diri mereka. Dalam mempresentasikan diri di dalam dunia virtual, individu tentu akan ada membuat suatu kesan yang diinginkannya, begitu juga dengan anggota geng motor yang memiliki suatu kesan yang ingin dibuatnya. Seperti yang dipaparkan oleh Przemieniecki (2006, hlm. 1) jika dalam penggunaan media sosial, anggota geng membuat kesan kepada yang melihatnya dan tidak menutup kemungkinan orang yang melihatnya untuk ikut bergabung.

¹ Merdeka.com (20 Juni 2016) *Jejak Geng Motor Di Paris Van Java*. Diakses pada 11 Februari 2019 Pukul 17:38 WIB.

Dunia virtual merupakan media yang ideal untuk membuat identitas diri (Zakaraite, 2016, hlm. 89). Flew (2008, hlm. 25) menjelaskan bahwa dunia virtual muncul dalam rangkaian *new media* di mana ruang yang besar dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk memaksimalkan jaringan, selain itu identitas yang dimiliki dalam dunia nyata juga dapat ditunjukkan oleh pengguna dalam *new media*. Klein (dalam Sassi, 2015, hlm. 1) memaparkan jika kehidupan di dalam dunia virtual memberikan penggunanya untuk mengontrol informasi yang didapat, dan dapat mengendalikan penampilan diri mereka pada dunia virtual tersebut.

Piliang (2004, hlm. 234-235) memaparkan jika orang yang telah terbuai dalam sebuah komunikasi yang terdapat pada dunia virtual dapat mendorong kita menjadi mudah terpengaruh oleh gaya komunikasi yang ada di dalam dunia virtual tersebut, sehingga terkadang penggunanya menjadi seperti sosok yang lain, berbeda dengan sosok asli pada dunia nyata. Flew (2002, hlm. 22) juga menjelaskan kemampuan menawarkan interaktifitas di dalam *new media* pengguna dapat memilih informasi atau pilihan lain yang akan diolah atau digunakan, sehingga informasi yang dihasilkan dapat dikendalikan oleh pengguna.

Salah satu bentuk media baru di dalam dunia virtual yaitu media sosial, media sosial dipilih di dalam penelitian ini karena saat ini berbagai media sosial sangatlah mudah untuk kita jumpai, kemajuan teknologi saat inilah yang menghasilkan sebuah media massa yang saat ini telah menjadi sebuah *trend* di masyarakat luas termasuk juga di Indonesia. Media sosial adalah layanan berbasis web yang memungkinkan penggunanya untuk terhubung dan berinteraksi dengan teman yang dikenal dan juga orang asing (Herring, 2015, hlm. 1).

Hootsuite dan We Are Social (2018, hlm. 34) menyatakan jika dari jumlah total populasi masyarakat Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, 130 juta di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Peningkatan jumlah dari tahun sebelumnya cukup signifikan yaitu tahun 2017, peningkatan tersebut

sebesar 23 persen atau sekitar lebih dari 24 juta jiwa (Hootsuite, 2018, hlm. 35).



Gambar 1.1 Digital User In Indonesia (Hootsuite, 2018, hlm. 34)

Berdasarkan hasil riset tersebut media sosial dipilih peneliti dalam penelitian ini, di mana media sosial merupakan hasil dari majunya teknologi internet yang telah menjadi bagian penting di dalam masyarakat. Kehadiran media sosial saat ini sudah memiliki posisi penting di kehidupan sosial (Paliszkieicz, 2016, hlm. 203). Bargh & Mckenna (dalam Seidman, 2012, hlm. 402) menyebutkan bahwa internet saat ini memiliki dampak yang besar bagi kehidupan sosial, salah satunya yaitu hadirnya media sosial. Media sosial merupakan hal yang erat kaitannya dengan internet, di mana media sosial merupakan salah satu fasilitas yang dapat digunakan di dalam internet. Interaksi yang terjadi di dalam internet juga, menyediakan ruang bagi para penggunanya untuk menampilkan identitas dirinya yang berbeda melalui berbagai sarana yang ada di dalam media tersebut (Lee, 2014, hlm. 92).

