

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA BERDRAMATURGI DALAM MEMBENTUK *SELF-IMAGE* VIRTUAL (STUDI PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM DI KECAMATAN SEDAN)

Khuzaimah¹, Sugeng Harianto²

S1 Sosiologi
Universitas Negeri Surabaya
Surabaya, Indonesia^{1, 2}

e-mail: khuzaimah.21060@mhs.unesa.ac.id¹ , Sugengharianto@unesa.ac.id²

Abstrak

Kecanggihan teknologi membuat berkembangnya berbagai aplikasi media social seperti Instagram. Tersedianya berbagai fitur membuat Instagram tidak hanya sebagai media komunikasi namun juga digunakan oleh remaja dalam membentuk *self image* virtual. Fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan riset tentang Instagram sebagai media berdramaturgi dalam membentuk *self image* virtual. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui panggung depan, panggung belakang, serta bagaimana media sosial instagram digunakan oleh remaja di Kecamatan Sedan dalam membentuk *self image* virtual. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif. Data didapatkan dari hasil wawancara dan juga studi literatur. Data yang didapatkan kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis miles and huberman. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori dramaturgi dari Erving Goffman. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa intstagram pada remaja di Kecamatan Sedan digunakan untuk berdramaturgi dalam membentuk *self image* virtual. Hal ini dapat dilihat dari panggung depan mereka yang selalu menampilkan foto terbaik untuk membranding dirinya serta mendapatkan kesan baik dari para pengikutnya. Selain itu, panggung belakang dari penggunaan Instagram dapat dilihat dari perbedaan kehidupan nyata mereka dengan apa yang ada di Instagram serta mereka tidak ingin pengikutnya mengetahui apa yang menjadi panggung belakang mereka seperti perjuangan dibalik mereka menampilkan yang terlihat di Instagram.

Kata kunci: dramaturgi, *self image*, instagram

Abstract

Technological sophistication has led to the development of various social media applications such as Instagram. The availability of various features makes Instagram not only a medium of communication but also used by teenagers in forming a virtual self Image. This phenomenon makes researchers interested in conducting research on Instagram as a dramaturgical medium in forming a virtual self image. The purpose of this research is to find out the front stage, back stage, and how social media Instagram is used by teenagers in Sedan District in forming a virtual self image. The method used in this study is a qualitative method. Data obtained from interviews and also literature studies. The data obtained was then analyzed using Miles and Huberman analysis techniques. The theory used in this study is the dramaturgical theory of Erving Goffman. The results of the study show that Instagram on adolescents in Sedan District is used for dramaturgy in forming a virtual self-image. This can be seen from their front stage which always displays the best photos to brand themselves and get a good impression from their followers. In addition, the backstage of using Instagram can be seen from the difference in their real life with what is on Instagram and they don't want their followers to know what is their backstage like the struggle behind them showing what is seen on Instagram.

Keywords : dramaturgy, self-image, instagram

PENDAHULUAN

Media sosial dan remaja merupakan dua hal yang tak terpisahkan di era kecanggihan teknologi saat ini. Berdasarkan data tahun 2022, pengguna media sosial di Indonesia mencapai angka sebesar 191,4 juta jiwa pengguna (Dwiryanto, 2022). Aplikasi Instagram menjadi salah satu media social yang paling banyak digunakan. Berdasarkan data dari periklanan Meta memperlihatkan bahwa pengguna Instagram mencapai angka 99,15 juta pengguna. Melalui data bps penggunaan internet meningkat dari tahun ketahun yang dimana pada 2017 mencapai 30,74. Lalu di tahun 2018 mencapai 38,51 hingga 2019 mencapai 47,74 juta. Melalui angka tersebut terlihat penggunaan internet di Jawa Tengah. Dengan penggunaan internet yang meningkat berarti penduduk sudah mengenal beberapa aplikasi yang tersemat melalui telepon pintar salah satunya Instagram. Remaja sering diidentikan dengan ketrampilannya dalam menggunakan teknologi sehingga rata-rata dari mereka banyak yang menggunakan media social salah satunya Instagram.

Kecanggihan teknologi di era digital saat ini, memungkinkan individu melakukan interaksi sosial tanpa adanya Batasan jarak dan waktu. Mereka dapat berkomunikasi melalui media sosial yang dapat saling terhubung dengan orang di belahan dunia manapun dengan mudah dalam jangkauan internet. Adanya teknologi memungkinkan individu satu dengan yang lainnya melakukan interaksi secara tidak langsung atau yang disebut dengan interaksi dalam ruang virtual. Instagram menjadi salah satu media sosial yang menyediakan kemudahan tempat komunikasi dengan individu lain. Dalam Instagram disuguhkan berbagai fitur yang dapat digunakan untuk mengelola diri dalam public. Salah satu fitur yang disediakan yaitu feeds yang dapat digunakan untuk mengunggah foto, reels, maupun cerita yang dapat digunakan untuk membuat instastory. Selain itu ada juga fitur filter yang dapat menjadi daya Tarik tersendiri bagi para penggunanya.

Dalam media sosial seperti Instagram, biasanya tidak hanya murni untuk digunakan dalam berkomunikasi. Akan tetapi sekarang Instagram mulai banyak digunakan sebagai media dalam mengelola self image atau citra diri yang ingin ditampilkan kepada public, mengelola kesan atau mempresentasikan sisi dalam diri yang terlihat baik dalam ruang public. Hal ini dalam pandangan Evin Goffman disebut dengan dramaturgi.

