

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Membahas seputar pendaki gunung perempuan dan komunitas *Mountainigers* di media sosial *Instagram*, tidak dapat terlepas dari selebriti *Instagram* pendaki gunung. *Instagram* memiliki peranan penting dalam mendukung eksistensi komunitas *Mountainigers*. Hal ini dikarenakan komunitas *Mountainigers* terbentuk melalui komunikasi antar pengguna *Instagram* pendaki gunung yang memiliki visi, misi dan identitas *online* yang sama sebagai seorang selebgram.

Adapaun salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai identitas *online* pendaki gunung perempuan komunitas *Mountainigers* adalah melalui penelusuran secara *online* foto-foto yang mereka unggah di media sosial *Instagram*. Hal ini dikarenakan untuk menunjukkan bagaimana mereka memiliki kekuasaan penuh untuk membentuk identitas *online* diri mereka sendiri. Sehingga menyebabkan adanya persoalan mengenai perbedaan identitas *online* dan *offline* atas identitas pendaki gunung komunitas *Mountainigers* tersebut. Atas dasar kegunaan dan pemanfaatan *Instagram* inilah peneliti kemudian menemukan bagaimana ketiga informan pendaki gunung komunitas *Mountainigers* dalam penelitian ini

membentuk identitas *online*-nya sendiri dalam akun-akun pribadi milik mereka.

Berdasarkan hasil analisis semua data foto maupun teks yang terkumpul dengan menggunakan metode etnografi komunikasi dan analisis deskriptif, peneliti menyimpulkan beberapa hal. *Pertama*, identitas ketiga informan pendaki gunung perempuan komunitas *Mountainigers* sangat beragam. Pembentukan identitas inilah yang kemudian memperlihatkan bagaimana masyarakat saat ini memiliki kekuasaan tersendiri dalam membentuk dan memanipulasi identitas diri di dunia *online*.

Kedua, peneliti juga menyimpulkan bagaimana tombol *follow* dan *likes* yang ada di *Instagram* menjadi sebuah barang bernilai tinggi di dunia *offline* yang memunculkan sebuah profesi baru, yaitu sebagai seorang selebriti *Instagram*. Ketiga informan dalam penelitian ini memanfaatkan kekuatan dan dampak yang dihasilkan oleh media sosial *Instagram* yang tak jarang menguntungkan dari sisi ekonomi. Sehingga memunculkan sekelompok masyarakat *oportunis* yang memanfaatkan kesempatan yang dapat menguntungkan kepentingan diri maupun kelompok. *Ketiga*, kehadiran *Instagram* juga memunculkan fenomena baru, yaitu fenomena *Social Climber*. Bagaimana masyarakat saat ini, termasuk ketiga informan sangat mengagungkan status sosial seseorang. Hal ini dapat terlihat dari upaya-upaya *impression management* (pengelolaan kesan) pembentukan identitas ketiga informan dalam melakukan *upward class-passing* untuk dapat merubah status kelas menjadi seorang selebriti. Walaupun tak jarang

identitas tersebut bersifat semu, kemudahan membentuk dan memanipulasi identitas diri di media *online Instagram* menjadi solusi untuk memangkas ataupun jalan potong yang mempermudah para *social climber* untuk melakukan *upward class-passing*.

Sehingga, berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa identitas *online* dan *offline* ketiga informan pendaki gunung perempuan komunitas *Mountainigers* ini tidak hanya sekedar pembahasan seputar perbedaan identitas yang ada secara *online* maupun *offline* yang ditampilkan. Namun juga memperlihatkan bahwa bagaimana kemudahan pengguna dalam memanipulasi identitas di media *online* sehingga memunculkan fenomena *social climber* dan melahirkan sekelompok masyarakat yang oportunis.

B. Saran

Dikarenakan adanya keterbatasan dalam metode penelitian ini yang hanya berfokus untuk memperhatikan pola-pola komunikasi yang ada di dalam suatu komunitas, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat lebih disempurnakan di kemudian hari dengan metode lain. Dan mungkin untuk kedepannya, penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan pemilihan subjek dengan bidang kategori selebriti yang berbeda, seperti *fashion blogger, make up blogger* dan lain sebagainya.