Ketiga, Buoncompagni (2019, hlm. 25) memaparkan jika internet pada dasarnya adalah lingkungan yang bersifat publik dan interaktif sehingga menawarkan kelompok jalanan seperti gang motor untuk mempromosikan kegiatan mereka bahkan juga untuk memviralkannya. Dalam menggunakan internet di mana salah satunya yaitu interaksi di dalam media sosial, seseorang kerap kali menampilkan identitas profil *online* yang berbeda dengan identitas *offline* dirinya, bahkan tidak jarang identitas dirinya pada internet adalah palsu

(Brivio, 2009, hlm. 113). Situs jejaring sosial memang dirancang untuk mendorong terjadinya interaksi di dalam dunia virtual melalui fasilitas berbagi informasi yang diunggah pada profil penggunanya (AliAlassiri, 2014, hlm. 44). Oleh karena itu saat melakukan interaksi di dalam media sosial, pribadi atau individu pasti akan melakukan bentuk presentasi diri (Gonibeed, 2014, hlm. 8).

Boyd & Ellison (dalam Omori, 2014, hlm. 4) menjelaskan bahwa situs jejaring sosial merupakan layanan berbasis web yang memungkinkan penggunanya untuk membangun profil publik ataupun semi-publik di dalamnya. Berbagi informasi pada dunia virtual yang berpengaruh dan berhubungan dalam membentuk presentasi diri secara *online* yang strategis (Uski, 2014, hlm. 448). Fitur profil diri dalam media *online* dapat membuat penggunanya mengendalikan atau mengontrol informasi pribadi tentang dirinya yang akan diperlihatkan kepada publik (Mazur, 2016, hlm. 102).

Akram (2017, hlm. 347) menjelaskan bahwa media sosial merupakan bentuk komunikasi data berbasis web yang di mana platform media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk melakukan percakapan, berbagi informasi dan membuat konten web dalam platform ini. Siddiqu (2016, hlm. 71) menjelaskan jika media sosial termasuk situs jejaring sosial dan *blog* yang di mana orang atau pengguna tersebut dapat dengan mudah terhubung antara satu sama lain.

Boyd (2007, hlm. 210) mengemukakan jika sejak diperkenalkannya situs jejaring sosial (SNSs) telah menarik jutaan orang untuk menggunakannya, dan tidak sedikit yang telah terintegrasi kedalam kegiatan sehari-hari mereka. Oleh karena itu dengan menggunakan media sosial mereka berusaha membangun presentasi diri yang ideal bagi mereka pada media sosial, keinginan yang ingin dimiliki mereka menjadi sesuatu yang dianggap sebagai presentasi diri yang ideal, selaras yang dikatakan Erving Goffman yang menyebutkan bahwa dalam melakukan presentasi diri seseorang melakukannya dengan berbeda-beda tergantung dengan tempat dan tujuan pribadi mereka (Goffman, 1956, hlm. 12).

Media sosial merupakan istilah yang mencakup situs *web* seperti facebook, instagram, myspace, twitter, snapchat, dan tumblr di mana *web* berikut memiliki fitur untuk menghubungkan satu sama lain dan berbagi konten secara langsung (Uhlir, 2015, hlm. 2). Media sosial dapat dengan mudah kita jumpai pada ponsel-ponsel pintar saat ini, ponsel pintar juga mampu mengelola kontak, email, album foto, musik, urusan keuangan, dan kalender (Lupinetti, 2015, hlm. 3).

Di mana di dalam gadget saat ini, salah satunya yaitu ponsel pintar telah terdapat banyak aplikasi dari situs jejaring sosial yang di mana menurut Shabnoor Siddiqui kemukakan sebelumnya, media sosial tersebut dapat mempermudah seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain meskipun dalam jarak yang jauh, salah satunya yaitu aplikasi media sosial instagram. Instagram merupakan platform media sosial yang populer di mana digunakan oleh para remaja dan juga oleh orang dewasa (Salim, 2017, hlm. 71).

Keempat, Media sosial instagram dipilih di dalam penelitian ini karena instagram digunakan oleh sebagian besar orang diseluruh dunia termasuk di Indonesia. Hootsuite dan We Are Social (2018, hlm. 57) memaparkan jika Indonesia menempati urutan ketiga dalam pengguna aktif instagram terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat dan Brasil, Indonesia menempati urutan ketiga dengan jumlah 53 juta pengguna aktif media sosial instagram dari jumlah total populasi.

