

ANALISIS *SELF-PRESENTING* DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN PADA TAMPILAN INSTAGRAM MAHASISWA

Luky Amelia & Saiful Amin

Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
Amelialuky74@gmail.com, amin.geo87@pips.uin-malang.ac.id

ABSTRACT

This study aims to (1) determine student efforts in self-presentation. (2) Knowing the reasons why students of social science education at the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang presented themselves based on dramaturgy theory in the Instagram display. This study uses a qualitative research method with a dramaturgical approach. The research sample amounted to 3 students majoring in Social Studies Education at UIN Malang. Data were collected using interview, observation, and documentation techniques. Data analysis was carried out using descriptive analysis. The results of the study show that (1) the reason why students majoring in Social Studies Education at UIN Malang is because actors want to be seen as ideal figures in front of their followers. (2) The students then made efforts to support his role as the figure he presented on Instagram. Such as editing photos or videos that will be uploaded, visiting viral places, to maintaining attitudes and behavior in front of the camera. Based on this research, it can be concluded that the activities carried out by students can be analyzed using dramaturgy theory. Instagram is a front stage where students present themselves. Meanwhile, performance support activities, where actors practice roles, make efforts to support their performances, and become themselves are referred to as back stages.

Keywords: Self-Presenting; Dramaturgi Erving Goffman; Instagram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui upaya mahasiswa dalam melakukan presentasi diri. (2) Mengetahui alasan mahasiswa pendidikan ilmu pengetahuan sosial Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang mempresentasikan diri berdasarkan teori dramaturgi dalam tampilan instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan dramaturgi. Subyek penelitian berjumlah 3 mahasiswa jurusan Pendidikan IPS UIN Malang. Pengambilan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) alasan mahasiswa jurusan Pendidikan IPS UIN Malang adalah karena aktor ingin dipandang sebagai sosok yang ideal dihadapan *followersnya*. (2) Para mahasiswa kemudian melakukan upaya-upaya untuk mendukung perannya sebagai sosok yang ia presentasikan di instagram. Seperti melakukan editing pada foto atau video yang akan diunggah, mengunjungi tempat-tempat viral, hingga menjaga sikap dan perilaku di depan kamera. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan

yang dilakukan oleh mahasiswa dapat dianalisis menggunakan teori dramaturgi. Instagram merupakan panggung depan (*front stage*) tempat mahasiswa mempresentasikan diri. Sedangkan kegiatan pendukung penampilan, tempat aktor berlatih peran, melakukan usaha-usaha untuk mendukung penampilannya, serta menjadi diri sendiri disebut sebagai panggung belakang (*back stage*).

Kata-Kata Kunci: *Self-presenting*; Dramaturgi; Instagram

PENDAHULUAN

Di era 4.0 menuju 5.0 teknologi yang diciptakan semakin mutakhir. Berbagai teknologi dikembangkan guna mempermudah dan memenuhi kebutuhan manusia. Termasuk dalam sistem informasi dan komunikasi. Komunikasi merupakan sarana interaksi antar manusia. Komunikasi berbasis internet, memungkinkan manusia untuk bertukar informasi dengan manusia lain, mengakses berbagai informasi yang terdapat di internet, mengunggah berbagai hal menarik seperti tulisan, foto, video dan sebagainya. Pada perkembangan sebelumnya masyarakat berkomunikasi menggunakan *email* sebagai sarana komunikasi berbasis internet. Namun belakangan intensitas penggunaan *email* pada masyarakat cenderung turun. Berdasarkan data hasil riset yang dilakukan Compete Pulse, menyatakan tingkat bahwa pertumbuhan pengguna email berbasis website secara keseluruhan turun kurang lebih 11% dari tahun ke tahun (Detiknet, 2011). Hal ini dikarenakan adanya inovasi baru dalam bidang teknologi komunikasi yang disebut media sosial. Inovasi hadir untuk memperbaiki atau menambah fungsi teknologi yang sudah ada.

Antusiasme masyarakat terhadap munculnya media sosial terbilang tinggi. Ini dikarenakan media sosial memberikan ruang yang luas bagi masyarakat agar dapat berkomunikasi dengan berbagai fitur yang ditawarkan. Mulai dari *chatting*, panggilan suara, *video call*, saling berbagi foto dan video, hingga ajang promosi (Indika & Jovita, 2017). Hal ini ditunjang pula dengan penggunaannya yang mudah, sehingga masyarakat dari bermacam golongan serta umur bisa menggunakan media sosial.

Media sosial yang dikenal masyarakat luas di seluruh dunia antara lain *Youtube*, *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok*, *Line*, *Reddit* dan sebagainya. Instagram ialah salah satu media sosial yang sangat digemari masyarakat dunia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Statista (Statista, 2022), Indonesia menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna instagram terbanyak di dunia. Total pengguna instagram di Indonesia hingga Januari 2022 sebanyak 99,15 juta pengguna aktif. Sebagian besar penggunaannya adalah masyarakat dengan golongan usia antara 18-24 tahun, yakni sebesar 36,4%. Instagram sendiri menempati peringkat ketiga sebagai forum media sosial yang kerap digunakan sesudah YouTube serta WhatsApp. Penggunaannya yang cukup mudah dan fitur yang lengkap menjadikan instagram sebagai media sosial paket komplit. Dalam instagram kita dapat mengunggah baik gambar maupun video, berkirim pesan, dan melakukan *video call*. Tujuan dari instagram adalah sebagai sarana untuk mempublikasikan kegiatan yang sedang dilakukan, bisa juga lokasi dimana kita berada, baik dalam bentuk foto maupun video. Untuk mempublikasikan atau membagikan foto dan video, instagram memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Fitur-fitur tersebut antara lain *Instastory*, unggahan pada *feeds* instagram, siaran langsung, Instagram TV, dan Reels.

Di kalangan remaja media sosial hampir setiap saat digunakan. Mereka seolah ingin selalu mengabadikan dan tidak mau melewatkan setiap momen yang terjadi dalam kondisi

dan situasi apapun. Unggahan yang mereka lakukan dalam media sosial, dalam hal ini instagram, dimaksudkan untuk mendapatkan perhatian, mempresentasikan diri, menunjukkan hobi, membagikan pengalaman, menambah relasi dan berbagai alasan lain yang mendasari para remaja untuk mengunggah foto atau video mereka pada media sosial instagram.

