

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun kajian terdahulu ini berguna untuk membandingkan hasil penelitian sehingga pada penelitian ini dapat ditemukan kebaruan baik dari segi persamaan penelitian ataupun perbedaan penelitian. Penelitian yang digunakan penelitian sebagai acuan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

**Table**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian	Judul	Metode Analisis	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Tian Angga Pradhana, 2019	<i>Self-Presenting</i> Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Pada Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya)	Kualitatif Deskriptif	Hasil menunjukkan bahwa setiap orang pasti melakukan pencitraan di depan orang lain, namun ada juga orang yang melakukan pencitraan secara berlebihan. Berlebihan dalam arti orang tersebut mencitrakan sesuatu	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang <i>self presenting</i> dengan menggunakan teori Dramaturgi pada akun sosial media instagram. Yang membedakan terdapat pada fokus penelitian, fokus

				<p>yang sebenarnya bukanlah bagian dari dirinya. Dalam penelitian ini mengungkap bahwa ada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang mencitrakan dirinya seperti orang kaya padahal kenyataannya mahasiswa tidak seperti yang dicitrakannya dan sebenarnya tergolong dalam kaum menengah saja.</p>	<p>peneliti terdahulu lebih kepada bagaimana mahasiswa yang melakukan panjat sosial dalam instagram. Perbedaannya juga terdapat pada laman instagram, peneliti terdahulu meneliti instagram first account.</p>
2.	Intan Amelia Putri, 2020	<p>Dramaturgi penggunaan <i>second account</i> pada media sosial Instagram (Studi pada 4 Mahasiswa Universitas Sriwijaya</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 informan sesuai dengan konsep <i>Front Stage</i> dan 2 informan sesuai dengan konsep <i>Back stage</i>.</p>	<p>Persamaan yang terdapat pada penelitian ini sama-sama meneliti tentang <i>second account</i> instagram dengan menggunakan teori dramaturgi.</p>

		pengguna second account)			Perbedaan peneliti terdahulu tidak meneliti tentang self presenting yang dibuat oleh objeknya.
3.	Jaka Refansyah, 2021	Self Presentation Media Sosial Instagram Di Kalangan Milenial ( Studi Kasus : Remaja Di Desa Bakalanpule Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan )	Kualitatif deskriptif	Hasil dari penelitian ini penggunaan self presentation dalam media sosial instagram perilaku didukung dengan banyaknya fitur-fitur yang disediakan instagram untuk wujud dari membangun sebuah citra diri.	Persamaan pada penelitian ini sama-sama meneliti tentang self presentation dan menggunakan teori yang sama. Perbedaannya terdapat pada objek, peneliti terdahulu meneliti Remaja di desa. Peneliti terdahulu tidak fokus pada apa yang ditampilkan diinstagram objek dan peneliti terdahulu hanya meneliti 1 akun instagram.
4.	Veren Chelsea	Pencitraan Sebagai Bentuk	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian bahwa media sosial	Perbedaan pada penelitian ini

	Banda Putri, 2022	Eksistensi Diri Di Instagram		<p>instagram dijadikan media presentasi diri bagi penggunanya. Hal ini dilakukan oleh mahasiswa untuk mendapatkan kesan yang sesuai dengan apa yang diinginkannya dan mendapatkan penghargaan dari orang lain. Lebih lanjut, bentuk eksistensi diri yang ditunjukkan dapat dilihat dari postingan yang dimasukan ke instagram antara lain adalah foto kegiatan sehari-hari bersama dengan teman-teman, mengunggah tempat nongkrong (cafe) yang sedang hits, mengunggah ketika berbelanja barang-barang terkenal (branded),</p>	<p>terdapat pada subjek, peneliti tersebut meneliti pada instagram yang general, penelitian yang saya buat mengembangkan penelitian mengenai pengguna second account instagram yang dimana orang-orang menggunakan instagram dengan dua akun. Dan perbedaan tempat, dan waktu.</p>
--	----------------------	---------------------------------	--	--	--

				dan tempat-tempat wisata.	
5.	Bella Ayu Setyoningrum, 2020	Presentasi Diri Beauty Influencer Plus Size (Analisis Wacana Pada Akun Instagram @Kemalasari)	Kualitatif	Peneliti menyimpulkan hasil dari penelitian ini bahwa akun instagram @kemalasari melakukan presentasi diris ebagai beauty influencer plus size yang berani dan percaya diri melakukan apa yang diinginkan tanpa terhalang bentuk tubuh. Hal tersebut bertujuan untuk mendobrak standar kecantikan tubuh perempuan perempuan yang sudah terkontruksi di masyarakat sehingga dapat memotivasi	Perbedaan pada penelitian ini tedapat pada subjeknya, peneliti tersebut memilih satu influencer untuk menjadi subjeknya hanya terfokus dan meneliti pada satu akun instagram. Dan terdapat perbedaan waktu, tempat dan subjeknya.

				perempuan bertubuh gendut lainnya untuk berani dan percaya diri menampilkan dirinya tanpa terhalang bentuk tubuh.	
--	--	--	--	---	--

Dari uraian dan tabel di atas mengenai penelitian dalam studi serupa yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, ada berbagai kesamaan dan perbedaan dalam penelitian. Persamaan dari semua penelitian di atas yaitu untuk mengetahui bagian mana dari sebab dan nilai yang terlihat dalam objek. Meskipun terdapat perbedaan dalam penelitian tersebut

## 2.2 Kerangka Teori

Jika sebuah penelitian ditulis dan didukung oleh banyak teori, itu dianggap relevan. Oleh karena itu, untuk mendukung relevansi penelitian ini, diperlukan suatu teori yang mendukung wawasan baru yang dapat menyempurnakan teori dan data tersebut. Dalam hal ini, teori yang dimaksud meliputi self presenting, Instagram, second account, dan teori dramaturgi.