Menurut berita yang dilansir pada laman *Viva.com*² instagram digunakan oleh 300 juta pengguna di seluruh dunia, dan sebagai media sosial yang memiliki pengguna paling banyak dibandingkan media sosial lainnya. Huang (2018, hlm. 2) nama Instagram merupakan perpaduan antara kata “*insta*” yang berasal dari kata “*instant*” dan juga “*gram*” yang berasal dari kata “*telegram*”, maka kesimpulan dari asal namanya yaitu foto yang diinformasikan atau dibagikan kepada orang lain secara cepat. Para pengguna media sosial dalam hal ini pengguna media sosial instagram berusaha

² Viva.co.id (9 Agustus 2018) *Platform Favorit Pengguna, Instagram Teratas dan Twitter Terpuruk*. Diakses pada 11 Februari 2019 Pukul 17:18 WIB.

mengelola ekspresi dirinya dalam presentasi diri yang ditampilkan pada media sosialnya dengan cara mensimulasikan interaksi *offline* menjadi interaksi *online* (Papacharissi, 2002, hlm. 645).

Indonesia juga menjadi negara dengan pengguna instagram terbesar seAsia Pasifik, menurut berita yang dilansir pada laman *Kompas.com*³ Indonesia telah menjadi negara sebagai pengguna Instagram terbesar seAsia Pasifik, dari 700 juta pengguna aktif bulanan / *monthly active user (MAU)*, 45 juta diantaranya berasal dari Indonesia. Hal ini yang membuat peneliti memilih media sosial instagram sebagai salah satu variabel dari penelitian ini.

Kelima, organisasi masyarakat *XTC* dipilih menjadi subjek di dalam penelitian ini karena merupakan salah satu kelompok yang keanggotaannya telah banyak dan tersebar diseluruh Indonesia. Sesuai dengan berita yang termuat pada laman *News.Detik.com*⁴, *XTC Sexy Road* kini telah beranggotakan lebih dari 50.000 orang yang di mana seluruh anggotanya tersebar di Indonesia. Dengan jumlah anggotanya yang berjumlah besar dan tersebar di seluruh Indonesia, *XTC* menjadi salah satu organisasi masyarakat besar yang berada di Indonesia. Pada media berita *online News.Detik.com* sebelumnya juga, termuat penjelasan ketua *XTC* Indonesia yang menjelaskan jika anggota *XTC* tersebar juga di luar Bandung sebagai pusat lahirnya perkumpulan motor ini, tetapi sudah terdapat di daerah-daerah di Provinsi Jawa Barat hingga ke luar Pulau Jawa seperti di Pulau Kalimantan, Pulau Sulawesi, dan Riau.

Sesuai dengan kutipan pada laman *News.Detik.com*⁵, jika Geng Motor *XTC* sudah tak asing lagi di sejumlah kota-kota besar di Indonesia. Bukan hanya berada di Kota Bandung anggota *XTC* juga sudah tersebar di berbagai kota di Jawa Barat seperti Tasikmalaya, Cirebon, Garut, Majalengka, Cianjur,

³ Kompas.com (2 Juli 2017) *Indonesia, Pengguna Instagram Terbesar Se-Asia Pasifik*. Diakses pada 11 Februari 2019 Pukul 17:21 WIB.

⁴ News.detik.com (11 Mei 2013) *Ini Cerita Seorang Pendiri Soal Sejarah Geng Motor XTC*. Diakses pada 11 Februari 2019 Pukul 17:43 WIB.

⁵ News.detik.com (11 Mei 2013) *Ini Cerita Seorang Pendiri Soal Sejarah Geng Motor XTC*. Diakses pada 11 Februari 2019 Pukul 17:53 WIB.

dan yang lainnya. Anggota dari geng motor *XTC* ini juga sudah tersebar hingga keluar pulau Jawa, seperti pulau Kalimantan, Sulawesi dan juga yang lainnya.

