

# ***Self Presentation* dalam Kehidupan Virtual**

**Ita Musfirowati Hanika**

Universitas Pertamina

Jl. Teuku Nyak Arief, Simprug, Jakarta Selatan 12220

Email: tatahadibroto@gmail.com

**Abstract:** *The Sims 4 is a life simulation digital game, wherein the player can create and manage their virtual world. This research aims to reveal the players' ideas in constructing their virtual world in this game. It is a qualitative research, using indepth interview to collect the data. Based on Ervin Goffman's dramaturgy theory, "The presentation of self in everyday life", this research concludes that The Sims 4 is played like a "real" life to create the expected self-image in the real world.*

**Keywords:** *digital game, dramaturgy, self presentation, The Sims 4*

**Abstrak:** *Permainan digital The Sims 4 merupakan permainan simulasi kehidupan yang memberi kesempatan pemainnya untuk menciptakan dan mengatur dunia virtualnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan gagasan yang mendasari pemain dalam mengonstruksi dunia mereka dalam permainan digital. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data. Menggunakan teori dramaturgi Ervin Goffman, "The presentation of self in everyday life", penelitian ini menyimpulkan bahwa permainan The Sims 4 dijalankan layaknya kehidupan "real" untuk menciptakan citra diri yang diharapkan di dunia nyata.*

**Kata Kunci:** *dramaturgi, permainan digital, presentasi diri, The Sims 4*

Kegiatan manusia, seperti pengungkapan dan aktualisasi diri, bergeser seiring laju kembang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Setiap individu, pada komunikasi tatap muka, baik secara verbal maupun nonverbal, berusaha memberikan gambaran terbaik dirinya. Namun, pada era TIK ini manusia melakukan konstruksi dan menunjukkan identitas dirinya di dunia virtual.

Permasalahan mengenai identitas, konsep, atau citra diri yang ditampilkan di dunia virtual terus mendapatkan respons hangat dari kalangan akademikus. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa

penggunaan media sosial seperti *Facebook* ditujukan sebagai bentuk kepemilikan dan presentasi diri. Salah satunya adalah penelitian Nadkarni dan Hoffman (2012) yang menyimpulkan bahwa pengguna *Facebook* yang memiliki kepribadian neurotis cenderung menggunakan *Facebook* sebagai media untuk merepresentasikan *alter ego* mereka.

Perihal presentasi diri, media sosial dipandang sebagai perpanjangan penggunaannya. Teknologi menciptakan ruang bagi individu berinteraksi dan mengembangkan diri dengan berbagai metode (Belk, 2013). Setiap individu

memiliki kebebasan berekspresi, bahkan membentuk karakter yang mereka inginkan. Hal ini menjadi dasar pengertian bahwa *video game* juga memiliki ruang bagi sebagian orang untuk merepresentasikan diri. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Calleja (2007) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pemain dengan *avatar* mereka yang memengaruhi pengalaman mereka dalam bermain.

Presentasi diri melalui *video game* ini menarik dikaji lebih jauh karena orang berusaha melakukan representasi diri mereka melalui *avatar game* pilihannya. Presentasi diri dalam *video game* ini ditampilkan melalui penggambaran ulang tentang diri pemainnya, bagaimana mereka menciptakan, menjalankan, dan mengatur dunianya.

Sejak kemunculannya pada 1958, *video game* secara bertahap telah menjadi sebuah media baru yang berkembang pesat dan memengaruhi kehidupan generasi muda di setiap negara (Yuwono, 2014, h. 1). Para pengembang *game*, melalui tingkat realitas dan grafis yang semakin maju, terus melakukan inovasi dan memproduksi berbagai *genre* yang dapat dinikmati orang dari beragam usia dan latar belakang. Salah satunya *The Sims*, permainan simulasi kehidupan sehari-hari yang didistribusikan oleh Electronic Arts (EA) pada 2009.

Konsep kehidupan sehari-hari (*everyday life*) merupakan pusat *cultural* dan *media studies* yang terkait dengan hubungan kekeluargaan, pertemanan, kegiatan praktis, dan beragam cara individu memahami dan memaknai dunianya. Di sisi lain, kehidupan sehari-hari merupakan

hal yang paling dekat dengan penggunaan media baru. Sebagian besar penelitian mengenai media baru menyatakan bahwa media baru telah mengubah kehidupan sehari-hari. Media baru menawarkan ragam baru kreativitas dan kemungkinan-kemungkinan yang ditimbulkannya (Lister, Dovey, Giddings & Kelly, 2009, h. 239).

Wright (dalam Chan, 2003, h. 2), pencipta *The Sims*, mengemukakan bahwa ide orisinal pembuatan permainan ini datang ketika dia membangun ulang rumahnya yang terbakar pada 1991. Dia mengamati berbagai hal yang harus dilakukan layaknya permainan rumah-rumahan. Hasil pengamatan ini menjadikan *Home Tactis* sebagai uji coba simulasi. Wright kemudian mengembangkan proyek ini hingga 1994, diakuisisi oleh EA dengan nama *The Sims*.

Layaknya kehidupan sehari-hari yang dilakukan secara repetitif dan merupakan bentuk konstruksi yang dibangun atas dasar interaksi dan berbagai kegiatan, maka premis dari permainan *The Sims* adalah pengguna menciptakan *avatar* atau yang disebut dengan *Sims* dan menjalankan rutinitas kehidupan sehari-hari. Pemain secara sadar melakukan pembentukan konsep diri pada *avatar* yang mereka ciptakan atau *self representation*. Proses pembentukan ulang konsep diri ini merupakan bagian dari pencitraan diri sebagai upaya pemain dalam membuktikan eksistensinya di dunia virtual. Jika pada awal 2000-an, publik diperkenalkan dengan permainan simulasi petani kapitalis *Harvest Moon*, maka dengan narasi dan tema serupa, *The Sims 1* pun hadir dan dapat dikonsumsi melalui *PC* atau *notebook*.