### 2.2.1 Self Presenting

*Self Presenting* adalah bagaimana manusia mempresentasikan diri dihadapan audiens. Mempresentasikan diri disini adalah menampilkan citra yang baik

sebagaimana kesan yang ingin kita sampaikan dan kita bangun pada orang lain tentang diri kita. Proses manusia membangun citra diri seseorang yang secara sadar menggunakan strategi tertentu untuk menciptakan kesan atau pengalaman dengan orang lain. Dalam pandangan Goffman, ekspresi diri merupakan aktivitas yang dilakukan orang dalam suatu situasi dan mengidentifikasi dirinya. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi interaksi, apakah sesuai atau tidak, tergantung pada situasinya.<sup>9</sup>

Taylor, Pepperland, dan Sears mengemukakan bahwa *self presenting* adalah proses mengatur diri.<sup>10</sup> Byrne dan Baron berasumsi bahwa seseorang secara naluriah membentuk ekspresi diri yang baik, tetapi tujuannya adalah untuk membuat kesan positif pada satu atau lebih orang dalam berbagai situasi.<sup>11</sup> Goffman, dalam bukunya “*Presentation of Self in Everyday Life*” menyatakan bahwa dalam kehidupan panggung manusia adalah diri yang sebenarnya, karena manusia adalah aktor di panggung kehidupan dan latar- latar yang ditampilkan diatur oleh manusia itu sendiri.<sup>12</sup>

Oleh karena itu, interaksi sosial yang terjadi di panggung depan masing-masing aktor adalah strategi unik yang bertujuan untuk mengesankan penonton dengan cara yang berbeda dan membuat mereka terlihat bagus dan sempurna di depan

---

<sup>9</sup> Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Newyork: Dobleday Anchor, 1959, hal. 6.

<sup>10</sup> Shelley E. Taylor, Letitia Anne Peplau, dan David O. Sears, Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas, Jakarta: Kencana, 2009, hal. 155.

<sup>11</sup> Robert A. Baron & Donn Byine, Psikologi Sosial Jilid 1, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2004, hal. 70-71.

<sup>12</sup> Erving Goffman, Op.cit., hal. 43

orang lain.<sup>13</sup> Bagi Goffman, *self presentation* memudahkan kita mendapatkan apa yang kita inginkan dan membantu membentuk citra diri kita agar sesuai dengan keinginan kita. Tentu ada beberapa elemen dalam strategi yang digunakan untuk menunjukkan kesan dan penggambaran diri, dan Goffman membagi elemen-elemen ini menjadi beberapa bagian tertentu.<sup>14</sup>

Pertama adalah pertunjukan (*performance*), yang merupakan kumpulan kegiatan yang bertujuan untuk mengesankan para pelaku dan suasana yang sedang berlangsung. Yang kedua adalah stage panggung (*setting*), yaitu seperangkat peralatan yang digunakan untuk membuat kesan. Yang ketiga adalah penampilan (*appearance*), adalah sesuatu pada pertunjukan kinerja arifaktual yang mendukung peran, profesi, usia, prinsip individu, dan perilaku (*manner*) yang terkait dengan perilaku individu tersebut.<sup>15</sup>

Strategi Presentasi Diri Sebuah buku psikologi yang ditulis oleh Dayaksini dan Fudania menunjukkan bahwa seseorang memiliki banyak tujuan dalam membangun citra diri di depan orang lain.<sup>16</sup> Berikut ini adalah beberapa strategi yang umum digunakan, antara lain:

### **1. Mencari muka atau menjilat (*Ingratiation*)**

Strategi ini bertujuan agar seseorang terlihat menarik di mata orang lain. Secara umum, strategi ini terdiri dari memuji orang yang berinteraksi

---

<sup>13</sup> Feldman R,S, *Social Psychology, New Jersey : A simaon and Schyster Company*, 1995, hal. 23.

<sup>14</sup> Erving Goffman, *Op.cit.*, hal. 10.

<sup>15</sup> Erving Goffman, *Ibid*, hal. 10.

<sup>16</sup> Tri Dayaksini, *Psikologi Sosial*, Malang: UMM Press, 2015, hal. 67.



dengan Anda dengan kata-kata yang baik dan indah, menjadi pendengar yang baik, dan bersikap ramah sehingga orang lain merasa beruntung bertemu dengan aktor tersebut. Strategi ini menekankan pada pengendalian diri perilaku. Aktor yang menggunakan strategi ini membayangkan orang lain yang menjadi lawan interaksinya menyukai hal yang berperilaku baik. Fokus lain dari strategi ini adalah membangun citra aktor sebagai orang yang benar-benar asli dan tidak dibuat-buat. Oleh karena itu, James dan Wortman menyebut strategi ini curang (ambiguously hidden) karena pelaku menyembunyikan motif sebenarnya.<sup>17</sup>

## **2. Mengintimidasi (intimidation)**

Tujuan dari strategi ini adalah untuk menanamkan rasa takut pada diri orang lain. Strategi ini biasanya digunakan aktor untuk mendapatkan otoritas dengan memberikan kesan bahwa aktor adalah orang yang harus diwaspadai. Pelaku biasanya menggunakan strategi ini ketika mereka berada dalam keadaan darurat dan tidak dapat dengan mudah melarikan diri. Jika seorang aktor dalam strategi mengancam ingin disukai oleh sisi lain interaksi, maka dalam strategi aktor ingin ditakuti<sup>18</sup>.