Di dalam organisasi masyarakat *XTC* di mana bukan hanya kaum laki-laki saja yang berada di dalam organisasi tersebut tetapi juga kaum wanita. Sesuai dengan kutipan pada laman *riaupos.com*⁶, *XTC* memiliki anggota wanita di dalamnya, yang biasa disebut dengan nama *laser* atau *ladies sexy road*. Sebutan tersebut digunakan kepada anggota wanita yang bergabung dengan *XTC*. O'Neal (2016, hlm. 45) menambahkan jika di dalam sebuah *gangster* anggota wanita lebih tidak berfungsi dibandingkan anggota berjenis kelamin laki-laki, dan anggota *gangster* berjenis kelamin wanita cenderung tidak terlibat tindak kriminal dibandingkan anggota laki-laki. Walaupun seperti itu tetap saja anggota berjenis kelamin wanita mendapatkan pandangan yang sama sebagai anggota *gangster* seperti halnya anggota laki-laki (O'Neal, 2016, hlm. 46).

Sesuai yang dikutip pada laman *news.detik.com* sebelumnya, komunitas/geng yang berdiri dibidang kendaraan bermotor ini berada di berbagai kota di Indonesia dan tersebar hingga keluar pulau Jawa. Pada kutipan berita media *News.Detik.com*⁷, saat ini *XTC* sudah mentransformasikan diri mereka yang sebelumnya berupa Organisasi Kepemudaan (OKP) menjadi sebuah organisasi masyarakat (ORMAS) yang terjun langsung kedalam masyarakat. Perubahan ini diharapkan oleh seluruh anggotanya agar organisasi ini dapat mengarah kepada sesuatu yang lebih baik, sekaligus merubah stigma di dalam masyarakat yang selama ini menganggap *XTC* negatif. Walaupun bertransformasi menjadi sebuah ormas, organisasi ini tetap menjadikan otomotif sebagai identitasnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motivasi dan strategi yang digunakan anggota organisasi masyarakat *XTC* dalam mempresentasikan dirinya di dalam media sosial instagram. Dalam penelitian

⁶ Riaupos.com (17 Mei 2013) *Pilih Dihajar Klewang Atau Diperlakukan Tak Senonoh*. Diakses pada 11 Februari 2019 Pukul 17:59 WIB.

⁷ News.detik.com (8 Juni 2015) *Geng Motor XTC Kini Jadi Ormas*. Diakses pada 11 Februari 2019 Pukul 18:03 WIB.

ini untuk mengetahui bagaimana strategi dan motivasi presentasi diri yang digunakan oleh subjek penelitian, peneliti menggunakan teori Dramaturgi untuk memisahkan wilayah presentasi diri depan dan wilayah presentasi diri belakang dari subjek penelitian. Peneliti hanya menggunakan presentasi diri wilayah depan karena penelitian ini berfokus pada bentuk presentasi diri di dalam media sosial yang merupakan wadah baru untuk seseorang mempresentasikan dirinya.

Peneliti di dalam penelitian ini menggunakan dua teori untuk mencari bagaimana strategi dan motivasi presentasi diri subjek penelitian. Teori pertama yaitu teori strategi presentasi diri yang dikemukakan oleh Edward Ellsworth Jones untuk mengetahui bagaimana strategi presentasi diri dari subjek penelitian yang diteliti. Teori kedua yang digunakan oleh peneliti yaitu teori motivasi presentasi diri yang dikemukakan oleh Mark R. Leary dan Robin M. Kowalski untuk mengetahui bagaimana motivasi presentasi diri dari subjek penelitian yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti mengangkat penelitian terhadap anggota geng motor yang menggunakan ruang komunikasi berupa teknologi informasi berbasis digital yaitu media sosial instagram, yang mana fokus penelitiannya ialah untuk mengetahui bagaimana strategi dan motivasi presentasi diri individu di dalam dunia virtual media sosial instagram. **“Presentasi Diri Anggota Geng Motor Di Dalam Media Sosial Instagram (Studi Dramaturgi Pada Anggota Organisasi Masyarakat XTC Kota Bandung Di Dalam Media Sosial Instagram)”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah

