

DRAMATURGI DIBALIK KEHIDUPAN *SOCIAL CLIMBER*

Alvita
Wiratri Anindhita¹

Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie,
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

ABSTRACT

Life is like a two parts of coins, which every part of life has a front stage and a back stage. This study purpose to know about how the front stage side of social climber; the back stage side of social climber; and how the experience as a social climber. This study uses dramaturgy theories. In dramaturgy study will be seen about the difference in actor's behavior while on the frontstage and backstage. Concepts that used in this research is social climber and social media. This research uses qualitative descriptive research method. Data collection through in depth interview with informant, non-participant observation, and literature study. Data analysis techniques in this research using data analysis techniques from Miles and Huberman. The result of this study, actually the three of informan were not came from rich family that have a high economic status. If they are in front stage side, they will show a very good performance, like wearing many branded things. But, if they are not in the front stage side, they will be preferring to do many things of homework, wearing a simple clothes, not wearing a branded product, and also do the activity like a normal student.

Key words: *dramaturgy, social climber, social media*

ABSTRAK

Kehidupan ini bagaikan dua sisi uang logam yang berbeda, dimana masing-masing kehidupan mempunyai panggung depan dan panggung belakang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kehidupan *social climber* di panggung depan (*front stage*) dalam studi dramaturgi, untuk mengetahui bagaimana kehidupan *social climber* di panggung belakang (*back stage*) dalam studi dramaturgi, dan untuk mengetahui bagaimana pengalaman hidup menjadi *social climber*. Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi. Pada studi dramaturgi akan dilihat mengenai perbedaan perilaku aktor tersebut saat berada di *front stage* dan *back stage*. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu konsep *social climber* dan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ketiga informan tersebut pada kehidupan nyatanya bukanlah orang yang berasal dari keluarga yang memiliki status ekonomi yang baik atau golongan menengah keatas. Jika mereka sedang di panggung depan, maka penampilan yang mereka tunjukkan kepada orang-orang disekitarnya adalah penampilan kelas atas yang melumuri dirinya dengan barang-barang mewah dan berkelas. Namun, jika ketiga orang informan ini tidak sedang berada di panggung depan, maka dalam kehidupan sehari-harinya mereka lebih sering mengerjakan pekerjaan rumah, berpenampilan apa adanya, tidak menggunakan barang mewah, dan juga menjalankan aktifitasnya sebagai seorang mahasiswa biasa.

Kata Kunci: *dramaturgi, social climber, media sosial.*

¹Alamat Kini: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350
Penulis untuk Korespondensi: Telp. (021) 65307062, e-mail: dhita@kwikkiangie.ac.id

PENDAHULUAN

Manusia dikenal sebagai makhluk sosial yang dalam kehidupannya selalu berinteraksi atau berhubungan dengan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun, saat ini sering terjadi fenomena dimana suatu pertemanan itu sering dikotak-kotakkan, seperti contoh kecilnya adalah orang yang berasal dari keluarga yang memiliki ekonomi menengah keatas seringkali memilih-milih pertemanan. Tapi, disatu sisi orang yang berasal dari keluarga yang memiliki ekonomi menengah kebawah pun juga membutuhkan orang lain untuk dijadikan teman atau relasi, serta mereka juga ingin diakui keberadaan dan status sosialnya. Maka dari itu, biasanya mereka yang berasal dari golongan menengah kebawah rela untuk melakukan apapun untuk mencapai keinginan dan kebutuhannya, terutama untuk kepentingan status sosialnya.

Gaya sosialita yang dilihat dari sisi kemewahannya inilah yang menyebabkan munculnya berbagai macam gaya kehidupan yang sangat mempengaruhi diri dan pola perilaku manusia. Perilaku manusia yang khususnya tinggal di kota metropolitan seperti Jakarta ini memiliki ketertarikan gaya hidup yang lebih mewah layaknya kehidupan seorang sosialita karena sering terpengaruh oleh faktor lingkungannya, misal seperti melihat kehidupan teman-teman sekelilingnya yang dibalut dengan kemewahan. Mereka akan mengubah gaya hidup mereka menjadi lebih baik dari keadaan kehidupannya semula mulai dari cara berpakaian, cara berbicara, cara berperilaku, cara mereka menempatkan diri, atau bahkan cara mereka berkomunikasi dalam suatu kelompok agar bisa diterima dimasyarakat luas demi menyandang status sosialnya.