## **3. Promosi Diri (Self Promotion)**

Strategi ini bertujuan untuk membuat aktor tampil sebagai ahli dalam bidang tertentu serta memiliki elektabilitas yang baik. Strategi ini biasanya

---

<sup>17</sup> Tri Dayaksini, Ibid, hal. 67.

<sup>18</sup> Tri Dayaksini, Ibid, hal. 68.

digunakan ketika seorang aktor ingin mengesankan lawan interaskinya dengan hasil prestasi yang telah dia capai. Bisa juga dilakukan dengan memberikan ide tentang kekuatan dan kemampuan yang ada di dalam dirinya.<sup>19</sup>

#### **4. Pemberian contoh atau teladan (Exemplification)**

Strategi pemberian contoh memungkinkan aktor untuk menempatkan diri mereka dalam kotak moralitas, kejujuran dan etika. Tujuannya untuk memberikan kesan bahwa aktor adalah orang yang baik, jujur, bertanggung jawab, rendah hati dan baik hati.

#### **5. Permohonan (Simplification)**

Tujuan dari strategi ini adalah agar aktor mendapatkan bantuan dan belas kasihan dari orang lain. Strategi ini dilakukan dengan menunjukkan kepada lawan interaksi bahwa aktor adalah orang yang lemah dan membutuhkan bantuan. Permohonan adalah strategi alternatif terakhir jika aktor tidak dapat menyesuaikan dengan strategi lain yang telah dijelaskan di atas.<sup>20</sup>

#### **6. Hambatan Diri (Self-handcopping)**

Aktor menggunakan strategi hambatan diri ketika orang lain menganggap aktor tidak mampu berbuat apa-apa. Di sisi lain, dalam situasi aktor menganggap bahwa prestasi yang didapatnya adalah secara kebetulan. Oleh karena itu, aktor akan menggambarkan dirinya sebagai seseorang yang

---

<sup>19</sup> Tri Dayaksini , Loc.cit..

<sup>20</sup> Tri Dayaksini , Ibid, hal. 69

menghadapi rintangan dalam usahanya untuk mencapai kesuksesannya. Tujuan menggunakan alibi ini adalah untuk memastikan bahwa kualifikasi aktor tidak menurun di depan orang lain.

### **7. Aligning Action**

Tujuan dari strategi ini adalah untuk menyangkal konotasi negatif dari orang lain. Strategi ini dilakukan dengan menjelaskan perilaku seseorang yang mengekspresikan dirinya. Rata-rata, perilaku ini dianggap bertentangan dengan norma umum dan budaya yang berlaku dimasyarakat. Salah satu contohnya adalah pewarnaan rambut, dan konotasi negatif yang berkembang dimasyarakat bahwa seseorang yang mewarnai rambut adalah "orang nakal".

### **8. Altercasting**

Tujuan dari Strategi Altercasting adalah untuk memaksakan karakter diri seseorang yang sebenarnya kepada orang lain. Aktor menempatkan orang dalam keadaan dan peran yang diinginkan aktor. Penempatan karakter serta jati diri kepada seseorang ini seolah membuat sang pemilik identitas hadir. Aktor akan senang dan beruntung jika membuat orang merasakan suasana peran, seperti apa yang diinginkan aktor.<sup>21</sup>

### **9. Faktor- faktor Presentasi Diri**

Menurut kebutuhan teori Hierarki Maslow, motivasi adalah kekuatan pendorong untuk memuaskan kebutuhan manusia. Dalam hal ini, ada dua motif. Yang dimaksud dari dua motivasi yaitu, motivasi kekurangan

---

<sup>21</sup> Tri Dayaksini , Ibid, hal. 70.

(deficiency growth) dan motivasi perkembangan (motivation growth). Ada lima tingkat hierarki kebutuhan manusia, diantaranya:<sup>22</sup>

### 1. Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan tersebut bersifat primer dan neostatik. Kebutuhan fisiologis meliputi makan, minum, istirahat dan kebutuhan seksual. Dalam situasi mendesak seperti kelaparan, seseorang mengabaikan kebutuhan lainnya yang bersifat sekunder untuk memenuhi kebutuhan primer tersebut.

### 2. Rasa Aman

Setelah kebutuhan fisiologis seseorang terpenuhi, keamanan menjadi faktor yang sangat penting. Orang selalu ingin berada dalam keadaan aman tanpa kecemasan dan ketakutan. Kebutuhan fisiologis dan keamanan seseorang sendiri adalah kebutuhan manusia yang paling mendasar untuk bertahan hidup.

