

PRESENTASI DIRI ONLINE PENGGUNA ZEPETO MELALUI AVATAR

Regi Sekarjati ; Palupi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika,

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Presentasi diri virtual merupakan proses pengembangan diri untuk membentuk dan membangun identitas diri secara *online*. Berbeda dengan presentasi diri di ruang riil, kesan yang ditampilkan di ruang virtual dapat diputarbalikkan oleh pengguna karena perilaku verbal dan non-verbal tidak dapat dilihat secara langsung. Ditambah lagi saat ini media sosial berbasis avatar sedang banyak digemari, disana pengguna dapat dengan bebas mempresentasikan diri di dunia virtual dengan menggunakan avatar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengguna ZEPETO mempresentasikan diri di dunia virtual dengan menggunakan avatar 3D sebagai karakter yang diperankannya. Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, observasi non-partisipan serta uji validasi menggunakan teknik triangulasi sumber data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori presentasi diri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna mempresentasi diri mereka berdasarkan keadaan atau isi pesan yang menunjukkan kesamaan ketertarikan ketika menggunakan ZEPETO, mereka melakukannya dengan cara menciptakan presentasi diri baru secara konsisten, menciptakan presentasi diri sesuai dengan diri fisik seseorang, serta menciptakan presentasi diri berdasarkan konstruksi persepsi dari orang lain.

Kata kunci: Presentasi diri, Avatar, ZEPETO, *Virtual World*

Abstract

Virtual self-presentation is a self-development process to shape and build self-identity online. Unlike self-presentation in real space, the impression displayed in virtual space can be distorted by users because verbal and non-verbal behavior cannot be seen directly. In addition, avatar-based social media is currently popular, where users can freely present themselves in the virtual world using avatars. This research aims to find out how ZEPETO users represent themselves in the virtual world by using 3D avatars as the characters they play. Based on the problems studied, the approach used in this research is a qualitative approach with the data collection process carried out through interview techniques, non-participant observation and validation testing using data source triangulation techniques. The theory used in this research is self-presentation theory. The results of this study indicate that users present themselves based on the circumstances or content of messages that show similarities of interest when using ZEPETO, they do so by creating new self-presentations consistently, creating self-presentations in accordance with one's physical self, and creating self-presentations based on the construction of perceptions from others.

Keywords: Self presentation, Avatar, ZEPETO, *Virtual World*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keterkaitan antara interaksi dan ruang dalam komunikasi tidak hanya terjadi dalam dunia fisik, melainkan juga terjadi di dunia virtual. Banyak ruang yang dibangun di dalam kehidupan fisik guna memfasilitasi bentuk-bentuk interaksi komunikatif tertentu (Bailenson & Beall, 2006). Sama halnya dengan dunia fisik, dunia virtual juga menyediakan fasilitas-fasilitas interaksi komunikatif yang dibuat secara buatan (artifisial) yang mana penggambaran waktu, tempat dan suasana merupakan gambaran ulang dari kehidupan nyata yang di tampilkan dalam dunia virtual (Gottschalk, 2010).

Di dalam penggambaran ulang tersebut, tidak hanya struktur ruang dari kehidupan fisik yang ditransfer ke dalam ruang virtual namun juga aktifitas-aktifitas komunikatif didalamnya (Barker, 2008). Misalnya, seorang pengguna membuat ruang virtual yang menyerupai ruang fisik, kemudian ruang tersebut digunakan oleh pengguna lain untuk berkumpul dan mengambil bagian dalam kegiatan komunikatif melalui avatar mereka. Maka dari itu pengguna dituntut untuk dapat memposisikan diri kedalam ruang tiga dimensi melalui layar komputer (dua dimensi). Hal tersebut terjadi karena daya komputasi dan sumber daya jaringan pada mesin yang tersedia saat ini masih sangat terbatas, sehingga dunia virtual sering diimplementasikan menggunakan grafik 2D dengan fisik sederhana (Jakobsson, 2002).

Dunia virtual atau *virtual world* telah didefinisikan secara berbeda oleh peneliti yang berbeda. Dunia virtual adalah lingkungan yang dihasilkan komputer yang mengandalkan grafik dengan memperlihatkan visualisasi tiga dimensi yang dapat diakses menggunakan fisik virtual yang disebut 'avatar'. Dalam dunia ini, ruang fisik secara virtual diciptakan kembali dalam bentuk pemandangan, bangunan atau objek (Berger et al., 2016). Sedangkan menurut Kumar et al., (2008), dunia virtual adalah lingkungan simulasi berbasis komputer yang dapat dihuni oleh pengguna yang mana mereka berinteraksi dengan orang lain baik sebagai diri mereka sendiri maupun melalui agen perangkat lunak (bot) atau representasi grafis yang disebut avatar.

Pengguna biasanya dapat menikmati fasilitas-fasilitas dunia virtual melalui beberapa *platform* media sosial. Saat ini pengguna tak hanya sekedar menampilkan identitas dan foto di halaman profil pengguna saja namun beberapa media sosial juga telah menyediakan ruang virtual berbasis avatar 3D yang dapat digunakan oleh pengguna sebagai perwakilan fisik mereka dalam dunia virtual (Vasalou et al., 2008).

Beberapa media sosial yang telah menciptakan ruang virtual berbasis avatar telah banyak digunakan oleh para pengguna di Indonesia. Contohnya seperti Avakin Life-3D Virtual World, ZEPETO, IMVU, Club Cooee, Hotel Hideaway: Virtual World, Line Play-Our Avatar World, Itsme dan sebagainya. Dari sekian banyak media sosial yang menyediakan avatar, ZEPETO menjadi salah satu media sosial yang memberikan kebebasan pengguna untuk melakukan kostumisasi avatar dengan kualitas tinggi yang belum pernah ada sebelumnya melalui *user generated customs action*, sehingga memungkinkan memiliki lebih banyak keberagaman penampilan dibandingkan dengan media sosial lainnya yang hanya memberikan opsi kostumasi melalui *template*.

Penelitian-penelitian mengenai dunia virtual dalam media sosial banyak membahas tentang presentasi diri pengguna di dalam dunia virtual. Berdasarkan penelitian serupa yang berjudul Kontruksi Identitas Gamers Line Play (Studi Semiotika Sosial Tentang Konstruksi Identitas Diri dan Identitas Sosial Gamers Game Line Play) menyimpulkan bahwa para pengguna mengkonstruksi identitas diri mereka melalui avatar yang mereka buat berdasarkan versi ideal dari diri mereka dan tidak terlalu mencerminkan diri mereka sebenarnya di dunia nyata. (Sulistiyorini, 2018).

Sedangkan penelitian serupa lainnya yang dilakukan oleh Jande & Ibrahim (2020), menyimpulkan bahwa para pengguna menggunakan dunia virtual untuk menciptakan identitas baru mereka sendiri dengan cara menduplikasi sebagian dari diri mereka melalui penggunaan avatar dengan menambah sesuatu yang mereka ingin miliki dalam kehidupan nyata dan mungkin sulit untuk diperoleh (menciptakan versi terbaik diri mereka).