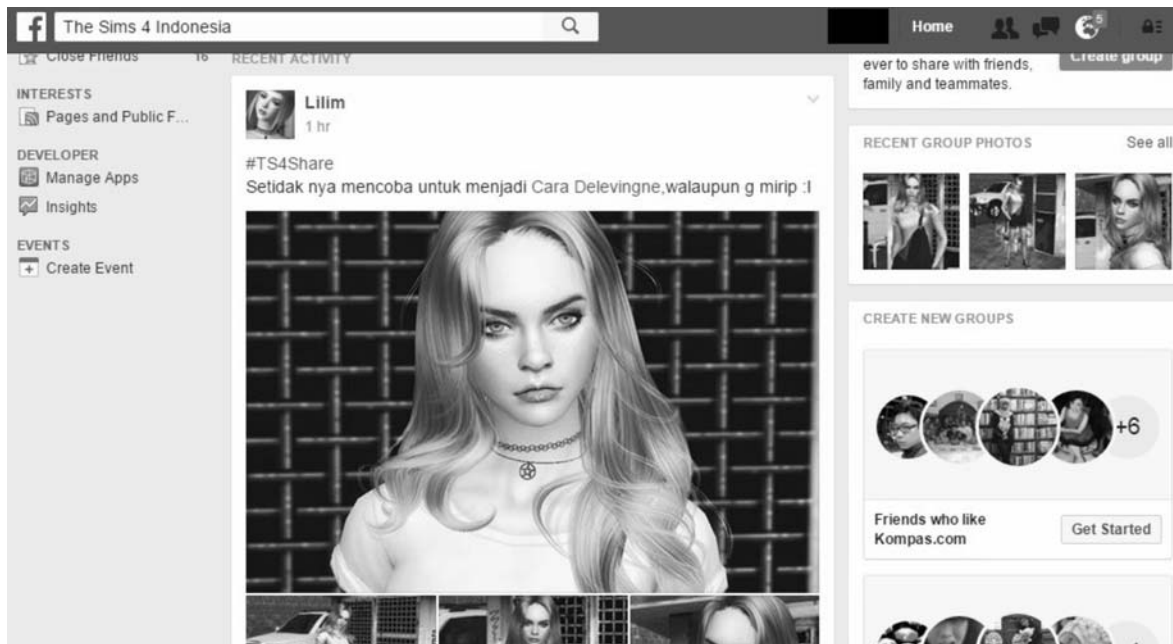
Menurut data produsen EA, permainan *The Sims* telah menembus 100 juta kopi dan terus meningkat dengan dirilisnya berbagai serial dan ekspansi *The Sims* (Kristo, 2008). *The Sims*, dengan penjualan *PC games* terbanyak sepanjang waktu, terus melakukan diversifikasi dengan menghadirkan berbagai serial. Sampai saat ini, *The Sims* telah memproduksi empat seri dengan berbagai jenis ekspansi, misalnya *The Sims 1* dengan 17 ekspansi, *The Sims 2* dengan 8 ekspansi, *The Sims 3* dengan 9 ekspansi, dan pada 2013, EA secara resmi merilis *The Sims 4* dengan berbagai keunggulan yang lebih menarik dibanding seri sebelumnya (The Sims, 2016). Detail permainan *The Sims 4*, seperti serial sebelumnya, masih bercerita mengenai kehidupan virtual sehari-hari. Namun, pembedanya, *The Sims 4* memiliki karakter *Sims* yang kaya akan emosi, keinginan, perilaku, pekerjaan yang ditimbulkan layaknya kehidupan “real” sehari-hari, *tools* kreatif baru, dan pemain dapat mengirimkan hasil karya mereka ke komunitas *online*. Selain unggul pada *fitur item* dan karakter terbaru, *game* ini juga memiliki tampilan grafis *3D* yang mendekati realistis.

*The Sims* dirancang untuk membangun kreativitas para pemainnya. Sifat, tindakan, dan perilaku sosial dari *Sims* yang dibuat akan memengaruhi tindakan mereka selanjutnya. Permainan *The Sims 4* dimulai dengan perancangan *avatar* oleh pemain. Melalui kustomisasi *Sims*, para pemain dapat mengatur tinggi badan, berat badan, warna kulit, bentuk tubuh, rambut, mata, *make up*, pakaian, hingga perilaku (*traits*) yang dapat dimiliki oleh *Sims*, seperti

*family oriented, heavy sleeper, neat, lucky, good, dan friendly* (The Sims, 2016).

Pemain juga dapat memilih aspirasi yang ingin dicapai *avatar*-nya, seperti kehidupan percintaan, pertemanan, keluarga, pekerjaan, hingga menjadi seorang miliarder. Layaknya kehidupan sehari-hari, pemain dapat memilih pekerjaan dan tujuan hidup para *Sims*. Pemain juga dapat membeli lahan untuk membangun rumah impian, melakukan dekorasi pada setiap ruang dan bangunan, bahkan, dalam ekspansi *The Sims 4 Get to Work*, pemain dapat mengambil andil pekerjaan yang dilakukan oleh *avatar*, seperti dokter yang dapat melakukan operasi, merawat pasien dan memberikan obat, atau *avatar* yang ingin bekerja sebagai wiraswasta (Islami, 2015).

Permainan *The Sims* juga memberikan kesempatan bagi para pemainnya untuk melakukan interaksi dengan *Sims* lain. Pemain *The Sims 4* dapat berbincang dengan para tetangga, kerabat, rekan kerja, hingga orang yang tidak dikenal melalui balon yang berisi simbol tertentu sehingga pemain dengan mudah dapat memahami materi yang dibicarakan *Sims* atau *avatar* (Fahmi, 2015). Seperti halnya pada hubungan riil manusia, pemain *The Sims* juga tidak bisa langsung berkomunikasi maupun berperilaku secara intim dengan *Sims* yang lain. Pemain harus berkenalan dan melakukan interaksi lebih dahulu untuk membangun hubungan. Sifat dan perilaku yang dimainkan oleh *Sims* akan membentuk citra bagi *Sims* lain. Jika *Sims* yang dimainkan memiliki sifat yang tidak



Gambar 1 Contoh Kustomisasi Avatar *The Sims*

baik dan pemain tidak dapat mengontrol emosi *avatar*-nya, maka *Sims* lain dengan mudah akan membenci dan menjadikannya sebagai musuh.