Dampak positif dari adanya instagram adalah pengguna dapat bebas berekspresi, mengemukakan pemikiran, menumbuhkan jiwa kreatif dan sebagainya. Dampak buruknya adalah karena setiap pengguna ingin mempresentasikan diri sebaik mungkin pada tampilan instagram mereka, maka banyak dari pengguna instagram yang mengunggah koleksi barang mewah, berfoto dengan *style outfit of the day* menggunakan barang *branded*, menongkrong di tempat elite dan sebagainya. Dimana akhirnya terbentuk sebuah budaya baru yang bersifat negatif yaitu *riya'* atau pamer, serta budaya narsisme dimana pengguna menunjukkan eksistensinya di dunia maya. Banyak pengguna yang melakukan hal tersebut dengan tujuan ingin mendapatkan pujian, ribuan *like*, dan komentar dari pengikutnya di instagram (Agianto et al., 2020).

Bagi peneliti, fenomena penggunaan instagram di kalangan mahasiswa PIPS UIN Malang tersebut menarik untuk diteliti dengan dikaitkan dengan teori sosiologi dramaturgi milik Erving Goffman. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui upaya mahasiswa dalam melakukan presentasi diri 2) mengetahui alasan mahasiswa pendidikan ilmu pengetahuan sosial Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang mempresentasikan diri berdasarkan teori dramaturgi dalam tampilan instagram.

KAJIAN LITERATUR

Self-presenting

Self presenting merupakan sebuah proses dimana seseorang membangun citra diri dihadapan orang lain tentangnya. Seseorang akan dengan sengaja melakukan strategi tertentu agar dapat membangun kesan dan pengalaman diri pada orang lain. berdasarkan pemikiran Goffman, ekspresi diri merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk mengidentifikasi suatu situasi dan identitas sosial. Tujuannya adalah untuk memberikan pengaruh terhadap interaksi baik yang sesuai maupun tidak dengan keadaan yang ada (Goffman, 1995). Taylor, Pepperland, dan Sears mengemukakan bahwa ekspresi diri merupakan proses mengatur hubungan (Taylor et al., 2009). Sedangkan Byrnedan Baron berasumsi bahwa seseorang secara naluriah akan membentuk ekspresi diri yang baik, tujuannya adalah untuk menciptakan kesan yang menyenangkan pada satu orang atau lebih dalam berbagai situasi (Baron & Byine, 2004).

Goffman dalam bukunya yang berjudul *the presentation of self in everyday life*, mengemukakan bahwa manusia merupakan seorang aktor dalam panggung kehidupan, setting latar yang hendak diperlihatkan telah diatur sendiri oleh manusia itu, oleh karenanya dalam kehidupan panggungnya manusia akan menunjukkan ekspresi jati diri yang sebenarnya (Goffman, 1995). Maka dari itu interaksi sosial yang terjadi pada panggung depan setiap aktor memiliki strategi masing-masing dengan tujuan untuk menyampaikan kesan yang baik kepada audiensinya dengan berbagai cara supaya nampak baik serta sempurna dihadapan orang lain (Feldman, 1995). Bagi Goffman, *self presentattion* memudahkan kita untuk memperoleh apa yang kita inginkan serta membantu kita dalam membentuk citra diri agar sesuai dengan keinginan kita (Goffman, 1995).

Strategi yang dilakukan dalam menampilkan kesan atau presentasi diri tentu terdiri dari berbagai komponen, Goffman membagi komponen tersebut menjadi beberapa bagian. Pertama adalah performa (*performance*), merupakan kumpulan aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kesan tentang diri aktor atau suasana yang sedang berlangsung. Kedua adalah panggung (*setting*) merupakan seperangkat peralatan yang akan digunakan untuk memberikan kesan. Ketiga adalah penampilan (*appearance*), merupakan sesuatu pada pertunjukan arifaktual yang menunjang peran, pekerjaan, umur, prinsip individu, serta tingkah laku (*manner*) yang merujuk pada perilaku individu tersebut (Goffman, 1995).

Dramaturgi

Dramaturgi merupakan sebuah teori yang dikemukakan oleh sosiolog interaksi-simbolik Erving Goffman. Peneliti tertarik untuk menggunakan teori dramaturgi karena dinilai berkaitan erat dengan fenomena media sosial khususnya instagram, tentang bagaimana seseorang menggambarkan atau mencitrakan diri di dunia maya.

Pada teori ini, Goffman menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat ibarat sebuah pentas drama atau seni teater yang ditampilkan diatas panggung. Teori dramaturgi menjelaskan ketidakstabilan identitas manusia yang merupakan bagian dari kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia dapat berganti-ganti secara drastis tergantung situasi dan lawan interaksinya. Disinilah letak inti dari teori ini, yakni bagaimana manusia dapat mengendalikan interaksi yang terjadi (Ulfah et al., 2016).

Pada pertunjukan biasanya terdapat aktor-aktor yang memainkan berbagai peran, setting latar kejadian, juga alur atau jalan cerita yang akan dimainkan. Maka dalam kehidupan nyata pun demikian, manusia adalah aktor yang memainkan berbagai peran tergantung jalan cerita dan settingnya dihadapan audiens.

Teori dramaturgi tidak berfokus pada apa yang dilakukan seseorang, apa yang ingin dilakukan, maupun mengapa hal tersebut dilakukan, melainkan berfokus pada bagaimana cara mereka melakukannya. Bersumber pada pemikiran Kennety Burke, pemahaman tentang perilaku seseorang hendaknya berdasarkan pada tindakan yang dilakukan. Dramaturgi menitikberatkan dimensi ekspresif/impresif dalam kegiatan berperilaku yang dilakukan oleh manusia. Hal ini berarti dalam setiap aktivitas tindakan yang dilakukan oleh manusia, didalamnya terdapat cara mereka untuk mengekspresikan diri atau mengungkapkan apa yang sedang dirasakannya ketika berinteraksi dengan lawan yang ekspresif (Mulyana, 2003).