Berdasarkan kedua penelitian penelitian di atas avatar digunakan sebagai objek presentasi diri pengguna di dalam dunia virtual. Sebab avatar diciptakan oleh platform kreatif sebagai bentuk konstruksi identitas *Computer-Mediated Communication (CMC)*. Avatar dapat memberikan kebebasan ekspresif melalui kehadiran *online* secara anonim dan statis. Saat menciptakan avatar, pengguna harus pandai untuk merancang representasi yang unik meskipun telah tersedia opsi yang sudah jadi (Morgan et al., 2020).

Biasanya pengguna membuat avatar sebagai refleksi serta perwakilan diri yang terlepas dari latar belakangnya. Avatar digunakan untuk mengekspresikan aspek yang seimbang dari pemiliknya. Dengan memanipulasi latar belakang, maka perspektif orang lain bisa menjadi lebih luas meskipun diri sendiri digunakan sebagai referensinya (Kusumo, 2004).

ZEPETO merupakan salah satu media sosial anonim berbasis avatar yang tersedia di App Store dan Play Store dengan lebih dari seratus juta unduhan. ZEPETO diluncurkan pada tahun 2018 oleh Snow Corporation yang merupakan anak perusahaan dari Naver Z Corporation. ZEPETO dipilih sebagai platform dengan tingkat pertumbuhan yang besar karena digunakan oleh 20.000 pelanggan global kumulatif per Maret 2021 (Han et al., 2021). ZEPETO mendukung avatar yang memiliki penampilan layaknya manusia mulai dari wajah, bentuk tubuh hingga pakaian. Pengguna dapat menggunakan koin dan permata sebagai mata uang virtual untuk menghias avatar dan ruangan mereka. Mereka juga dapat menjelajahi dan membuat dunia sendiri dengan berbagai konsep sebagai ruang virtual. ZEPETO merekomendasikan berbagai fashion brand ternama, pose trendi melalui avatar, peta populer, dan *squad* yang sesuai dengan minat pengguna. Mereka juga mendukung aktivitas komunikasi yang terkonsentrasi dengan berbagi konten menggunakan avatar seperti *My Photobooth* dan *live streaming* (Han et al., 2021).

Selain itu pengguna ZEPETO dapat menciptakan sendiri wajah avatar mereka mulai dari bentuk wajah, mata, alis, hidung, bibir, warna kulit, bentuk tubuh, rambut hingga pakaian sendiri. Avatar di media sosial ZEPETO digunakan sebagai perwakilan bentuk fisik pengguna, yang mana nantinya pengguna dapat saling bertemu dan berkomunikasi di dunia yang telah disediakan dengan menggunakan avatar tersebut. Sehingga pengguna ditugaskan untuk mempresentasikan diri melalui avatar tersebut, entah itu sesuai dengan kehidupan sehari-harinya atau bahkan berbanding terbalik dengan latar belakangnya. Hal tersebut menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian pada media sosial ZEPETO.

Maka dari itu rumusan masalah serta tujuan penelitian ini adalah bagaimana pengguna ZEPETO mempresentasikan diri di dunia virtual dengan menggunakan avatar? Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengguna ZEPETO mempresentasikan diri di dunia virtual dengan menggunakan avatar 3D sebagai karakter yang diperankannya.

1.2 Kajian Pustaka

1.2.1 Presentasi Diri Online

Menurut metafora pertunjukan teater Goffman, identitas diri dibangun dalam proses kolektif dan interaktif dalam latar sosial yang berbeda, dalam melakukannya penting bagi para pemain yang berusaha membangun identitas diri mereka untuk

mengidentifikasi penonton sehingga mereka dapat menyesuaikan penampilan mereka (Goffman, 1956).

Banyaknya platform media sosial semakin memperumit praktik ini. Banyak sistem media sosial yang mendukung pengguna dalam pembuatan beberapa profil yang berbeda untuk menyusun aspek diri yang disajikan secara selektif (Kairam et al., 2012). Pengguna dapat memilih untuk membangun identitas yang berbeda di *platform* yang berbeda (Farnham & Churchill, 2011). Oleh karena itu Barker (2008), mendefinisikan presentasi diri *online* sebagai proses pengembangan diri yang digambarkan, dibangun, dipentaskan, diperankan maupun ditutupi dalam kehidupan nyata untuk membentuk dan membangun identitas diri di ruang sosial *online*. Sehingga hal ini menyoroti sejumlah praktik dan masalah yang berkaitan dengan presentasi diri secara online, terutama pada keaslian dan keragaman identitas di ruang digital (Dimicco & Millen, 2007).

Berfokus pada sistem berbasis avatar seperti game *online* dan dunia virtual, sebuah badan penelitian telah menunjukkan bahwa ruang digital ini memberikan pengalaman identitas yang benar-benar baru karena komunikasi dimediasi oleh avatar (Huh & Williams, 2010). Perbedaan utama antara dunia virtual dengan dunia fisik adalah kebutuhan avatar sebagai sistem yang menengahi antara pengguna dengan internet sebagai perwakilan diri pengguna serta semua komunikasinya dilakukan di lingkungan virtual.

Dalam perspektif komunikasi ZEPETO digunakan sebagai media yang dapat digunakan untuk melakukan presentasi diri secara online melalui avatar. Salah satu teori yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah teori presentasi diri. Menurut Goffman istilah presentasi diri merujuk pada kinerja individu di atas panggung, dimana mereka harus memenuhi harapan penonton dan norma-norma sosial agar mendapat review yang positif dari audiens (Goffman, 1956). Berbeda dengan presentasi diri di ruang riil presentasi diri di ruang virtual cenderung akan menampilkan sesuatu yang baik atau positif, dibandingkan dengan di ruang riil presentasi diri ternyata lebih lemah, sebab kesan yang ditampilkan di ruang riil tidak dapat diputarbalikkan karena perilaku verbal maupun non-verbal dapat dilihat secara langsung (Simangunsong, 2017).

1.2.2 Avatar di Ruang Virtual

Saat ini ruang virtual sedang marak digemari, sebab disana pengguna tak hanya sekedar bermain tetapi juga dapat melakukan interaksi dengan pengguna lainnya. Ruang virtual menjadi ruang sosial digital yang semakin populer dimana pengguna dapat bertemu, berinteraksi dan bersosialisasi dengan cara baru melalui penggabungan dunia maya dan dunia nyata. Interaksi tersebut tentunya membutuhkan media yakni komputer dan jaringan internet atau biasa disebut *Computer-Mediated Communication (CMC)*. Dengan *CMC*, komunikasi antarpribadi tidak lagi sebatas *face to face* saja, namun juga dapat menggunakan media berupa komputer yang saling terhubung satu sama lain melalui jaringan internet (Arthanti, 2015).