Penerimaan masyarakat Indonesia terhadap *The Sims 4* bisa dikatakan cukup baik. Hal ini bisa dilihat dari populernya *game* tersebut di kalangan remaja, bahkan orangtua, hingga berbagai forum yang ada di *Facebook* maupun di *Kaskus*. yang terus aktif hingga kini. Bahkan sejumlah anggota yang tergabung di forum *Facebook The Sims 4 Indonesia* sering kali menampilkan avatar mereka yang sudah dikustomisasi “mirip artis” atau merupakan karya imajinasi mereka.

#### METODE

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi dengan paradigma interpretif. Landasan teorinya adalah teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman. Analisis resepsi bertujuan

untuk mengetahui pemaknaan pesan media dan konteks penggunaannya bagi audiens (McQuail, 2011, h. 405).

Jawaban mengenai karakter *avatar* yang diciptakan akan dianalisis secara *encoding* dan *decoding* sebagai tahapan dalam analisis resepsi. *Encoding* adalah proses pemaknaan peristiwa oleh profesional media atau dimaknai sebagai peristiwa oleh peneliti. Sedangkan *decoding* merupakan cara khalayak melihat suatu peristiwa (Stuart Hall, dalam Storey, 2006, h. 11). Sebagian besar teks adalah polisemi. Prosedur membaca teks biasanya bersifat *preferred (dominant)*, *negotiated meaning*, dan *oppositional decoding*. *Preferred reading* merupakan cara khalayak memaknai teks sebagaimana yang diinginkan oleh pembuat teks. *Negotiated meaning* merupakan cara khalayak memaknai teks atau salah interpretasi terhadap beberapa aspek. Apabila pemaknaan teks oleh khalayak

**Tabel 1 Daftar Informan**

Pseudonim	Gender	Usia	Pekerjaan	Sesi Bermain/Hari	Keterangan
RB	Laki-laki	23	Wiraswasta	4-5 jam	- Admin Forum <i>The Sims 4</i> - Bermain <i>The Sims</i> sejak tahun 2002
KK	Laki-laki	23	Gamers	3-4 jam	- Anggota aktif forum <i>The Sims 4</i> sejak 2013 - Bermain <i>The Sims</i> sejak tahun 2003
NH	Perempuan	20	Mahasiswi	3-5 jam	- Anggota aktif forum <i>The Sims 4</i> sejak 2014 - Bermain <i>The Sims</i> sejak tahun 2004
CM	Perempuan	25	Mahasiswi	2-3 jam	- Anggota aktif forum <i>The Sims 4</i> sejak 2014 - Bermain <i>The Sims</i> sejak tahun 2002
YF	Laki-laki	24	Wiraswasta	1-3 jam	- Admin Forum Plumbob News - Anggota aktif forum <i>The Sims 4</i> sejak 2013 - Bermain <i>The Sims</i> sejak 2001

berseberangan dengan maksud penulis, maka teknik ini disebut sebagai *oppositional decoding* (Baran & Davis, 2012, h. 258).

Peneliti memilih informan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria penentuan informan kunci adalah mereka yang aktif bermain *The Sims 4* dan anggota aktif forum *Facebook The Sims 4*. Selama proses pencarian informan, peneliti juga terlibat di dalam forum *The Sims 4* sejak tahun 2014 dan mengamati berbagai kegiatan yang dilakukan oleh para informan. Sebelum pengumpulan data dilaksanakan, peneliti berusaha membangun interaksi dengan para calon informan dengan cara berbagi pengalaman selama bermain *The Sims*. Hal ini dilakukan supaya informan dapat terbuka memberikan informasi yang dibutuhkan.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara melalui media sosial, seperti *Facebook Messenger*, *Line*, dan percakapan melalui telepon selama sebulan dengan durasi dua hingga tiga jam seminggu. Selama proses wawancara berlangsung, peneliti melakukan percakapan mengenai *avatar* dan

rumah yang diciptakannya, hubungan dengan pemain lain, serta pandangan mengenai *The Sims 4*. Perbedaan tujuan dan latar belakang yang dimiliki oleh *audiens* menimbulkan tafsiran beragam, misalnya pemain *The Sims 4* memaknai permainan sebagai kebutuhan untuk merepresentasikan diri yang ideal (*alter ego*) atau sebagai hiburan semata.

## HASIL

### Encoding

*The Sims 4* merupakan sebuah permainan simulasi kehidupan di mana para pemain dapat mengeksplorasi diri mereka dan mencari berbagai kemungkinan yang bisa dilakukan di dunia virtual dibandingkan di dunia nyata. Meskipun berbagai *games* dengan genre serupa seperti *second life*, *IMVU*, *Harvest Moon*, *a Kingdom for Keflings*, *virtual families* dan lain sebagainya telah hadir menghiasi ragam pecinta games, *The Sims* masih menjadi salah satu game simulasi terbaik berdasarkan penilaian para pengguna *game* di sebuah situs daring. Bahkan serial *The Sims 2* mendapatkan nilai 8,8 dari pengguna, cukup



tinggi untuk suatu *game* yang mengusung tema berbeda (Metacritic, 2015). Hal inilah yang menjadi alasan dasar produsen *The Sims* mengeluarkan serial baru *The Sims 4*.

Realisme dalam *video game* mencakup aspek teknisnya, seperti berapa banyak poligon yang dihasilkan, proses korespondensi antara pemain, dan kecerdasan artifisial untuk menciptakan sebuah *video game* yang realistis di sektor audiovisual, tanpa melupakan hal-hal tak kasat mata, seperti ideologi, sindiran, tragedi, dan berbagai elemen tematis serta narasi lainnya. Sifat realistiknya terlihat pada seberapa jauh *video game* tersebut dapat mendekati kenyataan di sekitar kita, baik dari segi permainan, audiovisual, tematis, maupun narasinya (Galloway, 2004, h. 70-72). Galloway menambahkan bahwa, berdasarkan konsep realisme, *video game* dibagi menjadi dua macam, yaitu *video game* yang merepresentasikan kejadian nyata dan *video game* yang murni konstruksi fiktif. Selain itu, realisme juga dapat ditampilkan melalui narasi dan tema.