Sering terjadi kesalahpahaman mempersepsikan makna dari sosialita tersebut. Dipikiran banyak orang, sosialita adalah seseorang yang memang memamerkan harta kekayaannya dan hidup serba mewah, namun yang terjadi tidaklah demikian. Pada kenyataannya kaum sosialita melakukan aktivitas

sosial, seperti menggalang dana atau melakukan kegiatan amal bagi orang-orang yang memang membutuhkan bantuan walaupun memang kehidupan pribadi dari sosialita tersebut pada dasarnya memiliki kehidupan yang mewah.

Kebanyakan orang-orang yang salah mempersepsikan arti kata sosialita ini ke dalam arti yang sebenarnya, dimana mereka masih berpatokan dengan kehidupan yang mewah tersebut. Banyak orang-orang zaman sekarang yang berusaha mencapai tingkat kemewahan tersebut dengan cara mengubah gaya hidupnya agar status sosial mereka diakui dan di pandang tinggi oleh orang lain yang berada dilingkungan sekitarnya. Mereka ingin menampilkan atau menunjukkan kepada teman-temannya tentang sisi kehidupannya yang mewah dengan semua penampilan dan gaya kehidupan mereka yang serba berkecukupan atau bahkan lebih dari cukup, namun disisi lain belum tentu apa yang berusaha mereka tampilkan didepan itu sama seperti yang ada dibelakang kehidupan aslinya, misalnya dari segi ekonomi. Fenomena inilah yang disebut dengan *social climber*.

Kehidupan ini bagaikan dua sisi uang logam yang berbeda, dimana masing-masing kehidupan mempunyai panggung depan dan panggung belakang. Panggung depan yang sering digambarkan oleh *social climber* adalah kehidupan yang serba mewah dengan berbagai macam tujuan yang ingin ia capai, salah satunya adalah status sosial yang tinggi. Namun, untuk panggung belakang dari *social climber* ini belum tentu dalam kehidupan sehari-harinya ia adalah orang yang memang benar-benar memiliki ekonomi yang cukup atau bahkan berlebih, bisa saja ia adalah seseorang yang hidup dalam kesederhanaan. Dari sinilah peneliti tertarik untuk melihat bagaimana kehidupan yang dilalui *social climber* sehari-hari.

Berdasarkan hal-hal di atas maka tujuan penelitian ini akan diarahkan dalam mengumpulkan informasi-informasi untuk mengetahui bagaimana kehidupan *social climber* di panggung depan (*front stage*) dalam studi dramaturgi, untuk mengetahui bagaimana kehidupan *social climber* di panggung belakang

(*back stage*) dalam studi dramaturgi, dan untuk mengetahui bagaimana pengalaman hidup menjadi *social climber*.

Teori yang kita gunakan untuk mengkaji permasalahan tersebut dan untuk melihat bagaimana kehidupan yang dilalui *social climber* adalah dengan menggunakan teori dramaturgi. Menurut Burke (dalam West dan Turner, 2008:27), Dramatisme membandingkan kehidupan dengan sebuah pertunjukan dan menyatakan bahwa, sebagaimana dalam sebuah karya teatrikal, kehidupan membutuhkan adanya seorang aktor, sebuah adegan, beberapa alat untuk terjadi adegan itu, dan sebuah tujuan. Penelitian ini juga akan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan peneliti diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Dramaturgi Dibalik Kehidupan Social Climber.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Dramaturgi

Erving Goffman adalah seorang sosiolog terkenal pada abad ke-20 yang menggambarkan kehidupan sebagai perumpamaan pentas pertunjukan drama (*theatrical*). Situasi atau *setting* dalam kehidupan sehari-hari dapat diumpamakan sebagai panggung pertunjukan dan manusia adalah para aktor yang menggunakan pertunjukan drama itu untuk memberikan kesan kepada para penonton, inilah yang disebut dengan dramaturgi. Jika kita sedang berada pada suatu situasi, maka sebenarnya kita sedang melakukan pertunjukan. Anda harus memutuskan bagaimana Anda menempatkan diri Anda, apa yang harus dikatakan dan bagaimana bertindak (Morissan, 2014: 122).