### 3. Sosial

Manusia disebut sebagai makhluk sosial. Hal ini dikarenakan manusia tidak dapat hidup sendiri dan selalu membutuhkan bantuan orang lain untuk bertahan hidup. Interaksi antara orang-orang adalah perasaan cinta dan saling memberi atau mengasihi. Menurut Maslow, cinta dan kasih sayang adalah tingkat berikutnya dari keinginan manusia. Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi, itu mengarah pada kesepian dan

---

<sup>22</sup> Elisa sari dan rina Dwiarti, Pendekatan Hierarki Abraham Maslow Pada Prestasi Kerja Karyawan PT. Madubaru (PG Madukismo) Yogyakarta, Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, Vol. 06, No. 1, 2018, hal. 61.

ketersingkan. Untuk memenuhi kebutuhan akan kasih sayang, dan cinta seseorang dapat berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain. Kasih sayang ini memiliki arti yang sangat luas. Perasaan dicintai bisa datang dari seseorang, seperti anggota keluarga, teman, kekasih, rekan kerja, dan sebagainya.

#### 4. Penghargaan

Seseorang perlu penghargaan dengan apa yang telah dia capai dan apa yang telah dia lakukan. Rasa syukur dapat mengambil banyak bentuk, termasuk penghargaan, kenaikan jabatan, kehormatan, hadiah, apresiasi, harga diri, dan rasa terima kasih. Misalnya, jika seorang karyawan melakukan pekerjaan dengan baik, manajer perusahaan akan memberikan penghargaan dalam bentuk promosi. Contoh lain adalah ketika seorang guru memberikan ucapan terima kasih kepada seorang siswa ketika dia mengerjakan pekerjaan rumahnya dengan baik. Rasa syukur tersebut dapat meningkatkan semangat seseorang untuk melakukan hal-hal yang lebih baik di masa depan karena seseorang itu merasa dihargai.

#### 5. Aktualisasi Diri

Tingkat terakhir yang dibutuhkan seseorang setelah keempat kebutuhan di atas terpenuhi adalah kebutuhan aktualisasi diri. Pada tahap ini, seseorang memiliki kesempatan untuk mengenali dan mengembangkan potensi dan bakat yang dimilikinya.

### 2.2.2 Teori Dramaturgi Erving Goffman

Dramaturgi adalah teori yang dikembangkan oleh sosiolog interaksionis simbolik Erving Goffman. Pernyataan paling terkenal Goffman tentang teori dramaturgis berupa buku *Presentation of Self in Everyday Life*, diterbitkan tahun 1959. Peneliti tertarik dengan teori dramaturgi karena diyakini erat kaitannya dengan fenomena media sosial tentang bagaimana seseorang menggambarkan dirinya di dunia nyata maupun di dunia maya, khususnya Instagram. Fenomena Instagram dapat membentuk eksistensi sekelompok orang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman teori ini menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat sebagai pentas drama atau seni teater yang dipentaskan di atas panggung.

Teori dramaturgi menjelaskan ketidakstabilan identitas manusia, yang merupakan bagian dari kejiwaan psikologi yang jelas. Identitas manusia dapat berubah secara signifikan tergantung pada keadaan dan interaksi lawan.<sup>23</sup> Inilah inti dari teori ini. Dengan kata lain, bagaimana kita bisa mengontrol atau mengendalikan interaksi yang terjadi pada manusia. Dalam sebuah pertunjukan, biasanya terdapat aktor yang memainkan peran yang berbeda dan *setting* latar belakang panggung, serta alur yang dilakukan. Bahkan dalam kehidupan nyata, orang-orang adalah aktor yang memainkan berbagai peran di depan penonton tergantung pada jalan cerita akting dan *setting* panggung mereka.

---

<sup>23</sup> R Ulfah, IA Ratnamulyani, dan M Fitriah, “ Fenomena Penggunaan Foto Outfit Of The Day di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri”, *Komunikatio*, Vol.2 No. 1, 2016, hal. 7

Teori dramaturgi tidak berfokus pada apa yang dilakukan orang, tetapi pada apa yang ingin mereka lakukan dan mengapa mereka melakukannya. Fokusnya adalah pada bagaimana mereka melakukannya. Memahami perilaku seseorang, berdasarkan gagasan Kennety Burke, pemahaman didasarkan pada tindakan yang diambil. Dramaturgi berfokus pada aspek ekspresif atau impresif dari perilaku manusia. Artinya, dalam setiap tindakan yang dilakukan manusia, yang didalamnya terdapat cara manusia memiliki kesempatan untuk mengekspresikan diri atau mengungkapkan apa yang mereka rasakan ketika berinteraksi dengan lawan yang ekspresif.<sup>24</sup> Manusia berperilaku ekspresif, akan memiliki sifat dramatik. Manusia juga akan dapat bernegosiasi dengan orang lain yang ekspresif tentang sebuah makna. Oleh karena itu, perilaku manusia seperti ini dinilai bukan sebagai akibat dari pengaruh eksternal, tetapi sebagai penguasa nasibnya sendiri. Inti dari teori dramaturgi Goffman adalah pandangan bahwa ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, seseorang berusaha untuk menumbuhkan dan mengelola citra dirinya di depan orang lain. Aktor dapat menggunakan berbagai metode untuk mencapai tujuan mereka yakni dalam membangun citra dan mengelola kesan pada audiensnya.