Sebagian besar aplikasi soaial *virtual reality* menyediakan avatar sehingga pengguna dapat membuat dan menyesuaikan avatar mereka untuk memasuki ruang virtual serta berinteraksi dengan pengguna lain. Tidak seperti platform media sosial dimana presentasi diri hanya dapat ditunjukkan melalui penggunaan profil, teks, gambar, dan video, di dalam *social virtual reality* presentasi diri dapat ditunjukkan melalui hubungan langsung antar avatar, dimana pengguna dapat mengontrol avatar mereka melalui layar dengan menggerakkan *mouse*, *keyboard* atau tombol analog (Baker et al., 2019).

Avatar digunakan sebagai perwujudan tubuh jasmani seseorang secara *online*, yang mana mereka dapat membangun, mengekspresikan dan menampilkan identitas mereka pada avatar tersebut di dunia virtual (Jakobsson, 2002). Menurut Vasalou et al. (2008), avatar adalah perwakilan diri secara online yang digunakan untuk membangun narasi tentang peristiwa yang terjadi di dunia fisik akan tetapi dengan menggunakan avatar seseorang juga dapat memanipulasi penampilan mereka untuk mendapatkan reaksi emosional positif melalui penampilan avatar tersebut. Tampilan serta perilaku avatar diciptakan sendiri oleh pengguna sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan, terkadang seseorang memilih untuk menciptakan avatar sesuai dengan diri ideal secara umum dibandingkan diri mereka yang sebenarnya. Sehingga hal ini dapat menunjukkan bahwa seseorang cenderung memilih avatar yang menurut mereka dapat diterima secara sosial sebagai penggambaran diri virtual mereka (Bailenson & Beall, 2006).

Melalui perancangan avatar, pengguna dapat membangun kembali identitas mereka secara *online* dengan melakukan kostumisasi avatar mulai dari bentuk tubuh, tinggi badan warna kulit, rambut, mata, hidung, mulut, *make-up*, pakaian hingga perilaku (Hanika, 2016). Pengguna dapat memilih apakah ia akan menggunakan rambut

keriting pada avatar sesuai dengan fisik riil mereka atau memilih rambut lurus yang merupakan rambut impian mereka untuk mempresentasikan dirinya secara *online* (Jande & Ibrahim, 2020).

2. METODE

Berdasarkan permasalahan yang diteliti yakni tentang presentasi diri pengguna ZEPETO melalui avatar, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang tidak menggunakan statistik, melainkan melalui pengumpulan data dan analisis dari fenomena yang berhubungan dengan masalah-masalah dalam kehidupan sosial dan tingkah laku manusia yang kemudia di interpretasikan (Salim & Syahrums, 2012). Berdasarkan karakteristiknya penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif karena data yang terkumpul berupa kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka (Sugiyono, 2015).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni primer dan sekunder. Data primer diperoleh peneliti melalui proses wawancara dan observasi non-partisipan terhadap narasumber yakni pengguna aktif media sosial ZEPETO. Wawancara merupakan teknik mengumpulkan data yang digunakan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti serta untuk memperoleh informasi lebih dalam dari narasumber tentang isu atau tema yang diangkat dalam penelitian . Sedangkan observasi non-partisipan merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti tidak terlibat secara langsung hanya sebagai pengamat independen (mencatat, menganalisis dan membuat kesimpulan) (Sugiyono, 2015). Data sekunder diperoleh peneliti melalui riset dari jurnal, buku, maupun artikel yang memiliki kesamaan isu atau tema yang diangkat dalam penelitian ini untuk melengkapi data primer.

Subjek penelitian yang akan diteliti yaitu pengguna ZEPETO dengan kriteria pengguna aktif yang telah melakukan kostumasi avatar setidaknya 2 kali sejak pertama menggunakan ZEPETO. Berdasarkan kriteria tersebut peneliti menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel atau narasumber berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang dibuat oleh peneliti (Sugiyono, 2015).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis interaktif Miles & Huberman dimana teknik analisis ini dilakukan melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, serta verifikasi kesimpulan (Miles & Huberman, 2014). Uji validitas dalam

penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data tujuannya adalah melihat data dari berbagai sudut, untuk memperoleh data yang valid sehingga verifikasi data dilakukan dengan menggabungkan antara hasil wawancara dan observasi non-partisipan serta data sekunder lainnya (Hardani, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Peneliti telah melakukan wawancara terhadap 3 pengguna aktif ZEPETO. Wawancara dilakukan kepada 3 informan seperti pada tabel dibawah ini

Tabel 1. Data Informan

No	Informan	Jenis Klamın	Status
1.	KMR	Perempuan	Pelajar
2.	AFO	Perempuan	Pelajar
3.	MNR	Laki-Laki	Mahasiswa

Sumber: Hasil Wawancara

Dari ketiga informan tersebut maka peneliti dapat menjelaskan hasil temuan yang diperoleh melalui hasil wawancara dan observasi terkait bagaimana pengguna mempresentasikan dirinya melalui avatar pada aplikasi ZEPETO.

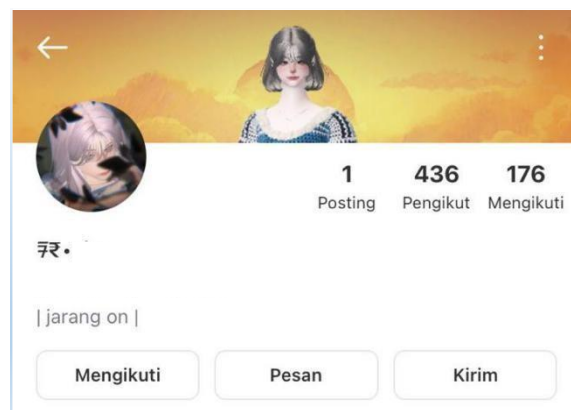
3.1.1 Bentuk proses presentasi diri yang dilakukan oleh pengguna ZEPETO

a. Pencantuman logo squad pada *nickname*

Squad merupakan sekelompok orang atau komunitas yang memiliki tujuan yang sama (Winarti, 2022). Pencantuman logo *squad* pada *nickname* merupakan salah satu bentuk proses presentasi diri yang dilakukan oleh pengguna ZEPETO. *Squad* atau komunitas banyak tersebar di ZEPETO, mulai dari *squad* dewasa hingga junior (anak-anak). Dengan adanya *squad* dapat membantu pengguna menemukan *circle* pertemanan sesuai kriteria tertentu. Tak sedikit juga pengguna merasa keren ketika dirinya telah bergabung pada suatu *squad*. Tak sedikit *squad* di ZEPETO mewajibkan anggotanya untuk mencantumkan logo *squad* pada *nickname* mereka sebagai pertanda bahwa pengguna tersebut merupakan bagian dari *squad* tertentu. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan salah satu informan dibawah ini:

“Nama avatar aku ditambah sama logo squad, biar kelihatan kalau aku punya teman squad”. (Informan 2, Perempuan, Pelajar)

Menurut informan 2, salah satu faktor yang mendukung proses presentasi diri di ZEPETO adalah mencantumkan logo *squad* pada *nickname*. Menurutnya ketika seorang pengguna mencantumkan sebuah logo *squad* pada *nickname*, mereka cenderung merasa orang lain akan berfikir bahwa dirinya merupakan bagian dari *squad* tertentu serta memiliki *circle* pertemanan yang abadi. Berdasarkan hasil observasi, informan 3 juga mencantumkan logo *squad* pada *nickname*. Hal ini dapat terlihat dari profil pengguna dimana terdapat suatu lambang pada *nickname* tersebut yang dapat diartikan oleh peneliti bahwa ia merupakan bagian dari *squad* tertentu.