Anggota dari Organisasi Masyarakat (Ormas) *XTC* mendapatkan stigma negatif di masyarakat, khususnya di Kota Bandung di mana banyak terjadi tindak kriminalitas seperti begal, pemerkosaan, dan juga tindak kriminalitas lain, di mana para pelaku tindak kriminal tersebut tidak sedikit yang menggunakan atribut dari *XTC*. Arogansi di jalan raya dan juga dari berita-berita yang ada di media, menjadi penyebab *XTC* mendapat stigma

negatif dari masyarakat. Walaupun tidak seluruh anggota *XTC* melakukan tindakan negatif dan melanggar hukum, tetapi stigma sosial tersebut masih banyak melekat di masyarakat, tidak terkecuali dengan anggotanya yang berjenis kelamin perempuan pun tetap mendapatkan stigma negatif di masyarakat. Tetapi tidak sedikit dari anggotanya yang bangga dengan identitasnya sebagai anggota *XTC*, salah satu bentuk kebanggaannya yaitu dengan menampilkan dirinya sebagai anggota *XTC* pada media sosial instagram pribadinya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai presentasi diri anggota geng motor di dalam media sosial instagram adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi presentasi diri anggota organisasi masyarakat *XTC* Kota Bandung dalam mempresentasikan dirinya pada media sosial instagram?
- b. Bagaimana motivasi presentasi diri anggota organisasi masyarakat *XTC* Kota Bandung dalam mempresentasikan dirinya pada media sosial instagram?
- c. Bagaimana presentasi diri panggung depan anggota organisasi masyarakat *XTC* Kota Bandung dalam mempresentasikan dirinya pada media sosial instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti telah merumuskan tujuan mengenai presentasi diri anggota geng motor di dalam media sosial instagram yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi presentasi diri anggota organisasi masyarakat *XTC* Kota Bandung dalam mempresentasikan dirinya pada media sosial instagram.
- b. Untuk mengetahui bagaimana motivasi presentasi diri anggota organisasi masyarakat *XTC* Kota Bandung dalam mempresentasikan dirinya pada media sosial instagram.

- c. Untuk mengetahui bagaimana presentasi diri panggung depan anggota organisasi masyarakat *XTC* Kota Bandung dalam mempresentasikan dirinya pada media sosial instagram

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai presentasi diri anggota geng motor di dalam media sosial instagram adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penelitian dalam bidang komunikasi kedepannya dan dapat dijadikan sebuah referensi kajian keilmuan yaitu secara umumnya ilmu komunikasi khususnya yang menekankan pada presentasi diri (studi dramaturgi).
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi baru bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dilakukan dengan harapan memiliki kegunaan untuk segala pihak. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis tentang pengaplikasian dramaturgi sebagai salah satu macam perilaku sosial yang ada di masyarakat.
- b. Penelitian ini dilakukan dengan harapan memiliki manfaat bagi segala kalangan masyarakat yang dihadapkan dengan kelompok seperti organisasi masyarakat *XTC* sehingga dapat menerima dan menghargai keberadaan mereka serta menghilangkan stigma negatif yang terdapat pada organisasi masyarakat *XTC*.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika penulisan skripsi yang disusun oleh peneliti mengacu kepada Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2018. Sistematika yang digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah:

- a. Bab I pendahuluan, yang di mana pada bab ini terdiri dari mulai latar belakang dari penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan.
- b. Bab II kajian pustaka, yang di mana pada bab ini terdiri dari beberapa kajian pustaka, yang terdiri dari teori-teori dari para ahli yang menurut peneliti sesuai dengan penelitian ini dan desain penelitian yang dilakukan peneliti.
- c. Bab III metode penelitian, yang di mana pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai desain penelitian yang digunakan peneliti, partisipan, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian, jadwal penelitian, dan analisis data penelitian di dalam penelitian ini..
- d. Bab IV temuan dan pembahasan, yang di mana pada bab ini peneliti akan menguraikan mengenai gambaran temuan penelitian yang di dapatkan oleh peneliti dan pembahasannya yang di mana terdiri dari dua hal penting yaitu:
 1. Temuan penelitian oleh peneliti dengan berdasarkan pengolahan atau analisis data yang didapatkan peneliti.
 2. Pembahasan atau analisis kepada temuan penelitian yang berdasarkan teoritik dan empirik serta berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.
- e. Bab V penutup, merupakan bab yang paling terakhir di dalam penelitian. Bab ini berisi kesimpulan dan saran, di mana kesimpulan tersebut berupa rangkuman dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya yang mungkin akan dilaksanakan.