Realisme secara narasi dalam *The Sims 4* terdapat pada *life cycle* yang ada pada serial tersebut. Konten maupun narasi yang ada merupakan bentuk dari representasi para pemainnya. *Video game*, seperti *The Sims 4*,

merupakan bentuk representasi dunia nyata. Para pemain sering kali tidak menyadari bahwa permainan digital memiliki tujuan tertentu. Konfigurasi permainan *The Sims* merupakan *rendering* kehidupan yang ditransformasikan dalam bentuk menarik dan menyenangkan. Transformasi ini memengaruhi kebudayaan dan pengalaman masyarakat (Galloway, 2004, h. 17).

Representasi mengindikasikan bahwa teks media mewakili kondisi dunia nyata. Representasi juga merupakan proses ulang dengan maksud dan tujuan tertentu. *Video game* merepresentasikan dunia nyata sesuai dengan kepentingan serta visi dan misi penciptanya. *Video game* merupakan fenomena keseharian manusia yang ditampilkan apa adanya atau dikonstruksi ulang. *Video game* bergenre *everyday life*, seperti *The Sims 4*, melakukan representasi kehidupan apa adanya. *Sims* bisa melakukan berbagai hal layaknya kehidupan manusia, tidak hanya sekadar merancang rumah, tetapi juga membuat narasi kehidupan para *Sims*. Bahkan, EA, sebagai pengembang *The Sims*, mengatakan bahwa salah satu wilayah di dunia *The Sims 4*, yaitu *Willow Creek*, dibangun berbasis lingkungan nyata New Orleans dengan berbagai taman dan perbukitannya.



Gambar 2 Willows Creek & New Orleans

Pemain memilih sifat, perilaku, dan berbagai kustomisasi penampilan lainnya. *Sims* dengan mudah dapat menggunakan beragam pakaian pada setiap kesempatan berbeda atau berganti pakaian setiap harinya. Pada acara pernikahan, *Sims* dapat menggunakan blus, dress, gaun (untuk *Sims* perempuan), dan setelan jas dan celana bahan (untuk *Sims* laki-laki). Jika pemain salah memilih pakaian pada acara tertentu, misalnya memakai baju tidur saat pesta, *Sims* akan mendapat malu. Pakaian, dalam *The Sims 4*, menjadi hal penting karena dapat meningkatkan moral dan memberikan rasa percaya diri pada *Sims*, layaknya pada manusia.

Pemain juga dapat memilih sifat dan perilaku yang dirasa sesuai setelah melakukan kustomisasi *outer performance* dari *Sims*. *The Sims 4* menyediakan sejumlah *mood*, seperti *happy*, *sad*, *flirty*, *anger*, *bored*, *depressed*, *inspired*, *romantic*, dan *elated* (circlesen.com,

2014). Sifat dan tindakan yang dipilih akan memengaruhi emosi dan keputusan para *Sims* nantinya. Di dalam kehidupan sehari-hari, manusia akan merasa sedih jika kehilangan orang yang mereka cintai. *Sims* pun dirancang untuk merasakan hal serupa. Mereka akan menitikkan air mata dan melakukan berbagai hal yang tidak bisa mereka lakukan ketika *mood* mereka sedang berada di posisi *happy*, seperti *cry on shoulder* atau *be hugged*. Untuk mengembalikan *mood* tersebut, dibutuhkan waktu yang tidak sebentar. Bahkan, tidak jarang, *Sims* akan mengingat orang tersebut dan menangis secara tiba-tiba.

*Sims* dapat langsung masuk ke *gameplay* dan memulai permainan, jika pemain berencana untuk tinggal sendiri. Namun, jika tidak, pemain dapat menciptakan sejumlah *Sims* sesuai dengan keinginan. Setiap *Sims* dapat memiliki hubungan sebagai keluarga, pasangan, pacar, atau hanya teman serumah.



Gambar 3 Avatar dalam *The Sims*

Tidak jarang, *Sims* yang memiliki sifat bertentangan dan hidup serumah, sering terlibat perselisihan.

Biasanya, sebelum narasi permainan dimulai, *Sims* akan dibekali 20,000 *simoleons* (mata uang *The Sims*) untuk membeli *lot* (lahan) kosong dan pemain dapat membangun rumah yang diimpikan. Secara efisien, *The Sims 4* juga menawarkan pemain untuk membeli properti lengkap dengan furnitur di dalamnya. *Sims* akan menempati rumah dengan satu atau dua kamar tidur berukuran 3x3, satu kamar mandi, dapur, ruang tamu, teras, dan balkon. *Sims* juga dapat membeli rumah baru, jika mereka memiliki cukup uang.

Lebih lanjut, kota di dunia virtual *The Sims* juga memiliki ciri serupa dengan kota sesungguhnya, terdiri dari berbagai bangunan yang direpresentasikan dengan detail. *The Sims 4* memiliki tiga kota utama, yaitu Willows Creek, Oasis Springs, dan Newcrest. Masing-masing kota memiliki berbagai rumah yang bisa dihuni oleh sejumlah keluarga *Sims*. Biasanya satu kota memiliki berbagai sarana umum dan fasilitas yang dapat digunakan oleh *Sims* dengan gratis, seperti taman terbuka hijau, rumah sakit, sungai, perpustakaan, museum, *bar/lounge*, dan tempat olahraga. *Sims* juga dapat pergi ke restoran, *spa* dan sauna, berbelanja di toko kelontong, toko buku, *mall*, hingga pergi berkemah.

Layaknya kehidupan manusia, untuk memenuhi kebutuhan finansial, sosial, dan nonmateri, pemain memiliki otonomi untuk mengatur dan menjalankan keinginan *Sims* yang disebut sebagai *whimps* (keinginan).