Gambar 1. pencantuman logo *squad* pada *nickname*

Namun lain halnya dengan informan 1, ia mengatakan bahwa penggunaan simbol atau lambang pada *nicknamen* terkesan terlalu ramai sehingga membuatnya tidak bergabung kedalam *squad* manapun. Hal ini dilihat dari pernyataan dibawah ini:

“Aku lebih suka pake font nickname yang biasa aja, soalnya kalau aku hias-hias atau pakai simbol gitu kelihatan rame”. (Informan 1, Perempuan, Pelajar)

Dari ketiga hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan lambang atau simbol pada *nickname* dapat menggambarkan bahwa seorang pengguna merupakan bagian dari *squad* atau suatu komunitas tertentu.

b. Pemilihan outfit pada avatar

Outfit atau fashion merupakan sesuatu yang digunakan untuk menutupi bagian tubuh, yang terdiri dari perpaduan antar item seperti baju, celana rok, topi, tas, sepatu, kaos kaki, jam tangan dan sebagainya yang disesuaikan dengan tema acara atau kebutuhan sehari-hari (Mudiawati et al., 2020). Tidak hanya di kehidupan nyata, di kehidupan virtual seperti pada aplikasi ZEPETO pengguna juga dapat memilih dan menentukan *outfit* yang mereka inginkan untuk avatarnya. Pemilihan *outfit* juga dapat

menjadi faktor pendukung dalam proses presentasi diri pengguna, dimana mereka dapat menciptakan identitas mereka melalui *outfit* yang digunakannya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan berikut:

“...suka pakai rok atau dress, soalnya biar kelihatan kaya cewek yang anggun walaupun di kehidupan nyata gak begitu feminim. Kalau aksesoris mungkin kaya kalung, tapi kadang pake jepitan juga sih”. (Informan 1, Perempuan, Pelajar)

Menurut informan 1, *outfit* yang ia gunakan cenderung berbanding terbalik dengan dirinya, berdasarkan hasil wawancara cara dan observasi informan 1 merupakan seorang wanita yang tomboi dan tampil apa adanya, sedangkan di ZEPETO ia selalu memasang *outfit* yang menunjukkan bahwa ia merupakan sosok wanita feminim. Ketika memilih *outfit* informan 1 memilih rok dan *dress* dengan tambahan aksesoris seperti jepitan pada rambut avatarnya. Hal tersebut ia lakukan karena ia suka melakukan *mix and match* pakaian namun ia merasa tidak bisa menggunakan *outfit* tersebut pada dirinya sendiri sehingga ia melakukan hal tersebut pada avatarnya. Hal serupa juga dapat dilihat dari pernyataan informan 3 dibawah ini:

“Aku suka warna yang cerah, karena cewek pasti suka warna yang cerah-cerah gitu terus aku juga sering beli pakaian yang terusan atau dress kalau dizepeto”. (Informan 3, Laki-laki, Mahasiswa)

Menurut informan 3, *outfit* yang paling sering dipilih cenderung memiliki warna yang cerah layaknya warna favorit seorang wanita. Tujuan memilih dan menentukan *outfit* seperti itu untuk menunjukkan identitasnya virtualnya sebagai seorang wanita, meskipun di kehidupan nyata ia merupakan seorang laki-laki. Hal tersebut ia lakukan karena adanya rasa penasaran tentang bagaimana rasanya menjadi seorang wanita yang tidak mungkin diwujudkan dalam kehidupan nyatanya. Berbeda dengan informan 2 yang mana ia lebih suka memilih dan menggunakan *outfit* yang berwarna netral yang tidak begitu cerah sesuai karakter yang ia gunakan yakni anak laki-laki. Hal ini dilihat dari pernyataan dibawah ini:

“..suka pakai baju warna-warna kaya cowok bumi, soalnya kelihatan bagus”. (Informan 2, Perempuan, Pelajar)

Dari ketiga hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemilihan *outfit* avatar cenderung menyesuaikan karakter avatar yang digunakan oleh ketiga informan.

c. Penciptaan wajah avatar yang terinspirasi dari idola

Setiap orang setidaknya memiliki idola dalam hidupnya sebagai *role model* mereka. Idola merupakan seseorang yang mempunyai keistimewaan atau prestasi tertentu yang patut di jadikan contoh oleh masyarakat (Dita & Bagus, 2012). Dalam proses presentasi diri, seseorang dapat menggunakan idola mereka sebagai sosok yang menginspirasi. Sama halnya di ZEPETO, pengguna dapat menggunakan idola mereka sebagai referensi saat menciptakan avatar mereka terutama pada wajah. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan 1 berikut:

“Aku terinspirasi dari cewe-cewe korea gitu, idolaku”. (Informan 1, Perempuan, Pelajar)

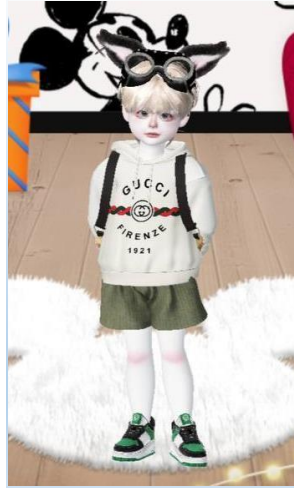
Menurut informan 1, idol wanita korea menjadi inspirasinya ketika mengkostumasi avatarnya, dimana ia memilih wanita korea karena terlihat imut. Selain itu layaknya di kehidupan nyata, di ZEPETO juga terdapat standar kecantikan yang telah diciptakan para pengguna ZEPETO yakni ala western dan asian, jadi apabila avatar tidak sesuai standar kecantikan tersebut maka seorang pengguna akan merasa tidak percaya diri dan mengalami kesulitan untuk bergaul dengan pengguna lain. Hal serupa juga dapat dilihat dari pernyataan informan 3 dibawah ini:

“...ku mau bikin karakter yang setengah orang indonesia setengah anime gitu”. (Informan 3, Laki-laki, Mahasiswa)

Menurut informan 3, ia cenderung menciptakan wajah avatar yang mirip dengan karakter pada anime. Anime merupakan animasi Jepang berupa gambar warna-warni yang berbentuk tokoh-tokoh tertentu. Berbeda dengan informan 2, dimana ketika ia menciptakan avatarnya memilih untuk mengikuti imajinasinya. Hal ini dilihat dari pernyataan informan 2 berikut:

“Aku berdasarkan pikiran kak, sesuai imajinasiku”. (Informan 2, Perempuan, Pelajar)

Namun berdasarkan hasil observasi pada avatar informan 2, peneliti menemukan bahwa avatar informan 2 terlihat tetap mengikuti standar kecantikan yang ada di ZEPETO yakni ala asian *face* lebih tepatnya anak laki-laki korea.