Menurut Goffman, orang yang terlibat dalam suatu percakapan tatap muka pada dasarnya menyajikan drama kepada lawan bicaranya. Mereka memilih karakter tertentu dan menunjukkan karakter itu pada situasi dan lawan bicara yang sesuai. Dalam hal ini, seseorang harus membuat daftar dari berbagai situasi di mana ia akan menyajikan bermacam karakter

berbeda yang dimilikinya. Karakter atau tingkah laku seorang pemuda tidak akan sama ketika ia berinteraksi dengan kawan akrabnya dengan saat ia berkomunikasi dengan orang tuanya di rumah. Begitu pula tingkah laku seorang mahasiswa akan berbeda ketika ia berhadapan dan berbicara dengan dosennya dibandingkan tingkah lakunya ketika menghadiri pesta ulang tahun temannya. Pada setiap situasi di mana Anda berada maka Anda akan memilih suatu peran atau karakter tertentu dan memainkannya (Morissan, 2014: 124).

Erving Goffman adalah tokoh yang paling berpengaruh dan paling menonjol dalam pendekatan teori dramaturgi. Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan di atas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Untuk memainkan peran sosial tersebut, biasanya sang aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu serta mengenakan atribut-atribut tertentu (Mulyana, 2013: 114).

Menurut Goffman kehidupan sosial mempunyai 2 bagian, yaitu:

a. *Front stage* (Panggung Depan)

Front stage adalah wilayah depan yang merujuk pada kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti sedang memainkan suatu peran di atas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton.

Goffman membagi *front stage* menjadi dua bagian, yaitu:

(1) *Setting* (Tata Ruang)

Setting mengacu pada pemandangan fisik yang biasanya harus ada di situ jika aktor memainkan perannya. Tanpa *setting*, aktor tidak dapat memainkan perannya. *Setting* menjadi tempat dimana aktor tersebut akan berperan.

(2) *Front personal* (Pribadi Depan)

Front personal yang terdiri dari berbagai macam barang perlengkapan yang bersifat menyatakan perasaan yang memperkenalkan penonton dengan aktor dan perlengkapan itu diharapkan penonton dipunyai oleh aktor.

Goffman membagi *front personal* menjadi 2, yaitu:

(a) Penampilan

Penampilan meliputi berbagai jenis barang yang digunakan oleh sang aktor yang akan mengenalkan status sosial aktor tersebut kepada penonton. Barang tersebut bisa merupakan seragam atau atribut lain seperti aksesoris atau barang bawaan lainnya yang secara tidak langsung merupakan komunikasi non-verbal aktor tersebut kepada penonton.

(b) Gaya

Gaya seorang aktor mengenalkan aktor tersebut kepada penonton, peran apa yang dimainkan oleh aktor tersebut dalam situasi tertentu. Umumnya penonton mengharapkan penampilan dan gaya yang saling bersesuaian.

b. *Back stage* (Panggung Belakang)

Back stage adalah wilayah belakang yang merujuk pada tempat pemain sandiwara bersantai dan peristiwa yang memungkinkan individu tersebut mempersiapkan perannya atau tempat berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan. Pada *back stage* akan bisa dilihat banyak hal-hal yang tidak bisa dilihat saat seorang aktor berada di *front stage*, bisa dikatakan bahwa *back stage* merupakan jati diri sebenarnya dari seorang aktor. Panggung belakang biasanya berbatasan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan, dan oleh karena itu, khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki panggung belakang, kecuali dalam keadaan darurat.

Goffman berpendapat bahwa umumnya orang-orang cenderung berusaha menyajikan diri mereka yang diidealisasikan dalam pertunjukan mereka di panggung depan, dan mereka merasa bahwa mereka harus menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukan mereka (Mulyana, 2013: 116).

Social Climber

Menurut Jayanti (2015: 5), *social climber* adalah hal yang dapat diusahakan untuk mendapatkan posisi yang lebih kuat dalam sebuah partisipasi baik secara individu maupun

kelompok. Konstruksi pemikiran mereka terbentuk karena setiap orang memiliki motif sosiogenis yang berarti bahwa karena adanya lingkungan sosial, muncul kebutuhan yang harus dipenuhi untuk dapat mempertahankan hubungan dengan orang lain dan lingkungan sosialnya. Berada di budaya yang baru bisa menjadi salah satu faktor yang mendorong seseorang atau kelompok untuk melakukan perubahan sosial. Kontak dengan kebudayaan luar di era globalisasi seperti saat ini menjadi salah satu alasan mengapa *social climber* membutuhkan gaya hidup yang lebih tinggi dibandingkan dengan individu atau kelompok lain.