Dalam pandangan Goffman, diri bukanlah milik aktor, melainkan interaksi dramatis antara aktor dan penonton. Diri adalah pengaruh dramatis yang muncul dari suasana dimana ia ditampilkan. Diri adalah interaksi yang dramatis, sehingga mudah

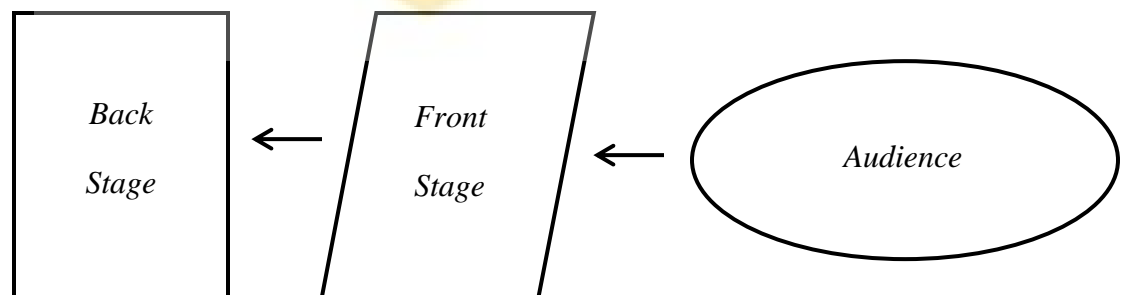
---

<sup>24</sup> Dedy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Komunikasi Sosial Lainnya, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 107.

terganggu selama pertunjukan.<sup>25</sup> Selanjutnya, pendekatan dramaturgi Goffman mengamati upaya untuk mencegah gangguan pada penampilan diri sang aktor. Saat tampil di depan penonton, aktor sudah mengetahui apabila penampilannya terganggu oleh audiens. Oleh karena itu, aktor menyesuaikan dan mengontrol audiens. Goffman ingin menunjukkan image kepada orang lain ketika orang berinteraksi satu sama lain. Erving Goffman menyebut upaya manajemen kesan (*impression management*) ini sebagai upaya aktor untuk menciptakan kesan atau citra tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk memainkan peran, aktor biasanya menggunakan bahasa lisan, menunjukkan perilaku nonverbal tertentu, dan memperoleh atribut tertentu seperti kendaraan, pakaian, dan aksesori lain yang cocok untuk peran mereka dalam situasi tertentu. Aktor perlu fokus pada peran mereka di atas panggung, tidak mengatakan sesuatu yang salah, mengendalikan diri, membuat gerakan, menjaga nada mereka, dan berekspresi wajah yang sesuai dengan situasi yang ada.

### BAGAN 1.1

Dramaturgi Erving Goffman



<sup>25</sup> George Ritzer, *Ibid*, hal. 280



Menurut Goffman, kehidupan sosial dapat dibagi menjadi " panggung depan" dan "panggung belakang". Panggung depan adalah tempat dimana orang memainkan peran yang sudah mereka tentukan sendiri. Seseorang bermain di atas panggung di depan banyak penonton. Panggung belakang adalah tempat aktor mempersiapkan peran dan kejadian atau peristiwa yang dapat membantu aktor tampil baik di area depan. Goffman membagi panggung depan ini menjadi dua bagian: front pribadi (personal front) dan setting. Personal Front terdiri dari alat-alat yang dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam setting. Personal front mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor.

Misalnya, berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia dan sebagainya. Hingga derajat tertentu semua aspek itu dapat dikendalikan aktor. Ciri-ciri yang relatif tetap seperti ciri-ciri fisik seperti ras dan usia biasanya sulit disembunyikan atau diubah. Tetapi aktor bisa memanipulasi dengan penekanan atau melembutkannya misalnya menghitamkan kembali rambut putih dengan pewarna rambut. Sementara di sisi lain, adalah situasi fisik yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan. Misalnya, seorang ahli bedah membutuhkan ruang operasi dan seorang sopir taksi membutuhkan kendaraan.

Aktor mengharapkan citra dirinya tumbuh dan cukup kuat untuk mengesankan penonton. Aktor juga mengharapkan respon, seperti yang mereka

harapkan. Dalam hal ini, Goffman memusatkan perhatiannya sebagai "manajemen pengaruh". Manajemen pengaruh terdiri dari metode yang biasanya dilakukan aktor untuk mempertahankan kesan tertentu ketika mereka menghadapi masalah, dan metode yang digunakan untuk mengatasi masalah tersebut.<sup>26</sup>

Peminjaman teori dramaturgi yang dijelaskan Erving Goffman dalam pengertian panggung depan (front stage), panggung belakang (rear stage), penonton (audience), dan manajemen kesan (impression management) dapat dipahami dalam penelitian ini. Sesuai dengan teori dramaturgi yang diungkapkan oleh Erving Goffman mengenai panggung depan (front stage), panggung belakang (back stage), penonton (audience) dan pengelolaan kesan (impression management) dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai berikut:

#### 1. Panggung Depan (Front Stage)

Panggung depan adalah tempat dimana aktor memainkan peran yang ingin dimainkannya di depan khalayak penonton.<sup>27</sup> Panggung depan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kehidupan mahasiswa atau mahasiswi yang diperlihatkan di media sosial Instagramnya. Di media sosial Instagram, mahasiswa atau mahasiswi memainkan peran khusus dalam membantu mereka mencapai tujuan yang mereka inginkan, yaitu untuk meningkatkan status sosial mereka dan menarik perhatian pengikut mereka.