Pada hal finansial, *Sims* dapat mencari berbagai lowongan pekerjaan di koran dan internet. Ketika *Sims* sudah memilih satu pekerjaan, maka mereka akan mendapatkan penghasilan. Penghasilan ini bersifat progresif dan linear jika *Sims* mampu bekerja keras, kooperatif, dan menjalankan *skill* yang dibutuhkan.

*Sims* dapat melakukan interaksi dengan *Sims* lain, baik yang memiliki hubungan sebagai keluarga, tetangga, maupun orang yang tidak dikenal. *Sims* juga dapat menikah dengan pasangan yang mereka suka dan inginkan setelah melalui berbagai tahapan. Pada kasus tertentu, saat melakukan proses lamaran, sekalipun hubungan kedua *Sims* sudah sangat dekat, *Sims* yang menjadi target dapat menolak bila *Sims* tersebut sedang memiliki *mood* yang kurang baik.

### **Decoding**

Menurut informan pertama (RB), tujuan ia memainkan *The Sims 4* adalah untuk hiburan semata. Sebagai admin forum *Facebook The Sims 4* sejak 2013, RB mengatakan bahwa *The Sims 4* memiliki daya tarik khusus karena *graphic* dan *gameplay* yang berbeda dari seri sebelumnya. Bahkan, sejak hadirnya seri *get to work*, RB menuangkan hobi berdagangnya dengan membuka dan mengelola toko yang dibangunnya. Meskipun *The Sims 4* dimainkan hanya untuk hiburan, tetapi RB mengakui bahwa ketika bermain *The Sims 4*, RB bisa terlibat secara emosional, terutama saat memainkan peran favoritnya, yaitu Caleb Smith. Caleb Smith merupakan seorang



kepala keluarga yang dibuat berdasarkan bentuk representasi diri RB. Peran tersebut berciri ras kaukasian, pria, bentuk tubuh atletis dengan mata oval berwarna hijau, periang, dermawan, dan mencintai musik. Caleb memiliki aspirasi sebagai seorang *musical genius*. Oleh karena itu, selain menjadi penulis dan wiraswasta, Caleb digambarkan sering bermain instrumen untuk meningkatkan keterampilannya.

Informan kedua (KK) lebih memilih fokus merancang dan mendekorasi bangunan, seperti rumah, *mall*, *cafe*, hingga toko. Baginya, kesenangan bermain *The Sims 4* tidak hanya sekadar menjalankan narasi, tetapi juga pada unjuk kreativitas. Namun, pada saat yang sama, KK juga memiliki *Sims* favorit untuk sesekali dimainkan. Ayu merupakan *Sims* yang diciptakan berseberangan dengan jenis kelaminnya. Dicitrakan sebagai dokter muda yang *introvert*, Ayu memiliki aspirasi untuk membentuk keluarga kecil yang bahagia. KK mengatakan bahwa Ayu diciptakan atas dasar

keinginannya untuk mendapatkan pacar yang ideal.

Informan ketiga (NF) menuturkan bahwa bermain *The Sims 4* adalah bentuk pengembangan *alter ego* dirinya di dunia virtual. Baginya, hal yang tidak bisa dilakukannya di dunia *real* dapat dilakukan di dunia *Sims*. NF, walau dengan segala keterbatasan yang ada, menciptakan representasi ideal dirinya, menjalin hubungan yang baik dengan *Sims* lain, memiliki keturunan, hingga menghasilkan pundi-pundi kekayaan dengan bekerja sebagai koki profesional. Alasan utamanya adalah memiliki keahlian dan keterampilan memasak merupakan tujuan hidupnya yang belum bisa ia salurkan saat ini karena harus berkonsentrasi penuh pada kemampuan akademisnya.

Motivasi informan keempat (CM) memainkan *The Sims* tidak seperti informan sebelumnya. Sebagai seorang mahasiswa sastra Jepang di sebuah universitas ternama di Jawa Timur, CM tidak terlalu tertarik



Gambar 4 Avatar

untuk menjalankan dan mengatur dunia *Sims* dengan segala kompleksitasnya. Baginya, menjadi seorang *story teller* di dunia *Sims* dengan durasi waktu lama, membosankan. Oleh karena itu, ia hanya tertarik untuk melakukan kustomisasi *Sims*, membangun, atau mendekorasi rumah tanpa harus terlibat *gameplay* yang ada. *Sims* maupun bangunan yang telah dibangun akan diunggahnya ke media sosial pribadi dan juga forum *The Sims 4* sebagai unjuk kreativitas.

Informan kelima (YF) menyatakan bahwa ia terkesan ketika memainkan *The Sims 4*. Segala kelebihan yang ditawarkan, seperti *tool* dan visualisasi yang lebih realistis, mampu menutupi segala kekurangan yang ada. Tujuan YF bermain *The Sims 4* sangat bergantung pada *mood*. Di satu hari, YF bisa membuat *story telling* dari sebuah keluarga yang dibuat, tetapi, di lain sisi, YF bisa menjadi seorang *builder* dengan membangun rumah dan tempat umum lainnya. Ketika menciptakan *avatar*, YF mengaku bahwa *Sims* favoritnya merupakan representasi dirinya dengan nama dan ciri yang sama dengan sifat *perfectionist*, *cheerful*, *gregarious*, dan memiliki tujuan hidup sebagai seorang *friend of the world*. YF juga menuturkan bahwa terdapat sejumlah *Sims* yang diciptakan jauh dari sempurna, seperti halnya manusia, mereka juga memiliki sifat dan perilaku negatif seperti *kleptomaniac*, *hot headed*, *absent minded*, bahkan *evil*.

## PEMBAHASAN

Di dalam interaksi sosial, individu cenderung menampilkan hal yang ingin ditampilkan daripada kenyataannya.

Perkembangan teknologi menimbulkan pergeseran dari presentasi yang dilakukan secara "real life" menjadi "virtual life". Melalui berbagai media baru yang terus berkembang, individu berlomba-lomba untuk menampilkan citra dirinya dalam bentuk identitas virtual.