Kehidupan dari *social climber* sangatlah berbeda dengan orang pada kebanyakannya. Mereka memiliki budaya tersendiri yang meliputi seluruh perangkat tata nilai dan perilaku mereka yang unik. Adanya keyakinan bahwa status sosial merupakan suatu pandangan yang bisa membuat mereka dikenal oleh orang lain sehingga cenderung mereka akan memiliki motivasi untuk mendapatkan status sosial yang lebih tinggi dan akan menjadi seseorang yang pemilih dalam hal pertemanan Jayanti (2015: 6).

Menurut Kadek (2017, diakses pada 21 November 2017), *Social climber* merupakan orang-orang yang selalu memamerkan barang-barang mewah yang dimilikinya melalui media sosial. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan status sosial yang tinggi dari orang lain dan juga agar terlihat di mata orang lain bahwa ia adalah orang yang kaya. Selain itu, *social climber* juga memiliki tujuan lain yaitu menjadi orang yang terkenal. Hal apapun rela dilakukan oleh *social climber* meskipun itu bukanlah kepribadian asli yang dimilikinya.

Para *social climber* cenderung untuk menggunakan barang-barang mewah mulai dari baju bermerek, tas bermerek, sepatu bermerek sampai aksesoris yang bermerek. Mereka tidak peduli apakah barang yang mereka gunakan asli atau palsu, satu hal yang paling terpenting adalah dipandang oleh orang lain sebagai seseorang yang memiliki status sosial yang tinggi.

Menurut Matali (2017, diakses pada 29 November 2017), terdapat 6 ciri-ciri yang

menandakan bahwa seseorang termasuk dalam kategori *social climber*. Ciri-ciri tersebut adalah selalu memposting liburan dan traveling mewah di media sosialnya, “Melumuri” seluruh tubuhnya dengan merek terkenal mulai dari kepala sampai ujung kaki, hanya mau menjadi teman ketika berada di “puncak”, memaksakan diri bertingkah laku elegan, menutup rapat-rapat informasi mengenai pribadi dirinya dari siapapun, dan berusaha meyakinkan orang lain bahwa ia merupakan pribadi yang mengagumkan dan mampu menginspirasi orang lain.

Social Media

Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi atau konten meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Cahyono, 2016, diakses pada 29 November 2017).

Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam Cahyono, 2016, diakses pada 29 November 2017), mereka mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.

Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam Cahyono, 2016, diakses pada 29 November 2017) terdapat enam jenis media sosial yaitu:

a. Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan user-nya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghilangkan konten-konten yang ada di *website* ini. Contohnya adalah Wikipedia.

b. Blog dan Microblog

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya

adalah twitter.

c. Konten

Para *user* dari pengguna website ini saling membagikan konten-konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lain-lain. Contohnya adalah youtube.

d. Situs Jejaring Sosial

Aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contohnya adalah facebook.

e. *Virtual Game World*

Dunia virtual dimana mereplikasikan lingkungan tiga dimensi, dimana *user* bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya adalah *game online*.

f. *Virtual Social World*

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *virtual social world* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya adalah *second life*.

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan judul penelitian ini, subjek dalam penelitian ini adalah individu-individu atau informan yang memiliki gaya kehidupan mewah, namun jika dilihat kesehariannya mereka hanyalah orang yang biasa-biasa saja. Peneliti mengambil individu-individu atau informan ini sebagai subjek penelitian karena mereka adalah individu-individu yang memiliki gaya kehidupan dan gaya pertemanan yang mewah serta barang-barang yang mereka gunakan lebih kepada barang-barang bermerek. Masing-masing dari setiap individu tersebut selalu melakukan persiapan dipanggung belakangnya sebelum pada akhirnya mereka masing-masing memainkan perannya sebagai *social climber* dipanggung depannya dalam kehidupan sehari-harinya.