---

<sup>26</sup> George Ritzer *Ibid*, hal. 281

<sup>27</sup> George Ritzer, Loc.cit

Instagram dinilai sebagai media yang sangat cocok untuk berperan sebagai front stage karena merupakan media sosial yang sangat luas dan disukai banyak orang dari kalangan pelajar hingga orang dewasa. Sehingga mempermudah siapa saja, di mana saja, untuk melihat peran yang diberikan mahasiswa tersebut. Hal itu memudahkan seseorang untuk membangun citra melalui dunia maya.

## 2. Panggung Belakang (Back Stage)

Panggung belakang adalah tempat dimana aktor mempersiapkan diri, beristirahat, melakukan latihan, atau segala upaya untuk menunjang perannya di depan panggung. Panggung belakang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dimana mahasiswa berusaha memenuhi atau mendukung peran yang akan ia mainkan di panggung depan. Misalnya mahasiswa bekerja kemudian menerima upah, namun upah yang didapat digunakan untuk membeli barang-barang dan melakukan hal-hal yang dapat menunjang status sosialnya dalam dunia maya.

### a. Penonton

Penonton adalah orang yang menonton suatu permainan peran atau pertunjukan yang dimainkan oleh seseorang. Menurut Goffman, penonton yakni orang yang menyaksikan pertunjukan seseorang di atas panggung depannya. Penonton yang dimaksud dalam penelitian ini yakni para pengguna

Instagram yang melihat unggahan dari mahasiswa yang melakukan panjat sosial dalam media sosial Instagram.

#### b. Pengelolaan Kesan (Impression Management)

Pengelolaan kesan adalah alasan mengapa seorang aktor memainkan sebuah peran yang sudah ia mainkan, aktor ingin menumbuhkan kesan kepada penonton sesuai dengan peran yang dimainkannya. Dalam penelitian ini, mahasiswa memainkan peran dimana mereka adalah orang yang mampu secara ekonomi untuk membeli barang-barang branded dan melakukan suatu aktivitas yang dapat menunjukkan bahwa ia memiliki status sosial yang tinggi.

Mereka menunjukkannya melalui foto-foto atau Instastory yang mereka unggah di akun Instagram pribadinya disertai dengan caption yang mendukungnya dalam menciptakan image bahwa ia memiliki status sosial yang tinggi. Tidak hanya ingin status sosialnya terlihat lebih tinggi dalam segi ekonomi, tetapi juga dalam segi pengetahuan. Mahasiswa kerap mengunggah quotes dengan kalimat bijak yang dibuatnya ke dunia maya untuk menunjukkan bahwa dirinya memiliki pengalaman hidup yang banyak sehingga membuatnya menjadi orang yang bijak.

Namun di balik itu semua, mahasiswa yang melakukan panjat sosial tersebut sebenarnya tidak benar-benar mampu secara ekonomi untuk melakukan hal-hal tersebut. Mereka akan melakukan upaya tertentu hanya demi melakukan panjat sosial

tersebut agar status sosialnya tampak lebih tinggi dari yang sebenarnya. Dengan begitu akan terbentuk kesan di benak followersnya bahwa mahasiswa tersebut seakan-akan memiliki status sosial yang tinggi padahal dalam kenyataannya status tersebut tidak benar-benar ada.

### **2.2.3 Media Sosial**

Perkembangan zaman yang kian hari semakin maju memunculkan banyak penemuan-penemuan canggih yang dapat mempermudah pekerjaan manusia. Dewasa ini manusia dikatakan sebagai generasi menunduk. Generasi menunduk adalah sebutan bagi masyarakat masakini yang tercipta karena adanya tuntutan eksistensi diri yang tercipta karena adanya kemajuan teknologi.<sup>28</sup> Mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua pastu memiliki telepon pintar atau yang biasa dikenal dengan smartphone. Smartphone adalah telepon genggam pintar yang memiliki kecanggihan luar biasa yang mirip dengan fungsi dari komputer.

Smartphone menyediakan berbagai aplikasi yang dapat diunduh oleh pengguna. Seperti aplikasi edit foto, belanja online, pemutar musik dan video, hingga belakangan muncul berbagai inovasi aplikasi yang diciptakan untuk menunjang dan mempermudah pembelajaran online. Selain itu ada juga aplikasi sosial media yang biasa digunakan masyarakat seperti Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Tiktok, dan lainnya. Aplikasi-aplikasi tersebut seperti aplikasi wajib yang harus ada dalam

---

<sup>28</sup> Rulli Nasrulloh, Pengaruh Kemajuan Teknologi Bagi Remaja dan Eksistensi E-Book, (Jakarta: Gramedia, 2016), hal. 26

smartphone pengguna. Interaksi antar manusia kini tidak lagi hanya terbatas jarak dan waktu karena tidak dapat bertatap muka.

Menurut Van Dijk, fungsi media sosial adalah sebagai pendukung interaksi manusia. Selain itu, menurutnya media sosial juga bermanfaat untuk mengembangkan relasi yang ada agar lebih luas.<sup>29</sup> Media sosial tersusun dari dua kata, yakni media dan sosial. Media merupakan alat atau sarana untuk berkomunikasi. Sedangkan sosial erat kaitannya dengan masyarakat atau berkaitan dengan kepentingan umum (suka membantu, berderma, dan sebagainya). Menurut Mieke dan Young dalam Nasrullah (2016) 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.<sup>30</sup>

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. Menurut Antony Mayfield media sosial mempunyai 4 karakter, yaitu :

### 1. Partisipasi

---

<sup>29</sup> Van, Djick JAG, *The Network Society*, ( London : Sage Publication, 2016), hal. 43.