Identitas dan ego merupakan dimensi sosial yang dikonstruksikan oleh manusia dan lingkungan. Hal ini tergambar melalui penjelasan Freud (dikutip Silva, 2013, h. 7) yang mengatakan bahwa identitas merupakan landasan dan bagian kepribadian yang membentuk manusia, sedangkan ego merupakan bagian dari identitas yang dibentuk berdasarkan pengaruh dari lingkungan luar maupun diri sendiri.

Presentasi diri yang ada di dalam kehidupan virtual akan menciptakan sebuah identitas virtual yang bisa sangat variatif. Bahkan, format teknologi *Web 2.0* dan kemajuan media baru menjadikan identitas virtual sebagai proses terus-menerus layaknya proses yang terjadi di dunia nyata (Lister, Dovey, Giddings & Kelly, 2009, h. 269).

Pemain menciptakan *avatar* sebagai bentuk representasi diri di dalam dunia virtual. Posisi pemain dan *avatar* yang telah diciptakan berada pada posisi setara. Hal ini berarti bahwa tanpa keduanya, hubungan sosial yang diciptakan di dalam dunia virtual tidak dapat terjadi. Mesin maupun operator bekerja bersama untuk membangun hubungan siberetika yang memengaruhi berbagai tindakan di dalam *video game* secara keseluruhan (Galloway, 2004, h. 5). Pada *The Sims*

4, pemain bersama dengan *Sims* yang telah dikonstruksikan menjalankan tujuan permainan, yaitu menjalani kehidupan sehari-hari melalui dunia virtual. Pemain memiliki otoritas untuk mengatur dan menjalankan *Sims* dan dunianya. Meskipun begitu, *Sims* juga memiliki keinginan (*whimps*) yang dapat diwujudkan pemain dalam memenuhi aspirasi atau tujuan hidup *Sims* tersebut.

Hubungan yang dibangun oleh pemain dan *avatar* di dalam permainan *The Sims 4* dimulai saat individu melakukan kustomisasi terhadap *avatar/Sims* dan bangunan. Setiap *Sims* yang diciptakan memiliki identitas yang melekat di tubuhnya, seperti nama, *gender*, warna kulit, postur badan, bentuk dan warna rambut, kepribadian, dan bintang. Melalui *Sims* yang telah diciptakan, pemain melakukan representasi diri.

#### **Frontstage dan Backstage**

Kajian mengenai resepsi khalayak terhadap permainan *The Sims 4* dapat dijelaskan melalui teori Goffman. Goffman (1959) menunjukkan bahwa identitas pemain merupakan hasil konstruksi dan dibentuk ulang berdasarkan lingkungan sosial para pemain. Individu secara aktif menyesuaikan persepsi mereka ketika harus berhadapan dengan pemain lain (*co-players*).

Kehidupan merupakan sebuah panggung pertunjukan. Individu disebut aktor yang mempresentasikan dirinya secara verbal maupun nonverbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Presentasi diri, atau yang disebut sebagai

manajemen impresi, merupakan tindakan untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri ini dilakukan melalui dua cara, yaitu panggung belakang dan panggung depan (Goffman, 1959, h. 32).

Panggung belakang merupakan situasi saat aktor bebas mengekspresikan perilaku tanpa dilihat oleh publik. Di panggung belakang pula, setiap aktor mengonstruksi dan mempersiapkan diri. Kesan yang telah diciptakan dan dikumpulkan akan ditampilkan di panggung depan saat orang lain akan melihat diri yang telah dibentuk.

Panggung depan merupakan keadaan saat aktor berusaha menampilkan dirinya di hadapan khalayak. Goffman (1959) membagi panggung depan ke dalam dua bagian, yaitu front pribadi dan *setting*. Front personal terdiri dari *appearance* dan *manner*. *Appearance* merupakan alat yang dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam *setting*, misalnya guru membawa peralatan mengajar dan buku tulis. Sedangkan *manner* merupakan tindakan atau peran yang dimainkan, mencakup bahasa verbal maupun bahasa tubuh sang aktor seperti pengucapan, pemilihan kata maupun topik, ekspresi wajah, dan sebagainya. Lebih lanjut, *setting* merupakan situasi atau keadaan yang memungkinkan aktor tersebut tampil di hadapan orang lain. Goffman (dikutip Mulyana, 2011, h. 114) menyatakan bahwa orang-orang berusaha menyajikan diri mereka yang diidealisasikan dalam pertunjukan mereka di panggung depan dan mereka merasa bahwa mereka harus

menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukannya karena hal tersebut dapat mengganggu *image* maupun peran yang ditampilkan oleh aktor tersebut.

#### **Dramaturgi pada Permainan *The Sims 4***

Merujuk pada pemahaman tersebut, pemain berusaha memainkan peranannya sebaik mungkin agar publik mampu mengapresiasi dengan baik hal tersebut. Publik, dalam hal ini, merupakan *Sims* lain di luar *Sims* yang diciptakan. Hal ini dapat dicermati melalui panggung belakang dan panggung depan yang ditampilkan dalam permainan *The Sims 4*.

Panggung belakang ditampilkan melalui dua hal, yaitu saat mereka menciptakan *Sims* atau membangun sebuah bangunan yang dianggap ideal dan ketika *Sims* sedang berada di dalam ruang personal. Sebelum ditampilkan ke muka umum atau publik, sebagian besar informan sepakat bahwa mereka menciptakan *Sims* sebagai bentuk dari representasi diri mereka di dunia virtual. Sejumlah informan, seperti RB, KK, dan NH, menciptakan *Sims* sebagai bentuk pemuasan kebutuhan diri yang tidak ada di dunia nyata. Namun, terdapat juga informan seperti YF yang hanya melakukan representasi diri tanpa melebih-lebihkan identitas *Sims* yang diciptakannya.

Ruang personal merupakan keadaan saat *Sims* tidak terlibat percakapan dengan *Sims* lain. Pada saat ini, biasanya *Sims* melakukan berbagai hal yang tidak bisa dilakukan ketika di depan orang lain, misalnya saat informan NH menerangkan bahwa *Sims*nya memiliki sifat *flirty* dan *romantic*. Sifat ini, jika tidak dapat dikelola

dengan baik, maka akan menjadi sebuah bumerang. Oleh karena itu, agar hubungan dengan pasangannya tetap terjaga dengan baik, biasanya NH akan melakukan percakapan melalui telepon dengan pria lain saat pasangannya sedang tidur atau beraktivitas.