Peneliti akan mengambil tiga orang informan yang akan peneliti jadikan sebagai

subjek dalam penelitian ini. Pemilihan tiga orang informan ini akan peneliti pertimbangkan dari berbagai faktor, misalnya seperti dari latar belakang keluarganya, barang-barang bermerek yang mereka gunakan, gaya hidup yang mewah, pertemanan yang mewah, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, identitas para informan dirahasiakan dan disamarkan terkait dengan menjaga hak privat seseorang.

Informan yang akan dijadikan oleh peneliti sebagai subjek penelitian adalah tiga orang yang dalam kehidupan sehari-harinya sebagai mahasiswa di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang memiliki karakteristik bersifat deskriptif. Menurut Kriyantono (2015: 56), riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mendalam-dalamnya melalui pengumpulan data mendalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau *sampling*-nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) dan bukan banyaknya (kuantitas) data.

Penelitian ini memiliki tipe deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif untuk mengetahui uraian mendalam mengenai masalah yang diteliti.

Kriyantono (2015: 69), menyatakan bahwa, tipe riset deskripsi kualitatif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi non-

partisipan. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*depth interview*). Menurut Kriyantono (2015: 102), wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Observasi non-partisipan merupakan metode observasi di mana periset hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut terjun melakukan aktivitas seperti yang dilakukan kelompok yang diriset, baik kehadirannya diketahui atau tidak (Kriyantono, 2015: 112).

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (Sugiyono, 2010: 91), mengatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing* atau *verification*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mewawancarai tiga orang informan. Ketiga informan ini dipilih peneliti berdasarkan kriteria yang telah peneliti tentukan, seperti berasal dari keluarga yang memiliki latar belakang ekonomi menengah kebawah, eksis atau sering mengunggah foto di akun sosial media Instagram, memiliki barang-barang bermerek baik asli ataupun tidak, dan sering mengunjungi tempat-tempat elit di Jakarta. Hal ini dilakukan oleh peneliti agar peneliti mengetahui secara lebih dalam dan mendapatkan informasi yang lengkap. Hasil yang peneliti temukan dalam penelitian dengan tiga orang informan ini adalah:

1. *Front Stage* (Panggung Depan)

Ketiga informan tersebut memiliki panggung depan yang sama, yaitu bergaya dan bertingkahtaku layaknya orang-orang yang memang memiliki kemampuan ekonomi menengah keatas sehingga dapat

dipandang tinggi oleh orang lain. Mereka dengan sengaja mengatur semua perilaku dan penampilan mereka sekaligus juga tempat-tempat yang sering mereka kunjungi agar terlihat mewah dan dapat dipandang oleh orang lain bahwa mereka memang bergaul dengan elegan dan memiliki status sosial yang tinggi.

a. *Setting*

Tempat yang mereka gunakan untuk biasanya berkumpul dan pergi jalan-jalan bersama teman sekelompoknya adalah tempat-tempat yang memang terkenal dengan golongan elit atau menengah keatas gunakan juga untuk hal-hal serupa. Mereka mengaku bahwa di Jakarta ini tempat-tempat yang hits yang mereka gunakan untuk bergaul adalah tempat-tempat yang berada di daerah Jakarta Utara dan Jakarta Pusat, contohnya seperti Pantai Indah Kapuk dan Mal Grand Indonesia yang memang mayoritas pengunjungnya adalah orang-orang yang memiliki golongan ekonomi menengah keatas. Kegiatan yang biasa mereka lakukan disana adalah sekedar jalan-jalan, nongkrong, makan, foto-foto, dan lain-lain yang tujuan akhirnya akan mereka unggah di akun media sosial Instagram mereka masing-masing agar orang lain yang melihatnya dapat memiliki persepsi bahwa memang benar pribadinya adalah orang yang memiliki latar belakang ekonomi menengah keatas dan akan selalu dipandang tinggi oleh orang lain.

b. *Front Personal*

Front personal yang terdiri dari berbagai macam barang perlengkapan yang bersifat menyatakan perasaan yang memperkenalkan penonton dengan aktor dan perlengkapan itu diharapkan penonton dipunyai oleh aktor.

Front personal dibagi menjadi dua bagian, yaitu penampilan dan gaya.