Akibat perilakunya yang ekspresif, manusia menjadi bersifat dramatik. Manusia akan mampu bernegosiasi dengan orang lain yang juga ekspresif tentang sebuah makna. Maka tindakan manusia yang demikian tidak dinilai sebagai konsekuensi dari adanya pengaruh yang datang dari luar, melainkan sebagai tuan dari nasibnya sendiri.

Inti dari teori dramaturgi milik Goffman adalah pandangan bahwa ketika seseorang melakukan interaksi dengan orang lain, ia ingin menumbuhkan dan mengelola citra dirinya yakni membangun citra dan mengelola kesan pada audiens.

Dalam pemikiran Goffman, diri bukanlah milik aktor tetapi sebagai interaksi dramatis antara aktor dan audiensi. Diri adalah pengaruh dramatis yang muncul dari suasana yang ditampilkan. Karena diri adalah interaksi dramatis, maka mudah terganggu selama penampilannya (Ritzer, 2014).

Pendekatan dramaturgi Goffman mengikuti analogi teatral, dimana di dalamnya meliputi:

1. Panggung Depan (*Front Stage*)

Bagian ini merupakan bagian dari sebuah pertunjukan yang menggambarkan situasi yang sedang disaksikan oleh audiens (Ritzer, 2014). Panggung depan yang dimaksud dalam penelitian ini ialah kehidupan media sosial di kalangan mahasiswa khususnya instagram. Sebagai pengguna instagram, para mahasiswa memainkan peran tertentu sesuai dengan tujuannya. Seperti meningkatkan status sosialnya dan mendapatkan perhatian dari audiensnya di Instagram atau yang biasa dikenal dengan *followers*.

Instagram adalah media sosial yang cocok untuk dijadikan panggung depan. Pengguna Instagram sangatlah beragam mulai dari usia muda hingga tua dari berbagai kalangan dan status sosial. Hal ini membuat karakter yang sedang diperankan oleh mahasiswa (aktor) dengan mudah dapat ditonton oleh semua pengguna Instagram di seluruh penjuru dunia. Maka, aktor akan memiliki keleluasaan dan lebih mudah untuk membangun citra di dunia maya.

2. Panggung Belakang (*Back Stage*)

Panggung belakang merupakan bagian belakang layar dimana aktor melakukan berbagai persiapan, latihan, beristirahat, dan kegiatan lain yang biasa dilakukan oleh aktor untuk mendukung peran yang dimainkan diatas pentas (Ritzer, 2014). Dalam penelitian ini, panggung belakang yang dimaksud adalah dimana dan bagaimana mahasiswa berupaya untuk menunjang karakter yang akan diperankan dihadapan audiens atau panggung depan.

Media Sosial

Media sosial merupakan instrumen yang digunakan untuk berkomunikasi, berbagi informasi antar pengguna (*to be shared one to one*), serta sebagai sarana informasi publik untuk membagikan informasi kepada seluruh pengguna tanpa ada kekhususan individu (Nasrullah, 2015). Media sosial hadir dengan tujuan untuk memudahkan interaksi antar manusia tanpa harus bertemu langsung secara fisik. Media sosial juga mempermudah untuk mengenal orang lain dalam dunia maya tanpa harus bertatap muka. Kita dapat mengenal seseorang dari apa yang mereka publish dalam sosial medianya. Pengguna media sosial seringkali membagikan cerita dalam bentuk tulisan, foto maupun video. Hal yang paling sering dipublish oleh pengguna adalah swafoto atau *selfie* dengan berbagai macam ekspresi dan pose. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengguna instagram lain sehingga mendapatkan *like* atau *love* serta komentar yang banyak pada akun instagram pengunggah. Semakin sering pengguna melakukan hal-hal tersebut, pengguna akan semakin eksis di media sosial, khususnya Instagram. Tak jarang pula media sosial digunakan sebagai sarana untuk memberika 'kode' pada seseorang yang disukai maupun menyindir seseorang yang tidak disukai.

Crowdtap, *Ipsos MediaCT*, dan *The Wall Street Journal* mempublikasikan sebuah hasil riset yang dilakukan pada 2014 dimana pada riset ini melibatkan responden sebanyak 839 yang mencakup orang-orang yang berusia 16 sampai 36 tahun. Riset ini memaparkan banyaknya waktu yang dihabiskan masyarakat untuk mengakses internet dan media sosial lebih tinggi dibandingkan dengan aktivitas masyarakat untuk mengakses media tradisional, yakni mencapai 6 jam 46 menit per hari (Nasrullah, 2015). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masyarakat masa kini lebih gemar memanfaatkan media sosial yang adapada gawai mereka ketimbang menggunakan media tradisional seperti majalah atau koran. Seperti yang sering kita jumpai disekeliling kita, orang akan betah berlama-lama memainkan *smartphone*

yang ada digenggamannya. Entah melihat video di Youtube, Instagram, membaca kabar yang sedang trending di Twitter, dan lain sebagainya.

Instagram

Instagram adalah sebuah platform media sosial yang menyediakan fasilitas bagi para penggunanya untuk mengambil gambar dan video, mengaplikasikan filter digital, kemudian mempublikasikannya pada akun instagram mereka. Meskipun instagram identik dengan layanan berbagi foto dan video, kegunaan lain dari instagram yang tak kalah penting adalah sebagai jejaring sosial (Atmoko, 2012). Atmoko menguraikan kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengguna instagram, antara lain:

1. *Follow* (Mengikuti)

Merupakan suatu aktivitas untuk berteman/mengikuti pengguna instagram lain. Dengan demikian pengguna instagram dapat mengetahui unggahan terbaru baik *story* maupun *postingan* orang yang mereka ikuti. Selain karena teman atau kerabat, pengguna instagram biasanya juga mengikuti pengguna instagram lain meskipun tidak dikenalnya dalam dunia nyata yang dirasa menarik.

2. *Like/Love*

Merupakan suatu aktivitas untuk memberikan apresiasi kepada pengguna lain yang telah mempublikasikan gambar atau video. Para pengguna instagram berlomba-lomba mengunggah gambar, foto, ataupun video semenarik mungkin untuk mendapatkan *like* dan komentar sebanyak mungkin.