Gambar 2. Bukti avatar yang terlihat seperti aktor cilik korea

Dari ketiga hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ketika menciptakan avatar pengguna cenderung tidak menciptakan wajah yang sesuai dengan dirinya di kehidupan nyata melainkan mengikuti sosok idolanya dengan tujuan agar terlihat menarik. Meski ada juga yang berdasarkan imajinasi namun mereka tetap menjadikan idola sebagai dasar imajinasinya.

d. Adanya keinginan untuk dipandang positif oleh pengguna lain

Dalam mempresentasikan diri seseorang selalu mengharapakan kesan positif orang lain kepada dirinya. Sama halnya dengan di dunia nyata, di ZEPETO pengguna juga melakukan hal serupa untuk mendapatkan kesan-kesan positif dari pengguna lain terhadap dirinya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan berikut:

“...pengen dapat kesan yang baik, feminim, terus cantik dimata pengguna lain, pengen dilihat kaya player baik-baik”. (Informan 1, Perempuan, Pelajar)

Adanya harapan untuk dipandang positif oleh pengguna lain juga menjadi satu faktor pendukung proses presentasi diri di ZEPETO. Menurut informan 1, kesan positif yang ia harapkan dari pengguna lain yakni ingin terlihat feminim dan cantik seperti perempuan pada umumnya, untuk mendapatkan kesan tersebut ia berusaha untuk menunjukkannya dengan cara memilih dan menggunakan pakaian yang anggun seperti rok atau dress serta *item-item* yang berwarna cerah pada avatarnya, meskipun hal tersebut berbanding terbalik dengan dirinya di dunia nyata. Hal serupa juga dapat dilihat dari pernyataan informan 2 dan 3 dibawah ini:

“...pengen dilihat happy terus pengen terlihat sederhana”. (Informan 2, Perempuan, Pelajar)

“... mau ndipandang sebagai wanita dewasa”. (Informan 3, Laki-laki, Mahasiswa)

Sedangkan menurut informan 2, kesan positif yang ingin diperolehnya yakni ingin terlihat seperti seseorang yang ceria dan sederhana, sesuai dengan avatar yang digunakan yakni avatar dengan ukuran anak-anak yang ditunjukkan melalui cara berpakaian selayaknya anak kecil dengan baju yang terlihat sederhana dengan aksesoris kepala serta tas anak-anak sehingga mampu memunculkan kesan ceria pada avatarnya. Sedangkan informan 3, kesan positif yang ingin diperoleh yakni ingin terlihat seperti wanita dewasa sesuai dengan avatar yang ia gunakan dan ditunjukkan dengan menggunakan item-item layaknya seorang wanita dewasa.

Dari ketiga hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya keinginan pengguna untuk dipandang positif oleh pengguna lain membuat mereka cenderung akan menciptakan dan mempertahankan kesan positif sesuai dengan karakter yang mereka gunakan.

e. Pemanfaatan fitur kostumasi Avatar

Kostumasi avatar merupakan cara bagaimana pengguna ketika menciptakan avatar yang akan mereka gunakan sesuai dengan preferensi mereka guna menggambarkan diri mereka ke dalam game (Donovon & Cokki, 2022). Cara kostumasi avatar di dunia virtual sangat beragam, beberapa dunia virtual memungkinkan penggunanya untuk menyesuaikan avatarnya melalui opsi terbatas yang telah disediakan namun ada juga dunia virtual yang memberikan kendali penuh pengguna untuk mengkostumasi avatar mereka secara sendiri. Sama halnya di ZEPETO, pengguna diberikan dua pilihan fitur tersebut untuk melakukan kostumasi avatar mereka. Pengguna dapat memilih bagaimana mereka akan menciptakan avatar mereka, apakah menggunakan pilihan yang telah disediakan maupun melakukan kostumasi sendiri secara manual. Apabila pengguna memilih fitur kostumasi yang telah disediakan oleh ZEPETO maka avatar mereka akan terlihat seperti NPC (*Non Playable Character*) dan terlihat kembar antara pengguna satu dengan yang lain. Oleh karena itu tak sedikit pengguna ZEPETO melakukan kostumasi avatar mereka secara manual berdasarkan trend yang ada disana. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan 1 berikut :

“...karena aku keracunan trend oplas disosmed yaudah aku ikutin dan ubah”. (Informan 1, Perempuan, Pelajar)

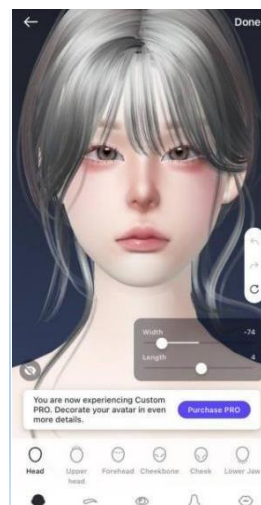
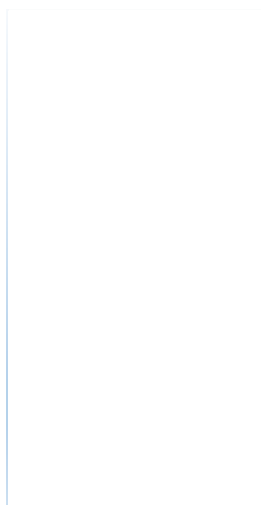
Informan 1 mengatakan bahwa ia mengubah avatarnya karena adanya pengaruh dari trend-trend kostumasi di media sosial tujuannya agar avatar mereka tidak terlihat pasaran. Ia menciptakan setiap bagian wajah avatarnya secara manual mulai dari bentuk muka mata, hidung, bibir. Hal serupa juga dapat dilihat dari pernyataan informan 3 dan 2 dibawah ini:

“...Karna kan di ZEPETO itu ada trend-trendannya gitu, aku lebih ngikutin trend”. (Informan 3, Laki-laki, Mahasiswa)

“... aku udah 2 kali oplas, sebenarnya males oplas gitu soalnya susah. Tapi kalau ga dioplas malu takut diejek”. (Informan 2, Perempuan, Pelajar)

Menurut informan 3, ia melakukan kostumasi avatarnya juga karena pengaruh trend-trend di sana. Sama halnya di kehidupan nyata, di zepeto pengguna dapat langsung mengenali seseorang hanya dengan melihat wajah avatarnya, oleh karena itu mereka melakukan kostumasi secara manual untuk menciptakan ciri khas tersendiri pada avatar mereka. Sedangkan informan 2 melakukan kostumasi avatar dengan alasan supaya tidak di hina atau ditertawakan oleh pengguna lain jika ia menggunakan avatar bawaan ZEPETO, sehingga mau tidak mau ia juga tetap mengikuti trend yang ada di ZEPETO dan melakukan kostumasi secara manual.