Di dalam kehidupan sosial, juga di dalam kehidupan virtual, seperti dunia *Sims*, setiap individu berinteraksi melalui berbagai simbol dan makna yang saling dipertukarkan. Hal ini ditampilkan melalui panggung depan yang terdiri dari *personal front* dan *manner*. Sebagian besar informan setuju bahwa penampilan yang baik di depan orang lain tercermin melalui pakaian, sifat, dan perilaku yang diciptakan saat mereka melakukan kustomisasi *Sims*.

Performa *personal front* di dalam *The Sims 4* merupakan keadaan saat para pemain menggunakan pakaian yang sesuai dengan acara yang ada (*appearance*). Misalnya, ketika *Sims* sedang bekerja, *Sims* akan secara otomatis berganti pakaian. Lain halnya ketika ada kegiatan atau acara yang diselenggarakan, seperti pernikahan, *birthday party*, atau sekadar undangan makan malam di rumah penyelenggara maupun di bar, pemain akan mengubah pakaian *Sims* yang sesuai dengan tema acara. Menurut YK, *Sims* akan mendapatkan rasa malu jika pakaian yang digunakan tidak sesuai dengan tema dan hal tersebut akan memengaruhi *mood* mereka. NF dan RB juga menyatakan bahwa *Sims* mereka akan terlihat aneh dan merasa dipermalukan ketika diundang oleh *Sims* lain ke *club*, jika *Sims* hanya menggunakan pakaian *casual*.

Alih-alih berpenampilan apa adanya, pemain lebih memilih untuk menjaga penampilan mereka di depan 'publik'.

*Manner* di dalam *The Sims 4* dapat dilihat melalui tindakan atau peran yang dimainkan oleh *Sims* yang telah dibuat. Sebagian besar informan mengatakan bahwa *Sims* mereka tidak memiliki musuh. Pemain berusaha untuk menjaga *mood Sims* yang mereka ciptakan dengan melakukan hal positif. Informan seperti RB, KK, NF, dan YK menyatakan bahwa ketika terlibat di dalam interaksi sosial di tempat umum, mereka berusaha untuk berbicara sopan, menanyakan topik yang bersifat umum sebelum beralih pada topik yang lebih personal, dan berusaha menghubungi teman-teman *Sims* melalui telepon, sekalipun mereka tidak dapat terlibat percakapan tatap muka. Sekalipun terdapat *stranger* di jalanan, para pemain berusaha menyapa *Sims* tersebut. Jika terdapat *Sims* yang bersikap arogan, kasar, dan berperilaku tidak menyenangkan terhadap *Sims* mereka, maka para pemain tidak mau ambil pusing untuk membalas perbuatan tersebut. Oleh karena itu, *Sims* mereka cenderung memiliki banyak teman.

*Setting* ditampilkan saat *Sims* membutuhkan tempat untuk menyalurkan aspirasi atau kebutuhan mereka. YK menyatakan bahwa sebagai seorang *friend of the world*, *Sims* yang ia ciptakan harus sering berinteraksi dengan orang lain di berbagai keadaan. Jika *Sims* berniat berkunjung ke suatu tempat untuk fokus melakukan hal tertentu, maka ia akan fokus dengan aktivitasnya. Tetapi, jika pergi ke

*gym* atau ke tempat makan, *Sims* juga dapat berolahraga sambil berkenalan. Begitu pula halnya dengan *Sims* yang diciptakan oleh RB yang merupakan seorang penulis dan pengusaha. Selain untuk menyalurkan aspirasi dan mendapatkan apresiasi publik, ia juga harus melatih keterampilan menulisnya agar tulisannya dapat dimuat dan mendapatkan royalti yang besar. Selain itu, RB juga harus menjaga atmosfer toko agar pelanggannya terus dapat berbelanja.

Aspek lain yang harus diperhatikan di dalam dramaturgi adalah menjaga jarak dengan khalayak (*mystification*). Pada presentasi diri yang ditampilkan melalui media sosial, seperti *Facebook*, individu akan melihat *mutual friend* pada permintaan pertemanan dengan dirinya. Sedangkan untuk grup, mereka akan melihat sisi manfaatnya apabila bergabung dengan grup tersebut (Riyanti, 2010). Permainan *The Sims 4* memiliki cara tersendiri dalam menerapkan *mystification*, misalnya ketika pemain diharuskan menerima *Sims* lain yang datang ke rumahnya. Sebagian besar informan menyatakan bahwa ketika mereka telah menjalin hubungan dengan *Sims* lain di luar ciptaannya, maka secara otomatis *Sims* tersebut akan sering berkunjung ke rumah mereka. Mereka harus menerima kehadiran *Sims* tersebut sekalipun mereka tidak begitu tertarik untuk mengobrol dengan *Sims* tersebut. Alhasil, *Sims* yang datang akan melakukan keinginannya sendiri seperti menonton tv, duduk, hingga buang air kecil.

Jika dilihat berdasarkan resepsi informan terhadap permainan *The Sims 4* secara keseluruhan, maka sebagian besar



informan merupakan khalayak pasif. Pemain menghabiskan waktu rata-rata tiga hingga empat jam untuk bermain. Berdasarkan keterangan informan, terdapat dua macam pemaknaan yang dapat ditelaah melalui permainan *The Sims 4*, yakni *dominant (preferred) reading* pada informan RB, KK, dan NH, serta *negotiated meaning* pada informan CM dan YF. Posisi dominan merupakan keadaan audiens menerima dan setuju sepenuhnya dengan pesan dominan yang ada pada teks media. Namun, adakalanya khalayak tidak setuju atau mis-interpretasi terhadap beberapa aspek tertentu (*negotiated meaning*) (Littlejohn & Foss, 2009).