3. *Comment* (Komentar)

Merupakan aktivitas memberikan tanggapan pada unggahan pengguna lain. Aktivitas ini dapat dikatakan lebih ekspresif dalam menunjukkan baik apresiasi maupun kritikan kepada pengunggah.

4. *Mention*

Merupakan aktivitas untuk menyebut pengguna lain dalam unggahan baik *story* maupun *postingan*. Bisa juga dalam *comment section* pada unggahan seseorang maupun media publik.

5. *Message*

Merupakan aktivitas untuk menyebut pengguna lain dalam unggahan baik *story* maupun *postingan*. Bisa juga dalam *comment section* pada unggahan seseorang maupun media publik. terhubung yang dapat mengetahui pesan tersebut. Pesan yang disampaikan dapat berbentuk bahasa verbal, foto, maupun video.

Seiring berjalannya waktu, instagram kemudian menambahkan banyak fitur baru yang lebih memanjakan penggunanya. Berikut adalah fitur baru pada instagram :

1. *Instastory*

Instastory termasuk fitur baru yang dimunculkan oleh instagram sekitar akhir tahun 2016. Dengan adanya fitur ini, kita dipersilahkan untuk mengunggah foto atau video apapun yang secara otomatis akan hilang dalam 24 jam.

2. Filter Foto

Awal kemunculan dari fitur ini, instagram hanya menyediakan 15 filter foto yang dapat digunakan oleh pengguna untuk menyunting dan mempercantik tampilan foto yang hendak diunggah.

3. *Live*

Fitur ini hampir sama dengan instastory. Bedanya, dalam fitur ini pengguna dapat membagikan secara langsung kegiatan yang sedang dilakukan kepada para pengikutnya.

4. *Reels*

Merupakan fitur yang paling baru di Instagram. Reels memungkinkan pengguna untuk merekam sekaligus menyuntingnya. Sepintas, fitur ini mirip sekali dengan media sosial Tiktok. Keduanya merupakan kumpulan-kumpulan dari video pendek.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti memilih metode penelitian kualitatif dengan pendekatan dramaturgi. Menurut Bogdan dan Guba (dalam Suharsaputra, 2012) penelitian kualitatif (*naturalistic inquiry*) adalah sebuah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tentang orang-orang dan perilaku orang yang diamati. Hasil dari pengamatan yang telah dilakukan kemudian disajikan dalam bentuk kata-kata secara tertulis maupun lisan. Sependapat dengan Bogdan serta Guba, menurut Kirk dan Miller (Suharsaputra, 2012) penelitian kualitatif adalah sebuah kebiasaan atau tradisi pada bidang ilmu pengetahuan sosial yang menyatakan tentang keabsahan atas suatu pengamatan yang dilakukan pada manusia. Pengamatan tersebut melahirkan kata atau kalimat yang diungkapkan menggunakan bahasa manusia yang diamati.

Penelitian ini didasarkan pada teori *self-presenting* dalam teori sosiologi dramaturgi milik Erving Goffman. Sehingga pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan dramaturgi. Seperti yang dikemukakan oleh Goffman bahwa dramaturgi adalah sandiwara dalam kehidupan yang disajikan oleh manusia. Pendekatan dramaturgi berkaca pada analogi tetralik dimana dalam sebuah panggung pertunjukan ada 2 bagian yakni *front stage* dan *back stage*. *Front stage* mencakup setting, dan personal front. Sedangkan bagian *back stage* adalah *self*, yakni segala bagian yang sengaja disembunyikan oleh aktor untuk mendukung keberhasilan penampilan presentasi diri aktor di bagian *front stage*. Pada penelitian ini akan diungkapkan bagaimana aktor berperan dalam *front stage* dan *back stage* dalam tampilan instagramnya.

Lokasi penelitian ini bertempat di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Subyek penelitian adalah 3 orang mahasiswa jurusan pendidikan IPS. Peneliti memilih ketiga subyek tersebut karena peneliti juga sedang menempuh pendidikan di kampus dan jurusan yang sama dengan yang diteliti, maka peneliti banyak mengenal mahasiswa yang nantinya akan menjadi objek penelitian. Dengan demikian, harapan peneliti adalah lebih mudah dan akurat dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini menggunakan 3 teknik yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan teknik analisis data seperti yang diutarakan oleh Miles dan Huberman, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL

Alasan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Melakukan Presentasi Diri Berdasarkan Teori Dramaturgi pada Tampilan Instagram

1. *Front Stage* (Panggung Depan)

Front stage atau panggung depan adalah bagian tampilan dalam sebuah drama yang penuh dengan settingan. Tempat dimana aktor menampilkan konsep ideal yang sesuai dengan harapan khalayak melalui penampilan dan gaya yang ada. Sebagai seorang pengguna instagram, mahasiswa tentu memiliki peran dan status yang telah *disetting* sedemikian rupa di panggung depan yang harus selalu dijaga dan dikelola agar sesuai dengan harapan dan nilai yang berlaku dalam masyarakat. Beberapa komponen yang dikelola di panggung depan seseorang dapat dilihat dari segi penampilan, sikap, dan perilakunya.

Tampilan instagram adalah panggung depan bagi informan. Dimana informan akan berperan sesuai dengan kesan yang ingin mereka sampaikan pada *followers* instagram. Awalnya instagram merupakan sarana berkomunikasi dan berbagi. Namun seiring berkembangnya berbagai fitur menariknya, kini instagram berubah menjadi panggung atau media bagi orang-orang untuk melakukan pencitraan atau dalam hal ini disebut *self-presenting*. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, peneliti menemukan fakta bahwa hampir seluruh mahasiswa di UIN Malang memiliki akun instagram khususnya mahasiswa PIPS. Bahkan instagram merupakan aplikasi wajib yang setiap hari harus digunakan. Bagi sebagian orang, instagram sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka.

Instagram menyediakan banyak fitur yang dapat dinikmati oleh para penggunanya, seperti membagikan aktifitas atau kegiatan yang sedang dilakukan kepada teman atau *followers*nya. Begitu juga yang dilakukan oleh mahasiswa PIPS UIN Malang sebagai pengguna aktif instagram, mereka kerap membagikan kesehariannya pada laman instagram mereka kepada para *followers*nya. *Follower* instagram bisa saja merupakan orang yang sudah kita kenal sebelumnya di dunia nyata, orang yang hanya kita kenal di dunia maya, maupun orang yang tidak dikenal sekalipun atau orang asing yang mengikuti akun instagram kita.