(1) Penampilan

Ketiga informan tersebut memiliki perbedaan dalam penampilan. Ada yang hanya lebih mengutamakan kepentingan penampilan pada wajah yang harus penuh dengan make up sehari-hari yang ia gunakan, ada yang memang hanya mementingkan penampilan pada bagian pakaian yang harus selalu tren disetiap harinya, dan bahkan ada juga yang mementingkan keduanya yaitu bagian pakaian dan make up yang harus selalu lengkap disetiap hari penampilannya. Namun, untuk halnya penampilan, walaupun mereka memang memiliki konsentrasi yang dominan pada tiap-tiap bagian penampilan mereka, tapi mereka memiliki tujuan yang sama dalam hal penampilan, yaitu agar apa yang mereka tampilkan dapat memberikan kesan bahwa mereka berasal dari orang-orang golongan menengah keatas. Barang-barang yang mereka gunakan pun juga adalah barang-barang yang bermerek. Walaupun tidak semuanya adalah barang yang asli, tapi mereka akan tetap mengejar dan membeli barang-barang dengan merek ternama yang terkenal dengan harga yang mahal dan kemewahannya. Bahkan bagi pecinta make up pun, mereka akan membeli make up dengan harga yang mahal sekalipun setelah diaplikasikan ke wajah mereka tidak ada orang yang mengetahui merek make up apa yang mereka gunakan. Mereka membeli dan menggunakan semua barang bermerek tersebut di seluruh tubuhnya dengan alasan agar mereka selalu dipandang tinggi oleh orang-orang disekitar mereka, termasuk teman-temannya.

(2) Gaya

Gaya juga diperlukan untuk mendukung mereka sebagai *social climber* yang ingin memiliki status sosial yang tinggi. Gaya yang mereka aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari adalah dengan menjaga tutur bicara dan perilaku. Mereka harus lebih terlihat lembut dan berwibawa dibandingkan orang-orang biasanya. Seperti yang mereka katakan juga bahwa ketika mereka sedang berkumpul, mereka akan lebih sering membicarakan barang-barang mewah, dan ketika mereka akan makan bersama, gaya yang mereka bawa akan lebih terkesan cantik dan mewah, misalnya seperti tren anak muda masa kini dengan ritual makan cantiknya. Selain itu ketika duduk pun juga menunjukkan wibawa seperti wanita elegan, sama halnya ketika sedang jalan di pusat perbelanjaan mewah, mereka akan membawa gaya diri mereka semewah mungkin agar dilayani dengan sebaik mungkin bak tamu kehormatan yang memiliki status sosial yang tinggi.

2. *Back Stage* (Panggung Belakang)

Back stage adalah wilayah belakang yang merujuk pada tempat pemain sandiwara bersantai dan peristiwa yang memungkinkan individu tersebut mempersiapkan perannya atau tempat berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan. Pada *back stage* akan bisa dilihat banyak hal-hal yang tidak bisa dilihat saat seorang aktor berada di *front stage*, bisa dikatakan bahwa *back stage* merupakan jati diri sebenarnya dari seorang aktor. Panggung belakang biasanya berbatasan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan, dan oleh karena itu, khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki panggung belakang,

kecuali dalam keadaan darurat.

Panggung belakang dari ketiga informan ini adalah sebagai mahasiswa yang memiliki kondisi ekonomi keluarga yang menengah kebawah. Ada yang hanya ibunya saja yang bekerja mencari nafkah untuk membiayai keluarganya, ada yang ayahnya hanya sebatas karyawan biasa sedangkan ibunya tidak bekerja lagi dan hanya menjadi ibu rumah tangga, dan ada juga yang ayah dan ibunya memiliki usaha kecil-kecilan toko klontong, namun penghasilannya masih tergolong kurang karena daya beli masyarakat sekitar yang menurun. Kehidupan asli yang mereka miliki tidak sama seperti kehidupan di panggung depan yang mereka jalani sebagai seorang *social climber*. Pada kehidupan asli mereka, mereka hanyalah seorang anak-anak biasa yang mendapatkan uang jajan pas-pasan untuk kebutuhan hidupnya sehari-hari mengingat latar belakang ketiga informan tersebut berasal dari keluarga yang biasa-biasa saja atau dapat dikatakan memiliki kondisi ekonomi menengah kebawah. Untuk mempersiapkan penampilan mereka dan untuk berteman dengan teman-teman mereka yang berasal dari kalangan menengah keatas, mereka berusaha mendapatkan barang-barang mewah dengan cara apapun, misalnya seperti memaksakan orang tua untuk membelikan, bohong kepada orang tua dalam hal penggunaan uang, meminjam uang atau barang mewah teman, atau bahkan jika memang sudah kepepet, mereka akan membeli barang-barang palsu yang mirip dengan aslinya dengan merek terkenal yang mereka inginkan. Kegiatan sehari-hari yang mereka lakukan jika tidak sedang dengan teman-teman mereka yang berasal dari kalangan atas, mereka hanya diam di rumah atau tempat kos dimana mereka tinggal dan hanya menggunakan pakaian seadanya, bahkan ada yang mengaku bahwa ia juga tidak sungkan untuk menggunakan pakaian yang robek jika sedang berada di rumah. Ada