<sup>30</sup> Raekha Azka, "Media Sosial dan Pembelajaran Matematika". *Prosiding Sendika*. Vol.5 No.1, 2019, hal.223.

Seseorang akan terdorong untuk memberikan kontribusi berupa tanggapan atas sesuatu yang telah diunggah oleh orang lain. Partisipasi dapat berupa komentar maupun apresiasi.

## 2. Keterbukan

Media sosial bersifat terbuka. Ini artinya siapa saja pengguna media sosial berhak dan berpeluang untuk mendapatkan tanggapan dari pengguna lain dari segala sesuatu yang ia unggah.

## 3. Saling terhubung

Sifat lain dari media sosial yang terbuka, media sosial juga bersifat saling terhubung. Hal ini memungkinkan terjadinya interaksi dua arah atau lebih. Dengan demikian maka setiap pengguna media sosial dapat terhubung satu sama lain. Sifat ini tidak dimiliki oleh media konvensional dimana interaksinya hanya berlangsung satu arah.

## 4. Advokasi

Mudahnya terhubung dengan banyak pengguna lain dalam media sosial sangat memungkinkan bagi seseorang yang ingin mendapat dukungan atas isu yang sedang dialami. Dengan mengunggah isu tersebut di media sosial, maka dengan cepat akan mendapatkan berbagai macam respon dari pengguna lain. Berbagai bentuk dukungan hadir dari orang yang bahkan tidak dikenal dalam dunia nyata. Banyaknya respon yang datang tersebut biasanya akan mempercepat isu tersebut agar ditangani oleh pihak berwajib. Media sosial juga memberikan kemudahan bagi lembaga atau badan sosial untuk

menyalurkan pesan sosial maupun melakukan sosialisasi dalam berbagai platform media sosial.

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.

Media sosial dapat dikatakan sebagai wadah baru bagi masyarakat untuk menyimpan data (arsip), hal ini sejalan dengan pemikiran Gane dan Beer.<sup>31</sup> Data (arsip) disini bukan hanya berupa dokumen resmi, tetapi dapat berupa internet dengan jaringan, pendistribusian berita, dan perantara antara manusia-mesin yang menjadi tempat untuk menyimpan data. <sup>32</sup>Kemudian data tersebut dikelola untuk membentuk citra diri. Media sosial masa kini tidak hanya digunakan sebagai ajang untuk promos diri, lebih dari itu saat ini media sosial adalah lapak yang menjanjikan untuk mempromosikan produk.

---

<sup>31</sup> Primada Qurrita Ayun, Pengguna Instant Messenger dan Komunikasi Interpersonal Remaja, Jurnal Ilmu sosial, Vo. 12, No.2, 2015, hal. 38

<sup>32</sup> R Ulfah, IA Ratnamulyani, dan M Fitriah, Loc. Cit, hal. 7.



Mulai dari UMKM hingga perusahaan besar berbondong-bondong melakukan promosi dalam berbagai media sosial masa kini. Selain itu media sosial memungkinkan perusahaan atau lembaga tertentu untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Perusahaan akan melakukan branding, membangun citra yang menarik agar masyarakat minimal mengenal produk yang ditawarkan. Jika masyarakat sudah mengenal produk tersebut, maka besar kemungkinan masyarakat akan membeli produk tersebut suatu saat nanti.<sup>33</sup>

Berdasarkan laporan We Are Sosial tahun 2022, rata-rata pengguna internet yang mengakses media sosial menghabiskan waktu antara 60 menit hingga 180 menit lebih dalam sehari untuk menggunakan media sosial. Riset ini memaparkan banyaknya waktu yang dihabiskan masyarakat untuk mengakses internet dan media sosial lebih tinggi dibandingkan dengan aktivitas masyarakat untuk mengakses media tradisional seperti koran, majalah, radion dan yang lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masyarakat zaman modern kini lebih gemar memanfaatkan media sosial yang ada pada smartphone 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, atau melakukan interaksi chatting melalui WhatssApp dan lain sebagainya.

---

<sup>33</sup> Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri, "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan". Buletin Psikologi Vol. 25, No.1, 36-44, hal. 3

#### 2.2.4 Instagram

Instagram menjadi media sosial dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar berdasarkan laporan We Are Social tahun 2022, Angkanya baru meningkat lagi pada tahun ini. Adapun, Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Sementara, proporsi pengguna TikTok dan Telegram berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8%. Nama Instagram sendiri berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Michel "Mike" Krieger adalah pengusaha Brasil dan insinyur perangkat lunak, yang dikenal sebagai Co-Founder Instagram, bersama Kevin Systrom. Krieger pindah ke California pada tahun 2004 untuk menghadiri Stanford University. Di Stanford, di mana ia belajar sistem simbol, ia bertemu Kevin Systrom. Keduanya mendirikan Instagram di 2010.