Banyaknya *followers* dianggap penting oleh mahasiswa PIPS UIN Malang karena berdasarkan jumlah *followers* yang dimiliki dapat menentukan tingkat eksistensi seseorang pada media sosial instagram. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh informan dimana jumlah *followers* sangat penting untuk membangun image dan citranya. Oleh sebab itu, tak jarang pengguna instagram membeli *followers* kepada pihak yang menyediakan jasa jual-beli *followers*. Tujuannya adalah agar terlihat eksis di media sosial tetapi dengan cara instan.

Seseorang bisa memiliki akun instagram lebih dari satu. Maka tak jarang para mahasiswa memiliki lebih dari satu akun instagram. Menurut para informan setiap akun instagram yang dimiliki mempunyai fungsi dan tujuan yang berbeda-beda. Hal ini menunjukkan bahwa dalam masing-masing akun instagram, terdapat karakter atau peran berbeda-beda yang dimainkan oleh para informan. seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan yang mengungkapkan kegunaan masing-masing akun yang dimilikinya, ia mengatakan fungsi pada salah satu akunnya untuk menunjukkan dirinya yang sebenarnya, dan akun kedua untuk kepentingan lainnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan para informan, yakni mahasiswa PIPS UIN Malang didapati bahwa beberapa mahasiswa pernah melakukan *self-presenting*

dalam bersosial media di dunia maya. *Self-presenting* atau presentasi diri dapat disebut juga sebagai pencitraan. Mahasiswa PIPS UIN Malang berupaya untuk membangun citranya dihadapan para *followersnya* di instagram.

2. Presentasi Diri

Presentasi diri adalah proses yang dilakukan oleh seseorang untuk menumbuhkan kesan tertentu didepan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sama dengan apa yang ia inginkan. Menurut Goffman, presentasi diri adalah suatu aktivitas yang dilakukan seseorang untuk mengenali keadaan dan mengenali identitas sosial yang bertujuan untuk mempengaruhi interaksi yang layak dan tidak layaknya situasi yang ada. Para mahasiswa mempresentasikan dirinya di panggung depan dengan perencanaan dan pengelolaan yang mencakup sikap dan perilaku dengan mengharapkan penilaian dari *followersnya* sama dengan apa yang diinginkan. Mereka membentuk suatu konsep ideal yang akan diperankan di panggung depan, yakni instagram. Peran yang dimainkan akan berbeda antara satu dengan yang lain. Hal ini berdasarkan pada karakter apa yang mereka ingin perankan. Harapannya adalah para *followers* atau warganet memandang, menilai dan menerima mereka seperti apa yang mereka harapkan. Ini dapat dilihat dari bagaimana para informan mengelola pesan berdasarkan tampilan fisik serta sikap dan perilaku pada saat memainkan karakter masing-masing di panggung depan instagram.

Dari hasil penelitian yang dipaparkan oleh peneliti diatas, bagian ini termasuk dalam *front stage* atau panggung depan pada teori dramaturgi. Alasannya adalah karena aktor ingin dipandang sebagai sosok yang ideal dihadapan penontonnya. Aktor akan mempresentasikan diri sesuai dengan kesan yang ingin ia bangun pada diri penontonnya. Sehingga ketika aktor sedang memainkan perannya, penonton akan dengan mudah menangkap kesan yang disampaikan bahwa aktor adalah seseorang yang cantik, ramah, misterius, kaya dan sebagainya. Setiap aktor akan membangun citranya masing-masing sesuai dengan apa yang ia kehendaki.

Upaya Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dalam Melakukan Presentasi Diri Berdasarkan Teori Dramaturgi pada Tampilan Instagram

Back stage merupakan bagian belakang panggung. Tempat dimana aktor (mahasiswa) akan menampilkan sosok asli mereka dalam kehidupan nyata. Seperti menanggalkan topengnya di instagram, para informan akan berubah menjadi dirinya sendiri, terkesan lebih santai, jujur, terbuka, dan apa adanya.

Rendahny tuntutan untuk mematuhi aturan dan norma yang berlaku di masyarakat membuat para informan lebih santai dan apa adanya. Informan tampil menjadi diri mereka sendiri di panggung belakang. Mereka bahkan lebih bebas berekspresi dan berperilaku. Dalam panggung belakang, tidak ada norma atau aturan yang mengikat dan mengatur benar atau salahnya sikap dan perilaku informan dalam media sosial.

Media sosial instagram memungkinkan penggunaanya untuk memiliki lebih dari satu akun. Hal ini menjadikan seseorang dapat dengan mudah untuk membentuk citra diri pada masing-masing akun instagram yang dimiliki.

Berdasarkan wawancara tersebut, foto atau video memiliki standar tertentu sebelum diunggah pada laman instagram. Idealisme foto dan ketajaman foto menjadi faktor penting

yang selalu menjadi pertimbangan. Selain keduanya, terdapat peran penting filter untuk memberi nyawa pada foto atau video. Pemilihan filter biasanya disesuaikan dengan foto atau video. Gelap atau terangnya filter yang digunakan biasa juga sesuai dengan karakteristik pengguna. Ada yang lebih menyukai foto dengan tampilan cerah, adapula yang menyukai foto dengan tampilan gelap karena terkesan lebih misterius. Tidak ada aturan tertentu dalam menggunakan filter atau fitur-fitur lain pada instagram. Untuk itu, kita dapat menjumpai jutaan unggahan yang berbeda-beda pada *explore* instagram.

Usaha lain yang dilakukan informan dipanggung belakang untuk mempertahankan eksistensinya di media sosial instagram adalah dengan mengunjungi tempat yang sedang viral kemudian diunggah pada laman instagram. Hal tersebut dapat membentuk suatu citra diri pada diri informan, bahwa informan adalah seorang mahasiswa yang *up to date*, trendi, dan tidak ketinggalan zaman.