juga informan yang bercerita bahwa jika memang sedang berada di kos, maka makanan yang ia makan hanyalah nasi bungkus. Hal ini sangat terbalik dengan keseharian yang menunjukkan bahwa ia adalah seseorang yang memiliki status sosial yang tinggi.

3. Pengalaman Hidup Menjadi *Social Climber*

Mereka terkesan memiliki pengalaman hidup yang menyenangkan dan puas menjadi *social climber*. Namun, hal yang terjadi sebenarnya bukanlah demikian, mereka mengatakan bahwa ada suka dan dukanya menjadi seorang *social climber*. Hal sukanya adalah keinginan dan kebutuhan mereka terpenuhi akan status sosial yang tinggi, selain itu mereka juga puas memiliki teman-teman dari kalangan menengah keatas yang bisa sedikit banyak menjamin kehidupan mereka dalam hal eksistensi dan status sosial. Selain itu ada juga kepuasan tersendiri karena memiliki banyak pengalaman menyenangkan yang biasa dilakukan oleh kelompok elit, misalnya jalan-jalan atau makan ditempat elit, kebutuhan konten media sosial terpenuhi dengan hal-hal yang diinginkan, dan lainnya. Tapi tak dapat dipungkiri oleh ketiga informan ini, bahwa disetiap pengorbanan yang mereka jalankan demi memiliki teman-teman dan status sosial yang tinggi juga terdapat duka atau kesulitannya. Mereka harus berbohong setiap harinya demi bisa diterima dalam kelompok pertemanan mereka sehari-hari. Mereka harus rela membeli barang mewah demi eksistensinya walaupun mereka tahu bahwa uang yang dikeluarkan untuk kebutuhan gaya hidup yang seperti itu sangatlah besar.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa ketiga informan tersebut termasuk dalam kategori *social climber*

jika dilihat dari kesehariannya. Mereka memiliki kehidupan bagaikan dua sisi uang logam yang berbeda, yaitu kehidupan di panggung depan yang bagaikan panggung tempat sandiwara menampilkan peran dalam suatu teater dan menjadi aktor yang siap memainkan perannya. Pada panggung depan ini, ketiga informan tersebut menampilkan perannya sebagai seorang *social climber*.

Social climber itu sendiri adalah orang yang memang dalam kehidupan aslinya memiliki kelas ekonomi menengah kebawah namun ingin bergaya hidup mewah agar dipandang memiliki status sosial yang tinggi. Sedangkan pada panggung belakangnya, mereka hanyalah seorang anak dari keluarga yang memiliki latar belakang ekonomi menengah kebawah dan hidup dalam keadaan yang sederhana. Ketiga informan ini terlihat sangat lelah dari kehidupan sebenarnya dan ingin memperbaiki keadaan pada dirinya bahwa mereka harus terlihat memiliki status sosial yang tinggi. Mereka ingin memiliki teman-teman dari kalangan menengah keatas yang juga dapat mendukung dirinya agar terlihat sebagai kelompok elit. Berbagai macam carapun dilakukan demi bisa bergabung dalam kelompok pertemanan yang elit tersebut demi mengejar status sosial yang tinggi dan tentunya eksistensi diri baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Cara-cara yang dilakukan antara lain, membeli barang-barang mewah baik yang asli maupun yang palsu dengan merek ternama, uang yang digunakan untuk keperluan membeli barang mewah dan makan saat berkumpul dengan teman-temannya seringkali didapatkan dari cara yang negatif, misalnya seperti pinjam uang kepada temannya dan berbohong kepada orang tua.