Dari ketiga hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengguna cenderung melakukan kostumasi avatar secara manual karena mengikuti trend kostumasi yang ada di ZEPETO dengan tujuan memiliki ciri khas sendiri pada avatarnya dan berbeda antara pengguna satu dengan yang lainnya.



Gambar 3. kostumasi avatar menggunakan pilihan yang disediakan

Gambar 4. kostumasi avatar secara manual

f. Hasil dari perwujudan harapan yang telah diciptakan

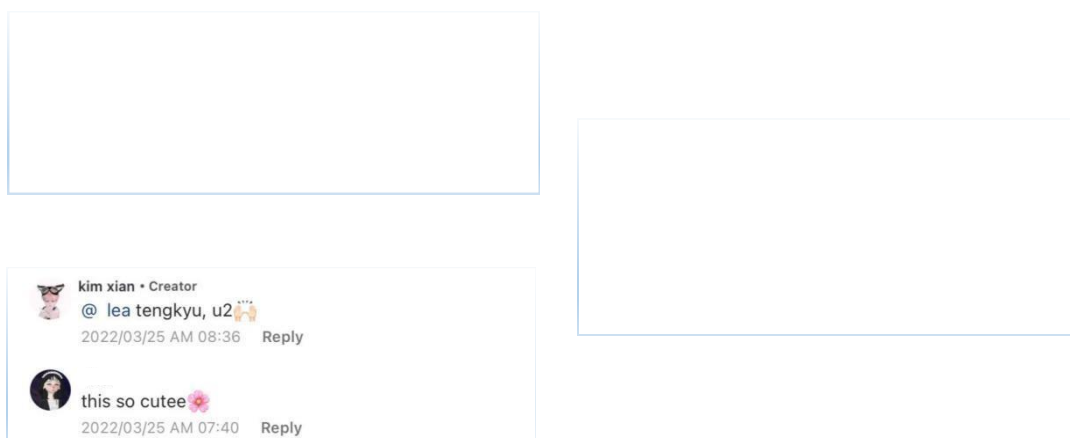
Perwujudan dari harapan yang telah diberikan oleh pengguna lain juga dapat mempengaruhi proses presentasi diri seseorang (Rahmah et al., 2019). Ketika seorang pengguna mendapatkan *feedback* positif dari orang lain mereka akan cenderung mempertahankan kesan yang ia tunjukkan sejak awal. Karena hal tersebut ia berusaha untuk menciptakan kesan terbaik pada avatarnya dengan harapan memperoleh komentar atau pujian dari pengguna lain. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan salah satu informan dibawah ini :

“...aku pengen orang pas liat avatarku tuh kayak bilang ih kamu cantik, slay gitu”. (Informan 1, Perempuan, Pelajar)

“...aku pas nyiptain avatarku kaya pengennya orang lain pas liat avatarku kaya anak yang cute terus anak baik-baik ga suka bikin rusuh di room gitu kak” (Informan 2, Perempuan, Pelajar)

“...slot avatar yang kedua ingin dilihat imut, jadi orang yang lihat kaya eh lucu banget eh kamu gemoi banget”. (Informan 3, Laki-laki, Mahasiswa)

Menurut ketiga informan, ketika menciptakan avatarnya ia berharap pengguna lain akan senang ketika melihat sosok avatarnya dan memberikan *feedback* positif terhadap dirinya melalui pujian maupun komentar-komentar dipostingannya. Sama halnya dengan hasil wawancara berdasarkan observasi, peneliti juga menemukan beberapa komentar positif yang ada pada postingan ketiga informan sebagai bentuk perwujudan harapan yang telah mereka ciptakan sebelumnya.



Gambar 5. bukti feedback yang diperoleh dari pengguna lain

Berdasarkan observasi pada postingan ketiga informan, peneliti menemukan *feedback* positif pada kolom komentar berupa pujian yang diberikan oleh pengguna lain. Ketika informan memperoleh komentar positif mereka cenderung akan menunjukkan sikap yang positif dengan memberikan *feedback* positif kembali kepada orang yang telah memberi *feedback* positif tersebut berupa ucapan terimakasih maupun memberikan pujian kembali.

3.2 Pembahasan

Saat ini pengguna tak hanya sekedar menampilkan identitas dan foto di halaman profil media sosial, beberapa media sosial telah menyediakan ruang virtual berbasis avatar 3D yang digunakan sebagai perwakilan fisik mereka dalam dunia virtual (Vasalou et al., 2008). Avatar semakin populer di berbagai sistem dan perangkat yang dapat digunakan dalam komunikasi yang dimediasi komputer (*CMC*), baik itu media sosial, *e-commerce*, maupun pendidikan (Nowak & Fox, 2018). Ruang obrolan virtual, memungkinkan pengguna untuk mendesain avatar mereka sendiri melalui berbagai opsi yang disediakan (Vasalou et al., 2008). Pengguna biasanya memiliki banyak tujuan saat memilih avatar sebagai perwakilan diri mereka sendiri. Salah satu tujuan umum yang dapat memengaruhi pemilihan avatar adalah keinginan untuk mengidentifikasi dan mengekspresikan diri kepada orang lain (Kang & Yang, 2006).

Nowak & Fox (2018), mengungkapkan bahwa avatar dapat dianggap sebagai pesan yang dapat mempengaruhi perspektif dan persepsi seseorang dalam lingkungan digital. Dalam penelitian ini avatar berperan sebagai pesan dalam suatu komunikasi yang dimediasi oleh komputer (*CMC*). Pengguna dapat menggunakan avatar sebagai alat untuk menyampaikan proses presentasi diri secara *online*. Dalam beberapa *point* yang dipaparkan dalam hasil penelitian dapat diketahui bahwa ketika seseorang melakukan proses presentasi diri mereka cenderung menunjukkan identitas mereka secara positif kepada pengguna lain. Ditambah lagi proses presentasi tersebut dilakukan secara *online* melalui komunikasi yang dimediasi komputer (*CMC*).