Kehidupan mewah yang ada di instagram tidak menjamin kehidupan yang sama dengan realita. Sebagai mahasiswa, haruslah mempunyai kemampuan untuk mengatur keuangan dengan baik. Mengutamakan kebutuhan daripada keinginan dan gengsi.

Untuk itulah, beberapa mahasiswa mensiasati pengeluaran dengan tidak membeli makanan diluar tetapi diganti dengan memasak di kos. Upaya penghematan ini dilakukan mahasiswa agar tetap dapat memenuhi kebutuhan tersier gaya hidup dengan membeli barang *branded*, berpergian ke tempat viral, kafe, taman hiburan dan lainnya demi eksistensi di dunia maya.

PEMBAHASAN

Alasan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Melakukan Presentasi Diri Berdasarkan Teori Dramaturgi pada Tampilan Instagram

1. Panggung Depan Mahasiswa

Media sosial adalah media baru yang merupakan bentuk perkembangan dari internet. Sesuai dengan namanya, media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial penggunanya, dimana para pengguna (*user*) melalui aplikasi internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multi media yang kian canggih (Ayuningthyas et al., 2015).

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (Dalam Lesmana, 2012) media sosial merupakan sekelompok aplikasi yang berbasis internet yang dibangun diatas dasar teknologi web 2.0. teknologi ini memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial tersedia dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk sosial network, forum internet, weblogs, wikis, podcasts, gambar, video, *ratting*, dan bookmark social (Lesmana, 2012).

Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang tersedia. Kini, instagram merupakan media sosial paling populer yang mempunyai banyak pengguna. Aplikasi instagram dapat diunduh oleh pengguna melalui Appstore maupun Playstore secara gratis. Banyaknya fitur-fitur yang disediakan oleh instagram tentu menjadi daya tarik tersendiri dimata para penggunanya.

Instagram adalah media bagi banyak orang agar dapat berinteraksi dengan orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari, menurut Goffman seseorang akan menampilkan diri mereka

sebagaimana seorang aktor menampilkan sebuah karakter dalam pertunjukan. Dramaturgi memahami bahwa terdapat 'kesepakatan' dalam berinteraksi dimana perilaku yang diterima dapat mengantarkan pada tujuan akhir dari terjadinya interaksi sosial tersebut. Memerankan sebuah karakter atau memanipulasi diri adalah salah satu alat yang digunakan untuk mencapai kesepakatan tersebut.

Mahasiswa akan menyelaraskan penampilan mereka di media sosial dengan ruang lingkup masyarakat. Tujuannya adalah agar karakter atau peran yang mereka perankan terus dapat berjalan sesuai dengan keinginan mereka. Interaksi yang terjadi antara aktor dan penonton (*followers* instagram) berjalan dua arah. Instagram adalah tempat berlangsungnya panggung depan bagi para informan. Pada bagian ini, informan akan memanipulasi penampilannya dengan perilaku yang anggun dan kalem, riasan wajah yang cantik, dan sebagainya.

Berperan dalam media sosial tidaklah semudah yang dibayangkan. Mahasiswa akan berperan sebagai dua orang yang berbeda yaitu sebagai sosok yang sempurna dan mahasiswa biasa. Ketika di dipanggung depan, mereka akan berpenampilan menarik, membatasi sikap dan tingkah laku, dan menggunakan bahasa yang santun. Sehingga apapun yang ada di panggung depan benar-benar dijaga oleh informan. Dengan demikian *followers* di instagram mereka akan beranggapan bahwa mereka adalah sosok yang sempurna.

Menurut Nasrullah (2015) *followers* adalah salah satu unsur penting di instagram. Dimana jumlah *like* dari para *followers* sangat berpengaruh apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Biasanya foto atau video yang memiliki banyak *like* akan muncul pada fitur *explore* yang terdapat di instagram sehingga semua pengguna instagram berpeluang untuk melihat foto atau video tersebut.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Suhartanti menyatakan terdapat beberapa cara yang dilakukan oleh remaja untuk menjadi pengguna aktif di instagram. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa remaja mengunggah swafoto dirinya yang sangat menarik, disertai dengan *caption* yang dapat menarik perhatian *followers*nya. Tujuannya adalah untuk mengundang *like* atau komentar dari pengguna instagram lain.

Sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Nasrullah, dalam penelitian ini informan mengatakan bahwa banyaknya *followers* di instagram mereka adalah hal yang penting. Tujuannya tidak lain adalah untuk membangun citra mereka di media sosial. Semakin banyak jumlah *followers* yang dimiliki, artinya semakin eksis seseorang di media sosial instagram. Maka tak jarang banyak orang yang rela untuk mengeluarkan uangnya demi membeli *followers* dan *likes* agar dipandang sebagai sosok yang eksis dan dikenal banyak orang.

Seseorang dapat dikenal di instagram karena konten yang diunggah, memberikan *influence* kepada masyarakat, maupun hal-hal lain yang dapat membuatnya terkenal. Untuk itu selain disebut selebgram, orang-orang terkenal di instagram juga di sebut *influencer* karena dapat memberikan pengaruh kepada para *followers*nya di instagram.

Fitur instagram yang paling sering digunakan oleh pengguna untuk membagikan kegiatan sehari-hari adalah instastory. Fitur ini hanya akan mempertahankan foto atau video yang diunggah selama 24 jam dengan maksimal 100 *stories* perharinya. Mahasiswa PIPS UIN Malang rata-rata membuat tidak lebih dari 5 *stories* per hari. Dari hasil wawancara diketahui bahwa mahasiswa kerap mengunggah kegiatan sehari-hari di instastory untuk memberitahukan kepada *followers*nya tentang apa yang sedang dikerjakan, sedang dimana, kegiatan yang dilakukan, serta kehidupan mereka.

Instagram memungkinkan penggunaannya untuk memiliki lebih dari satu akun. Hasil wawancara menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa memiliki lebih dari satu akun. Fungsi dan tujuannya tentu berbeda-beda setiap akunnya. Serta karakter yang dimainkan mahasiswa juga akan berbeda-beda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa PIPS UIN Malang pernah melakukan *self-presenting* dalam bersosial media di dunia maya khususnya instagram. Di media sosial para mahasiswa benar-benar menunjukkan sosok mereka yang sempurna baik dari segi penampilan, gaya hidup, perilaku hingga tatanan bahasa yang digunakan.