Penampilan yang mereka tunjukkan kepada orang-orang disekitarnya juga menunjukkan penampilan kelas atas yang melumuri dirinya dengan barang-barang mewah dan berkelas. Tak hanya itu saja, gaya yang mereka bawaan juga mendukung penampilan mereka agar lebih meyakinkan teman-temannya dan orang disekitarnya bahwa memang benar ia adalah orang kelas atas yang memiliki status sosial yang

tinggi. Gaya yang dilakukan untuk mendukung penampilan dan status sosialnya adalah seperti menjaga gesture, gaya bicara, bahasa yang digunakan, dan lain sebagainya.

Tempat yang sering mereka datang atau kunjungi untuk berkumpul dengan teman-temannya pun juga adalah tempat yang memang mayoritas dikunjungi oleh kaum elit atau kelas atas. Hal tersebut tentu dilakukan oleh para informan juga demi mendukung status sosialnya.

Ketiga informan tersebut pada kehidupan nyatanya bukanlah orang yang berasal dari keluarga yang memiliki status ekonomi yang baik atau golongan menengah keatas sehingga status sosial yang mereka miliki juga mengikuti status ekonomi yang mereka punya. Jika ketiga orang informan ini tidak sedang berada di panggung depan, maka dalam kehidupan sehari-harinya mereka lebih sering mengerjakan pekerjaan rumah, berpenampilan apa adanya, tidak menggunakan barang mewah, dan juga menjalankan aktifitasnya sebagai seorang mahasiswa biasa.

Pengalaman hidup mereka sebagai *social climber* memang terdiri dari suka dan duka. Sukanya karena mereka merasa puas bahwa keinginan dan kebutuhan mereka akan status sosial yang tinggi sudah tercapai, sedangkan dukanya adalah disaat mereka berusaha melakukan terus menerus hal-hal yang memang menjadi syarat agar mereka dapat diterima dilingkungan bermainnya dan tetap dipandang memiliki status sosial yang tinggi. Mereka harus rela berbohong menempuh berbagai cara demi bisa membeli barang mewah, memenuhi kebutuhan jalan-jalan dan makan bersama teman-teman kelompok elit mereka, dan sebagainya.

Menurut peneliti, hendaknya mereka tidak terobsesi menjadi orang yang selalu dipandang tinggi dan dihormati hanya karena status sosial, apalagi cara yang mereka tempuh untuk mendapatkan hal tersebut adalah hal-hal yang negatif yang memang terlalu dipaksakan. Lebih baik mereka menjadi orang-orang apa adanya karena bukan status sosial yang terpenting, namun perilaku yang membuat orang lain benar-benar menghargai kita.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Kriyantono, Rachmat (2015), *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Cetakan ke-5, Jakarta: Kencana.
- Morissan (2014), *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy (2013), *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cetakan kedelapan, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2010), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cetakan keenam, Bandung: Alfabeta.
- West, Richard dan Lynn H. Turner (2008), *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Terjemahan oleh Maria Natalia Damayanti Maer, Edisi 3, Jakarta: Salemba Humanika.

Sumber dari Internet:

- Matali 2017, 6 Ciri 'Social Climber' Orang Yang Pengen Terlihat Kaya di Medsos, Mata Liputan, diakses 29 November 2017, <http://mataliputan.net/2017/05/6-ciri-social-climber-orang-yang-pengen-terlihat-kaya-di-medsos.html>.
- Luxiana, Kadek Melda 2017, *Social Climber dan Ciri-Ciri Pengidapnya*, CNN Indonesia, diakses 21 November 2017, <https://student.cnnindonesia.com/inspirasi/20170806224128-454-232840/social-climber-dan-ciri-ciri-pengidapnya/>.

Jurnal:

- Cahyono, Anang Sugeng 2016 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia' *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung*, vol. 9, no. 1, diakses 29 November 2017, <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/view/79/73>.

Jayanti, Nadia Ayu 2015, 'Komunikasi Kelompok "*Social Climber*" Pada Kelompok Pergaulan di Surabaya Townsquare (Sutos)' *Jurnal E-Komunikasi*, vol. 3, no. 2, diakses 21 November 2017, <https://drive.google.com/file/d/0ByGtVhF1s0pwbThXT0FhanV6X2M/view>.