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna ZEPETO menciptakan identitas baru atau identitas berbeda melalui avatar dengan cara mewujudkan apa yang tidak bisa mereka wujudkan di kehidupan nyata. Seperti yang diungkapkan Kafai et al. (2010), bahwa pengguna dapat dengan bebas memilih dan menggunakan atribut tertentu pada avatar mereka yang mungkin tidak dapat mereka tampilkan pada kehidupan nyatanya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jande & Ibrahim (2020), juga

mengungkapkan bahwa para pengguna menggunakan dunia virtual untuk menciptakan identitas baru mereka sendiri dengan cara menduplikasi sebagian dari diri mereka melalui penggunaan avatar dengan menambah sesuatu yang mereka ingin miliki dalam kehidupan nyata dan mungkin sulit untuk diperoleh (menciptakan versi terbaik diri mereka). Hal tersebut terjadi karena dalam dunia virtual, avatar digunakan sebagai perwakilan diri dari seorang pengguna sedangkan ZEPETO merupakan media sosial anonim berbasis avatar yang memungkinkan pengguna membangun kembali identitas mereka secara *online* hanya dengan melakukan kostumasi avatar (Hanika, 2016).

Pengguna ZEPETO akan mempertahankan identitas yang telah mereka ciptakan sejak awal dengan cara mengembangkan persepsi positif yang telah dibentuk orang lain terhadap mereka. Persepsi orang lain akan terbentuk berdasarkan apa yang mereka lihat terhadap seseorang hingga terciptanya asumsi bahwa apa yang mereka lihat merupakan gambaran terhadap kepribadian seseorang (Walther, 1996). Berdasarkan hasil penelitian pengguna ZEPETO dapat dengan bebas mengekspresifkan dirinya melalui avatar. Hal tersebut terjadi karena avatar bersifat anonim yang mana pengguna saling tidak mengetahui wujud asli mereka sehingga, mereka dapat dengan bebas memanipulasi penampilan mereka untuk mendapatkan persepsi positif orang lain melalui penampilan avatar tersebut yang kemudian mereka kembangkan untuk mewujudkan persepsi orang lain terhadap mereka (Vasalou et al., 2008). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hanika (2016), juga mengungkapkan bahwa individu dapat mempresentasikan dirinya secara verbal maupun nonverbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya serta dapat secara aktif menyesuaikan persepsi seseorang ketika dihadapkan dengan pemain lain (*coplayers*).

Menurut Stendal & Balandin (2015), avatar yang dibuat oleh pengguna di dunia maya merupakan salah satu bentuk representasi diri secara tiga dimensi yang menggambarkan pengguna sehingga mereka dapat dengan bebas mengontrol dengan cara apa pun yang mereka pilih. Dalam penelitian ini pengguna ZEPETO memanfaatkan fitur kostumasi yang ada untuk menciptakan ciri khas tersendiri pada avatarnya sesuai dengan selera masing-masing, dengan tujuan sebagai bentuk presentasi diri mereka sekaligus sebagai pembeda antara avatar satu dengan lainnya. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Febriani (2017), juga mengatakan bahwa fitur pembuatan avatar memberikan kebebasan bagi para pengguna untuk menciptakan karakter avatar sesuai dengan preferensi masing-masing. Berbeda dengan penelitian sebelumnya dimana opsi kostumasi telah disediakan oleh aplikasi sehingga

pengguna hanya dapat memilih melalui menu yang disediakan saja, sedangkan di ZEPETO pengguna dapat dengan bebas menciptakan ulang model dan bentuk wajah avatar mereka mulai dari bentuk wajah, mata, alis, hidung dan bibir sehingga pengguna dapat semakin bebas menciptakan avatar mereka sesuai dengan referensi yang mereka inginkan.

Dalam penelitian ini umpan balik yang diperoleh pengguna juga sangat mempengaruhi presentasi diri pengguna. Umpan balik yang diterima pengguna ZEPETO tidak hanya berupa like saja, tetapi juga berupa komentar dari teman yang responsif. Burrow & Rainone (2017), menemukan bahwa umpan balik yang positif di media sosial (dihitung dari jumlah like yang diterima) dapat meningkatkan penilaian individu bahwa dirinya mendapatkan penerimaan yang baik dari orang lain. Sama halnya dengan hasil penelitian ini dimana ketika pengguna memperoleh komentar berupa pujian mereka merasa senang karena telah diterima sesuai dengan ekspektasi atau harapannya. Namun berbeda ketika pengguna memperoleh komentar negatif maka mereka akan merespon secara negatif kembali. Pengguna ZEPETO akan berperilaku sesuai dengan bagaimana pengguna lain memperlakukan mereka. Hal ini sejalan dengan gagasan Walther (1996), yang mengatakan bahwa umpan balik dapat membuat seorang pengguna merasa diterima atau memiliki, akan tetapi umpan balik juga dapat memiliki konsekuensi negatif jika bersifat negatif.

4. PENUTUP

Dari keseluruhan hasil penelitian mengenai analisis presentasi diri secara *online* yang dilakukan oleh pengguna ZEPETO dapat disimpulkan bahwa proses presentasi diri bukanlah hal yang sederhana sebab proses presentasi dilakukan secara *online* dengan menggunakan avatar sebagai perwujudan fisik pengguna. Ditunjukkan melalui teori presentasi diri pengguna dapat menggunakan avatar untuk menciptakan identitas baru atau berbeda secara konsisten melalui pemilihan *outfit* pada avatar mereka serta pencantuman logo komunitas pada *nickname* untuk menunjukkan bahwa pengguna tersebut merupakan bagian dari komunitas tertentu.

Pengguna juga dapat menciptakan presentasi diri sesuai dengan diri fisik seseorang melalui proses pemanfaatan fitur kostumasi pengguna dapat menciptakan sendiri bentuk fisik avatar sesuai dengan imajinasi maupun terinspirasi dari idola mereka. Selain itu pengguna ZEPETO akan menciptakan presentasi diri berdasarkan konstruksi persepsi dari orang lain, hal ini menyebabkan munculnya keinginan untuk

dipandang positif oleh orang lain sehingga membuat pengguna berusaha untuk menciptakan kesan terbaik melalui avatar tersebut.

PERSANTUNAN

Puji syukur kepada Allah SWT telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih kepada semua informan yang sangat membantu peneliti dalam mencari informasi. Tak lupa juga saya berterimakasih sebesar-besarnya kepada Ibu Palupi selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan dan dukungan kepada peneliti selama mengerjakan skripsi. Ucapan terimakasih juga saya ucapkan kepada Bapak, Mama, dan kakak yang dengan tulus menyayangi, mendoakan dan menyemangati saya selama ini, serta teman-teman terdekat saya yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat selesai dikerjakan. Semoga kedepannya penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi kepada peneliti-peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthanti, J. T. (2015). Komunikasi Antarpribadi dalam pengembangan Hubungan di Dunia Maya (Studi deskriptif kualitatif pada user Game Online Audition Ayodance). *Sarjana Thesis*, 3(April), 49–58.
- Bailenson, J. N., & Beall, A. C. (2006). *Chapter 1 TRANSFORMED SOCIAL INTERACTION : EXPLORING THE DIGITAL PLASTICITY OF AVATARS*. 1–16. https://doi.org/10.1007/1-4020-3898-4_1
- Baker, S., Kelly, R. M., Waycott, J., Carrasco, R., Hoang, T., Batchelor, F., Ozanne, E., Dow, B., Warburton, J., & Vetere, F. (2019). Interrogating social virtual reality as a communication medium for older adults. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW). <https://doi.org/10.1145/3359251>
- Barker, R. (2008). *Communicatio : South African Journal for Communication Theory and Research Presentation of the virtual Beyond-self on cyber stage : Real , constructed , staged and / or masked ? November 2014, 37–41*. <https://doi.org/10.1080/02500160802456148>
- Berger, M., Jucker, A. H., & Locher, M. A. (2016). Interaction and space in the virtual world of Second Life. *Journal of Pragmatics*, 101, 83–100. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.05.009>