Citra yang dibangun tentu sesuai dengan kesan yang diharapkan tumbuh pada diri *followers*nya. Beberapa mahasiswa kerap mengunggah kesibukannya dalam berorganisasi kerana ingin dipandang sebagai seseorang yang organisatoris atau seseorang yang memiliki jiwa kepemimpinan, ketika bekerja paruh waktu karena ingin dipandang sebagai seorang pekerja keras, berkumpul dengan teman-temannya karena ingin dipandang sebagai seseorang yang memiliki kemampuan *social butterfly*, menggunakan barang *branded* agar terlihat kaya, dan lain sebagainya.

Sosial media masa kini bergeser dari sekedar media untuk berkomunikasi bertukar informasi, menjadi panggung bagi seseorang untuk melakukan *self-presenting* atau pencitraan. Di panggung inilah, aktor memainkan perannya.

2. *Self-Presenting* (Presentasi Diri)

Presentasi diri merupakan upaya bagi individu untuk membangun kesan tertentu dihadapan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sama dengan yang ia inginkan. Dalam proses membangun identitas tersebut, terdapat banyak pertimbangan yang dilakukan tentang atribut simbol yang hendak digunakan. sehingga dapat mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh (Mulyana, 2003).

Presentasi diri tidak hanya dapat diteliti atau dilakukan secara tatap muka atau berdasarkan tampilan fisik, tetapi juga dilakukan di dunia maya. Menurut Ansari dan Handoyo, presentasi yang ingin kita lakukan sebagai sebuah bentuk eksperimen atau percobaan terhadap identitas diri bisa kita lakukan atau diterapkan dalam media sosial.

Media sosial membuka peluang bagi kita untuk dapat mempresentasikan diri. Ketika berada di panggung depan, kita adalah aktor yang sedang berperan dalam sebuah pertunjukan dimana ada penonton yang menyaksikan pertunjukan kita. Pada panggung depan aktor akan memerankan karakternya dengan sebagik mungkin agar kesan yang diinginkan tumbuh pada diri penonton tersampaikan (Ritzer, 2014).

Dalam buku yang berjudul *The Presentation of self in Virtual Life: Characteristics of Personal Homa Page*, menyatakan bahwa ketika mengaitkan media sosial dan presentasi diri, bisa terjadi pandangan yang cukup kontradiktif. Pada suatu sisi, presentasi diri berakar dari terjadinya interaksi fisik antar individu yang memandang presentasi diri melalui media sosial akan menghilangkan elemen nonverbal komunikasi dan konteks terjadinya komunikasi. Akibatnya presentasi diri di media sosial dinilai tidak maksimal. Namun disisi yang lain, ketidakhadiran elemen-elemen nonverbal dan konteks bisa dipandang sebagai sebuah kondisi bagi pengguna agar lebih mudah mengontrol atau meminimalisir saat melakukan presentasi diri. Sehingga ketiadaan elemen-elemen nonverbal dapat membuat komunikasi tidak berjalan cukup 'kaya'. Namun pada saat yang bersamaan, setiap pengguna memiliki kesempatan untuk lebih inventif dalam melakukan presentasi diri (Papacharissi, 2002).

Dikutip dari buku Metodologi Penelitian kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial karya Deddy Mulyana, Goffman berpendapat bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri atau mempresentasikan diri yang diharapkan dapat diterima oleh orang lain. Busana, cara berjalan dan berbicara dapat digunakan untuk presentasi diri. Informasi yang akan diberikan kepada orang lain dapat kita kelola. Sebagai aktor, kita yang akan mengendalikan keseluruhan pengaruh yang akan timbul dari busana, penampilan dan kebiasaan kita terhadap orang lain agar mereka memandang kita sesuai dengan apa yang kita tujukan (Mulyana, 2003).

Pengelolaan kesan tersebut adalah upaya yang dilakukan secara sadar dan sengaja oleh para mahasiswa dengan menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinyasesuai dengan apa yang ia inginkan. Tujuannya adalah agar mahasiswa tersebut benar-benar menjadi sosok yang ia inginkan dan lebih dikenal oleh orang lain di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa PIPS UIN Malang mencitrakan diri sesempurna mungkin pada media sosial instagram. Mereka akan membentuk suatu konsep ideal yang akan diperankan di panggung depan. Peran atau karakter yang akan dimainkan tentu akan berbeda antar mahasiswa. Segala bentuk unggahan yang akan diposting di instagram haruslah lolos seleksi. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana para informan mengelola pesan berdasarkan tampilan fisik serta sikap dan perilaku saat sedang bermain peran. Mahasiswa akan melakukan berbagai usaha untuk mempertahankan citranya di media sosial. Harapannya adalah agar kesan yang ingin ditumbuhkan pada diri *followers* dapat tersampaikan dengan baik.

Upaya Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dalam Melakukan Presentasi Diri Berdasarkan Teori Dramaturgi pada Tampilan Instagram

Back Stage (Panggung Belakang)

Panggung belakang adalah bagian dimana informan akan menunjukkan sisi asli kehidupan mereka yang seutuhnya. Pada bagian ini informan akan menjadi individu yang seutuhnya tanpa menggunakan atribut yang biasa digunakan saat berakting. Oleh karena itu, informan akan lebih santai dan rileks pada bagian ini. Sehingga dapat bersikap apa adanya, tidak memikirkan kesan-kesan yang selama ini ingin disampaikan pada *followersnya*, serta tidak terikat pada aturan atau norma di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selain panggung belakang pada kehidupan nyata, mahasiswa juga memiliki panggung belakang di dunia maya khususnya instagram. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan para informan yang menyebutkan bahwa mereka memiliki satu akun dimana mereka merasa nyaman untuk menjadi diri mereka sendiri tanpa terikat dengan karakter yang ia mainkan di akun utamanya. Yakni akun kedua atau *second account* dimana mahasiswa dapat bebas mengekspresikan diri seperti apa yang benar terjadi di kehidupan nyatanya.