Menurut Atmoko dalam bukunya Instagram Handbook, Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter computerized, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. (2012:4). 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. Atmoko menguraikan kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengguna instagram, antara lain :

a. 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.

b. 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. Dengan hasil foto yang menarik, pengguna dapat dengan mudah mendapatkan like dari pengguna instagram lain.

c. Comment (Komentar)

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

pujian atau apresiasi bahkan kritikan melalui bahasa verbal yang kadang diseratakan emoji yang menggambarkan perasaan si penulis komentar. Meski bebas berkomentar, hendaknya apabila ingin menyampaikan kritik pada seseorang menggunakan bahasa yang sopan.

d. Mention

Merupakan aktivitas untuk menyebut pengguna lain dalam unggahan baik story maupun postingan. Bisa juga dalam comment section pada unggahan seseorang maupun media publik. Pengguna instagram yang mendapat mention akan menerima pemberitahuan dari instagram bahwa ada seseorang yang menyebutnya dalam sebuah cerita maupun komentar.

e. Message

Merupakan aktivitas yang memungkinkan para pengguna instagram untuk saling mengirimkan pesan. Aktivitas ini bersifat pribadi, jadi hanya para pengguna yang saling terhubung yang dapat mengetahui pesan tersebut. Pesan yang disampaikan dapat berbentuk bahasa verbal, foto, maupun video. Instagram kemudian memberikan fitur baru yakni video dan voice call yang dapat dilakukan para pengguna. Juga tersedia group chat yang dapat digunakan pengguna untuk berbagi foto dan video bersama teman-temannya.

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

a. 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. Instastory yang hilang setelah 24 jam akan tersimpan dalam akun instagram pengguna dalam arsip story. Hanya pemilik akun yang dapat melihat arsip tersebut.

b. 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. Sayangnya filter ini hanya dapat digunakan untuk foto yang dipublish dalam feeds instagram pengguna. Kini, instagram menyediakan berbagai macam filter menarik yang bisa dicoba para pengguna. Mulai dari filter untuk mempercantik wajah, memperindah gambar, dan sebagainya. Suguhan baru dari instagram disambut hangat oleh para penggunanya. Filter ini bisa digunakan baik dalam instastory maupun unggahan pada feeds instagram.

c. Live

Fitur ini hampir sama dengan instastory. Bedanya, dalam fitur ini pengguna dapat membagikan secara langsung kegiatan yang sedang dilakukan kepada para pengikutnya. Sama seperti acara yang ditayangkan secara langsung di televisi. Apa yang sedang kita lihat adalah apa yang sedang terjadi diwaktu tersebut. Uniknya, dalam fitur ini pengikut instagram yang melihat

live dapat berkomentar. Nantinya komentar ini akan muncul, sehingga pengguna yang sedang melakukan siaran langsung dapat memberikan feedback dari komentar pengikutnya.

d. IG TV

Instagram menyediakan fitur ini agar pengguna dapat mengunggah video dengan durasi yang panjang. IG TV juga memudahkan pengguna ditemukan oleh pengguna lain karena terdapat tab “Popular” yang dapat menunjukkan video-video yang banyak ditonton oleh pengguna Instagram.

e. 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. Bedanya, durasi video TikTok lebih panjang daripada durasi Reels di Instagram.

Instagram merupakan bagian dari interaksi yang dilakukan secara visual dan virtual untuk membentuk citra seseorang dalam dunia maya. Citra diri adalah hasil dari pandangan dan pemahaman terhadap gambaran yang telah dikelola, dianalisis, kemudian tersimpan dalam pikiran seseorang. Setiap orang memiliki citra atau pandangan yang berbeda-beda terhadap suatu objek. Hal ini tergantung persepsinya terhadap objek tersebut atau sebaliknya dimana beberapa orang memiliki persepsi yang relatif sama yang biasa disebut dengan opini publik.

Pengguna instagram mempunyai cara masing-masing untuk mempresentasikan diri pada akun instagram miliknya. Cara yang ditempuh tergantung citra atau kesan apa yang ia ingin tumbuhkan dalam diri audiens atau followersnya. Contohnya pengguna instagram yang ingin mencitrakan diri sebagai seorang sosialita. Maka ia akan mempresentasikan diri dengan menggunakan barang mewah dan branded, makan atau nongkrong di tempat-tempat yang elite, dan sebagainya.

### **2.3 Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai filosofi atau ide pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah dari penelitian ini. Kerangka pemikiran merupakan suatu pemetaan yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pemikir peneliti. Peneliti ingin mengetahui self presenting yang dilakukan 5 mahasiswa Universitas Nasional (UNAS) dalam penggunaan second account media sosial instagramnya berdasarkan teori dramaturgi.

Self presenting atau presentasi diri adalah upaya setiap individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Maka dari itu manusia membutuhkan self presenting untuk menciptakan citra yang baik mengenai dirinya dihadapan masyarakat agar dapat bersosialisasi dengan baik. Penelitian ini akan membahas tentang ***SELF PRESENTING PENGGUNAAN***

***SECOND ACCOUNT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM TINJAUAN  
TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN***

Penjelasan dengan judul yang sudah disebutkan diatas akan menjelaskan bagaimana self presenting 5 mahasiswa Universitas Nasional (UNAS) dalam penggunaan second account media sosial intagramnya dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman. Berikut ini adalah pemikiran dalam kajian self presenting dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman pada penggunaan second account media sosial Instagram yang dilakukan pada mahasiswa atau mahasiswi Universitas Nasional. Berikut merupakan kerangka berpikir dari penelitian ini:





**Tabel 1. Kerangka Berpikir**