- Burrow, A. L., & Rainone, N. (2017). How many likes did I get?: Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232–236. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.09.005>
- Dimicco, J. M., & Millen, D. R. (2007). Identity management: Multiple presentations of self in facebook. *GROUP'07 - Proceedings of the 2007 International ACM Conference on Supporting Group Work*, 383–386. <https://doi.org/10.1145/1316624.1316682>
- Dita, D., & Bagus, A. P. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: sebuah studi kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 1(2), 53–60.
- Donovon, M., & Cokki, C. (2022). Pengaruh Kemenarikan Avatar, Kustomisasi Avatar terhadap Loyalitas Pemain Melalui Identifikasi Avatar dan Aliran. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 444. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18244>
- Farnham, S. D., & Churchill, E. F. (2011). Faceted identity, faceted lives: Social and technical issues with being yourself online. *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW, March*, 359–368. <https://doi.org/10.1145/1958824.1958880>
- Febriani, R. (2017). *Menjajaki “ Kehidupan Kedua ” Tak Semudah Kusangka : Cipta-Reka Virtual Life Melalui Aplikasi Avakin Life*. January. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12005.32481>
- Goffman, E. (1956). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. United States, Doubleday
- Gottschalk, S. (2010). The Presentation of Avatars in Second Life: Self and Interaction in Social Virtual Spaces. *Symbolic Interaction*, 33(4), 501–525. <https://doi.org/10.1525/si.2010.33.4.501>
- Han, J., Heo, J., & You, E. (2021). Analysis of metaverse platform as a new play culture: Focusing on roblox and ZEPETO. *CEUR Workshop Proceedings*, 3026(Computing4Human 2021), 27–36.
- Hanika, I. M. (2016). Self Presentation dalam Kehidupan Virtual. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(1), 93–108. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.601>
- Hardani, dkk. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif*. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April).

- Huh, S., & Williams, D. (2010). Dude Looks like a Lady: Gender Swapping in an Online Game. *Human-Computer Interaction*, October, 71–85. https://doi.org/10.1007/978-1-84882-825-4_13
- Jakobsson, M. (2002). *Rest in Peace, Bill the Bot: Death and Life in Virtual Worlds*. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0277-9_4
- Jande, L. V., & Ibrahim, N. A. (2020). The Presentation of Self and Identity Construction in Virtual World: A Case Study of Avakin Life. *LSP International Journal*, 7(2), 107–118. <https://doi.org/10.11113/lspi.v7.15271>
- Kafai, Y. B., Fields, D. A., & Cook, M. S. (2010). Your second selves: Player-designed avatars. *Games and Culture*, 5(1), 23–42. <https://doi.org/10.1177/1555412009351260>
- Kairam, S., Brzozowski, M. J., Huffaker, D., & Chi, E. H. (2012). Walking in circles : Selective Sharing in Google+. *Association for Computing Machinery*, 1065–1074. <https://doi.org/10.4324/9780367824464-1>
- Kang, H. S., & Yang, H. D. (2006). The visual characteristics of avatars in computer-mediated communication: Comparison of Internet Relay Chat and Instant Messenger as of 2003. *International Journal of Human Computer Studies*, 64(12), 1173–1183. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.07.003>
- Kumar, S., Chhugani, J., Kim, C., Kim, D., Nguyen, A., Dubey, P., Bienia, C., & Kim, Y. (2008). Second life and the new generation of virtual worlds. *Computer*, 41(9), 46–53. <https://doi.org/10.1109/MC.2008.398>
- Kusumo, E. (2004). Mental Synthesis Identitas dalam Second Life : Cyberghetto atau Cybertopia ? *Jurnal Lakon*, 1(2), 1–21.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). Qualitative Data Analysis. In *Practitioner Research and Professional Development in Education* (pp. 125–145). <https://doi.org/10.4135/9780857024510.d49>
- Morgan, H., O'donovan, A., Almeida, R., Lin, A., & Perry, Y. (2020). The role of the avatar in gaming for trans and gender diverse young people. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 1–11. <https://doi.org/10.3390/ijerph17228617>
- Mudiawati, R., Yusup, I. R., Mar'atus, S., Nur, S., & Nurhayati, S. (2020). Penggunaan Outfit Terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Pendidikan Semester 7. *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*, jilid 11, 84–88. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alqalb/article/view/1093/1044>

- Nowak, K. L., & Fox, J. (2018). Avatars and computer-mediated communication: A review of the definitions, uses, and effects of digital representations. *Review of Communication Research*, 6, 30–53. <https://doi.org/10.12840/issn.2255-4165.2018.06.01.015>
- Rahmah, T. R., Permatasari, N., & Pada, T. (2019). Hubungan Antara Self Presentation Pada Media Sosial Dan Pembentukan Identitas Diri Pada Remaja Akhir. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XII), Temilnas Xii*, 134–143.
- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan* (pp. 141–142).
- Simangunsong, B. A. (2017). Konstruksi Diri dan Pengelolaan Kesan pada Ruang Riil dan Ruang Virtual. *Jurnal ASPIKOM*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i1.6>
- Stendal, K., & Balandin, S. (2015). Virtual worlds for people with autism spectrum disorder: A case study in Second Life. *Disability and Rehabilitation*, 37(17), 1591–1598. <https://doi.org/10.3109/09638288.2015.1052577>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, 308.
- Sulistyorini, C. (2018). KONSTRUKSI IDENTITAS GAMERS LINE PLAY (Studi Semiotika Sosial tentang Konstruksi Identitas Diri dan Identitas Sosial Gamers Game Line Play). *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5.
- Vasalou, A., Joinson, A., Bänziger, T., Goldie, P., & Pitt, J. (2008). Avatars in social media: Balancing accuracy, playfulness and embodied messages. *International Journal of Human Computer Studies*, 66(11), 801–811. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2008.08.002>
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Winarti, S. (2022). KOMUNIKASI VIRTUAL PENGGUNA GAME ONLINE MOBILE LEGENDS HEREUY SQUAD. *Undergraduate Thesis, UIN RADEN INTAN LAMPUNG*.