Wilayah panggung belakang tidaklah mudah untuk dimasuki oleh penonton (Poloma, 2010). Panggung belakang diibaratkan sebagai tempat untuk merias diri, bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan peran yang akan dibawa di atas panggung. Pada bagian ini mahasiswa kerap melakukan berbagai persiapan untuk tampil di panggung depan yaitu tampilan instagram. Kesempurnaan yang diharapkan di panggung depan menuntut aktor untuk mempersiapkan dan melatih diri untuk berperan. Usaha yang dilakukan sebagai persiapan adalah dengan memilih foto atau video yang dianggap paling

bagus diantara yang lain. Kemudian akan dicantumkan *caption* sebagai usaha untuk menarik perhatian *followers*. Dikatakan oleh informan, bahwa *caption* memegang peranan penting sehingga harus dipikirkan dengan matang dan memerlukan waktu yang cukup lama.

Usaha lain yang dilakukan informan dipanggung belakang untuk mempertahankan eksistensinya di media sosial instagram adalah dengan mengunjungi tempat yang sedang viral kemudian diunggah pada laman instagram. Hal tersebut dapat membentuk suatu citra diri pada diri informan, bahwa informan adalah seorang mahasiswa yang *up to date*, trendi, dan tidak ketinggalan zaman.

Kehidupan yang ditampilkan di instagram seringkali berbanding terbalik dengan apa yang ada di belakang layar. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ketika mahasiswa melakukan kegiatan hedonisme kemudian mengunggahnya pada laman instagram sehingga akan tercipta pandangan bahwa mahasiswa gemar mengunjungi maupun membeli barang mewah atau mahal (Utari, 2017). Pada kenyataannya tidaklah demikian. Mahasiswa melakukan penghematan di kos, dan mensiasati pembengkakan pengeluaran akibat hedonisme dengan memasak dan tidak membeli makanan sehari-hari di luar. Mahasiswa haruslah memiliki kemampuan manajerial keuangan yang baik. Dengan demikian mahasiswa tetap dapat memenuhi kebutuhan tersier gaya hidup dengan membeli barang *branded*, berpergian ke tempat viral, kafe, taman hiburan dan lainnya demi eksistensi di dunia maya. Karena sesungguhnya yang mahal bukanlah biyahidup, tetapi gaya hidup.

Suatu teknik lain dalam teori dramaturgi adalah mistifikasi dimana aktor akan menciptakan kharisma mereka. Aktor akan memistifikasi pertunjukan dengan cara menjaga jarak sosial antara diri mereka dengan penonton atau khalayak. Terciptanya batas sosial tersebut, aktor berusaha untuk menciptakan kekaguman atau keterpesonaan pada penontonnya. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar penonton tidak mempertanyakan pertunjukan.

SIMPULAN

Instagram merupakan panggung depan sebagai media untuk berbagi foto, gambar maupun video. Instagram dianggap sebagai media sosial yang paling sesuai untuk membentuk citra diri informan. Analisis pada panggung depan informan menunjukkan bahwa komponen-komponen panggung depan adalah sarana untuk mempresentasikan diri melalui busana, warna, sikap, dan latar panggung depan. Alasan aktor melakukan citra diri adalah karena aktor ingin dipandang sebagai sosok yang ideal dihadapan penontonnya. Aktor akan mempresentasikan diri sesuai dengan kesan yang ingin ia bangun pada diri penontonnya. Dramaturgi panggung depan merupakan penampilan pilihan yang disuguhkan oleh mahasiswa yang menunjukkan citra diri mereka masing-masing. *Self-presenting* yang dilakukan mahasiswa PIPS UIN Malang antara lain dengan membagikan foto atau video yang menggambarkan diri mahasiswa. Beberapa mahasiswamenampilkan latar *indoor* seperti pergi ke kafe dengan berpenampilan menaik yang dapat menunjang citranya sebagai mahasiswa *fashionable*, eksis dan kekinian.

Pemetaan panggung depan menunjukkan kehidupan yang sebenarnya dari mahasiswa PIPS UIN Malang. Selain kehidupan aslinya, mahasiswa memiliki akun kedua yang biasa digunakan sebagai panggung belakang di dunia maya. Momen-momen di panggung depan ini jarang dipublikasikan di khalayak. Analisis panggung belakang menunjukkan bahwa terdapat usaha-usaha yang dilakukan aktor untuk mempersiapkan diri agar dapat tampil sempurna dan maksimal dihadapan khalayak (*followers*). Dramaturgi pada

panggung belakang adalah informan menjadi diri sendiri yang sesungguhnya karena telah menanggalkan topeng yang biasa digunakan dalam berperan di panggung depan instagram.

REFERENSI

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(2), 130–139.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Ayuningthyas, Vidia, P., & Dkk. (2015). Media Sosial Instagram Sebagai Pangung Presentasi Diri Pada Siswa SMA Negeri 2 Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Sos Ant*, 13(1), 92–106.
- Baron, R. A., & Byine, D. (2004). *Psikologi Sosial Jilid 1*. Gelora Aksara Pratama.
- Detiknet. (2011). *Pengguna Email Berkurang 11% dari Tahun ke Tahun*.
- Felldman, R. S. (1995). *Social Psychology*. A simon and Schyster Company.
- Goffman, E. (1995). *The Presentation of Self in Everyday Life*.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 25–31.
- Lesmana, A. (2012). *Analisis Pengaruh Media Sosial Tweeter Terhadap Pembentukan Band Attachment*. Universitas Indonesia.
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Komunikasi Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Rajawali Press.
- Papacharissi, Z. (2002). *The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Page*. Sage Publication.
- Poloma, M. M. (2010). *Sosiologi Kontemporer*. PT Raja Grafindo Persada.
- Ritzer, G. (2014). *Teori Sosiologi Modern Edisi Ketujuh*. Prenamedia Grup.
- Statista. (2022). *Leading countries based on Instagram audience size as of January 2022 (in millions)*. <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Reflika Aditama.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & O, D. (2009). *Psikologi Sosial (Kedua Bela)*. Kencana.
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I., & Fitriah. (2016). Fenomena Penggunaan Foto Outfit Of The Day di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri. *Jurnal Komunikatio*, 2(1), 1–14.
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *JOM FISIP*, 4(2), 1–22.