Posisi dominan ditampilkan ketika pemain (RB, KK, dan NH) mengikuti narasi permainan *The Sims 4* menjadi seorang *story teller*, menciptakan, dan mengatur dunia dan *avatar* yang ideal melalui pengelolaan kesan sebagai bentuk citra diri di dunia virtual. Sedangkan pada posisi negosiasi, pemain tidak sepenuhnya sepakat bahwa permainan *The Sims* merupakan bentuk *alter ego* dari dunia yang riil. Bagi informan CM dan YF, permainan *The Sims 4* hanya sebagai sarana hiburan tanpa harus meluangkan waktu khusus atau menciptakan dunia atau *Sims* yang ideal. Informan YF menyatakan bahwa dirinya juga menciptakan *Sims* yang berseberangan dengan memiliki sifat yang kurang baik. Sedangkan informan CM lebih tertarik menjadi seorang *builder* daripada menjalani narasi yang ada. Sekalipun dirinya harus memainkan *Sims* yang ada, ia hanya memilih secara acak *Sims* yang

telah tersedia di galeri tanpa memiliki latar belakang atau tujuan khusus.

## SIMPULAN

Batasan antara panggung depan dan belakang di dunia virtual memang tidak digambarkan secara jelas melalui teori Goffman, terutama ketika peneliti harus memosisikan diri untuk menentukan cara individu melakukan presentasi diri ideal pada permainan *The Sims 4*. Namun, melalui teori ini, peneliti dapat memahami cara identitas dibentuk pada dunia virtual yang dilihat melalui pemaknaan setiap informan pada permainan *The Sims 4*.

Studi resepsi pemain terhadap permainan *The Sims 4* memiliki kesimpulan bahwa studi resepsi *audiens* terhadap teks memang tidak dapat diprediksi karena kelima subjek penelitian memiliki pandangan yang berbeda, baik saat mereka merespons permainan maupun memaknai pesan yang disampaikan dalam permainan *The Sims 4*.

Berdasarkan hasil analisis resepsi terhadap lima informan yang ada, tiga di antaranya melakukan representasi diri ideal pada dunia virtual. Sedangkan dua lainnya tidak sepenuhnya setuju bahwa permainan *The Sims 4* merupakan bentuk *alter ego*. Bagi kedua informan ini, *The Sims 4* hanya menawarkan hiburan untuk menghabiskan waktu luang dan menyalurkan aspirasi mereka ketika membangun *Sims* atau bangunan yang dapat diunggah ke galeri *online*.

Cara kelima pemain memaknai permainan *The Sims 4* dapat dimanfaatkan oleh peneliti yang memiliki fokus dan minat

terhadap identitas, yaitu bahwa representasi tidak hanya ditampilkan melalui interaksi sosial pada kehidupan sehari-hari, namun juga pada kehidupan virtual bergenre simulasi seperti *The Sims 4*. Tanpa sadar, setiap orang berusaha menampilkan yang terbaik dari diri mereka di mana pun dan kapan pun.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Baran, S. J. & Davis, D. K. (2012). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future*. (6th Edition). Boston, USA: Wadsworth.
- Belk, W. R. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research* 40(3), 477-500.
- Calleja, G. (2007). *Digital games ad designed experience: Reframing the concept of immersion*. Thesis. Victoria University of Wellington, New Zealand.
- Chan, D. (2003). *The philosophy of the sims* <[http://web.stanford.edu/group/htgg/sts145papers/dchan\\_2003\\_1.pdf](http://web.stanford.edu/group/htgg/sts145papers/dchan_2003_1.pdf)>
- Circleesen.com. (2014). *Kepribadian dan emosi akan jadi fokus dalam the sims 4*. <<http://www.circleesen.com/15-circle-news/circle-news/898-kepribadian-dan-emosi-akan-jadi-fokus-dalam-the-Sims-4>>
- Fahmi, M. (2015). *Nostalgia review the sims -karena hidup di dunia nyata tidaklah cukup* <<https://id.techinasia.com/nostalgia-review-the-Sims/>>
- Galloway, R. A. (2004). *Gaming: Essays on algorithmic culture*. London, UK: University of Minnesota Press.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York, USA: Penguin Books.
- Islami, Z. (2015). *Wujudkan pekerjaan impianmu di the sims 4: Get to work* <<http://www.gadgetgaul.com/wujudkan-pekerjaan-impianmu-di-the-Sims-4-get-to-work.html>>
- Kristo, F. Y. (2008). *Penjualan "the sims" tembus 100 juta kopi*. <<http://inet.detik.com/index.php/detik.read/tahun/2008/bulan/04/tgl/17/time/162315/idnews/924969/idkanal/317>>
- Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (Eds). (2009). *Encyclopedia of communication theory*. London, UK: SAGE Publication Inc.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S. & Kelly, K. (2009). *New media a critical introduction* (2nd Ed). London, UK: Routledge
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa* (Edisi 6). Jakarta, Indonesia: Penerbit Salemba Humanika.
- Metacritic. (2015). <<http://www.metacritic.com/browse/games/genre/userscore/simulation/?view=condensed>>
- Mulyana, D. (2011). *Nuansa-nuansa komunikasi. Meneropong politik dan budaya komunikasi masyarakat kontemporer*. Bandung, Indonesia: PT Rosdakarya
- Nadkarni, A., & Hoffmann, S. G. (2012). Why do people use facebook? *Personality and individual differences*. 52(3), 243-249.
- Riyanti, A. (2010). *Fenomena penggunaan situs jejaring sosial facebook sebagai ajang penampilan diri*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia
- Silva, E. (2013). *The presentation of self in everyday play, on actor-networks and identity performances in a facebook games*. Master Thesis. Utrecht University, Netherlands.
- Storey, J. (2006). *Pengantar komprehensif teori dan metode cultural studies dan kajian budaya pop*. Yogyakarta, Indonesia: Jalasutra.
- The Sims. (2016) <<http://www.theSims.com/>>
- Yuwono, A.I. (2014). *Kekerasan dalam video game*. <<http://prisma.lppm.ugm.ac.id/research/25183>>