Penelitian mengenai media sosial dan dramaturgi telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Seperti riset yang dilakukan oleh Della Amanda (Amanda, 2019) dengan judul penggunaan media sosial pada ibu rumah tangga dalam tinjauan teori dramaturgi di kota Surabaya. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa tiga jenis dalam menggunakan media sosial yaitu pertama aktif, kedua semi aktif, serta yang ketiga yaitu pasif. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ivy Maharani A, Mohammad Syahriar (Aulia & Sugandi, 2020). yang berjudul mengelola kesan para roleplayer k-pop melalui media social twitter (studi dramaturgi pada akun fandom twitter di kota Bandung) menyebutkan juga bahwa panggung depan ditunjukkan dengan timeline untuk menjaga imagenya serta panggung belakang ditunjukkan dengan pre survey karakter dola melalui variety show di youtube. Ada juga penelitian yang dilakukan oleh Tian Angga Pradhana (Pradhana, 2019). yang membahas tentang Self representing di media sosial Instagram dalam tinjauan Erving Goffman teori dramaturgi: kajian pada mahasiswa uin ampel Surabaya. selanjutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh Dilla Pebriani (Pebriani, 2021) tentang Citra Diri dan Media Sosial Kajian Teori Dramaturgi Tentang Tindakan Mahasiswa dalam Menggunakan Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP USU).

Dari beberapa riset yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Instagram sebagai media berdramaturgi dalam membentuk self image (studi pada 4 remaja pengguna

Instagram di Kecamatan sedan). Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu adanya perbedaan dari segi objek dan subjek penelitian yang nantinya akan berbeda dalam hasil dan temuan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif. Alasan penggunaan metode kualitatif ini berangkat dari fenomena yang berada dalam lapangan sebagai bentuk perilaku yang dihasilkan oleh masyarakat. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan fenomenologi. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang relevan dengan topik yang akan dikaji. Peneliti menggunakan dua sumber data penelitian yaitu data primer dan juga data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara kepada subjek penelitian. Peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur. Metode wawancara tidak terstruktur dipilih karena untuk menggali data yang lebih mendalam dari informan dengan tidak terpaku terhadap daftar pertanyaan yang telah disiapkan secara sistematis. Wawancara dilakukan oleh peneliti secara daring kepada empat subjek penelitian. Subjek penelitian ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Dalam hal ini peneliti menggunakan subjek penelitian yang mempunyai kriteria sesuai dengan judul penelitian yaitu remaja pengguna media sosial Instagram yang bertempat tinggal di Kecamatan Sedan. Selain wawancara, data primer juga dihsaikan oleh peneliti dari analisis media sosial Instagram pada empat subjek penelitian. Peneliti juga menggunakan data sekunder sebagai data pendukung. Peneliti menggunakan data sekunder yang berasal dari artikel jurnal, buku, berita, dan juga literatur lain yang berada dalam internet.

Data yang telah didapatkan oleh peneliti kemudian dianalisis dengan menggunakan Teknik analisis dari Miles and Huberman. Tahapan analisis data merupakan tahap dimana peneliti berupaya dalam menyajikan data yang didapatkan menjadi sebuah tataran logika. Upaya ini

dilakukan dengan cara melihat fenomena yang diteliti dengan menggunakan perspektif teori yang dipakai sebagai pisau analisis. Perspektif teori yang digunakan sebagai pisau analisis yaitu teori dramaturgi dari Erving Goffman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sehingga Teknik analisis yang digunakan merupakan Teknik analisis logika berpikir secara induktif. Logika berpikir secara induktif ini memiliki arti dimana kesimpulan dari hasil penelitian dibangun dari umum menuju ke khusus. Analisis digunakan sebagai bentuk dalam melihat makna dari temuan data agar peneliti dapat memahami makna yang ada bukan menjelaskan fakta itu sendiri (Bungin, 2012). Teknik proses interaktif dari Miles and Huberman (1994: 23) digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini. Tahapan dalam Teknik analisis interaktif mencakup tiga hal yaitu tahap penyajian data, tahap reduksi data, serta tahap penarikan kesimpulan atau proses verifikasi. Proses yang dilakukan antar tahapan melalui bentuk siklus serta dilaksanakan selama masa pengumpulan data dilakukan (Nugrahani & Hum, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan instagram bagi remaja

Remaja atau yang sering disebut dengan generasi milenial yang akhir akhir ini menjadi fenomena yang fenomenal dan kerap kali dibicarakan oleh orang-orang (Mutia, 2017). Bagi remaja saat ini instagram menjadi suatu hal yang tak asing. sudah banyak remaja yang pandai dalam menggunakan aplikasi instagram. Namun penggunaan instagram yang tidak disertai dengan sikap yang bijak menyebabkan beberapa dampak bagi remaja yaitu dampak positifnya para remaja dapat melihat dan menemukan berbagai alternatif hiburan yang dilihat melalui beberapa postingan pengguna lain ataupun memanfaatkan instagram untuk berjualan atau hal-hal positif lainnya. Namun penggunaan instagram yang tidak terkontrol dapat memunculkan dampak negatif seperti halnya postingan yang diupload terkadang berlebihan sehingga tidak terkontrol dalam bermedia sosial. Dari

sini lah para remaja menggunakan aplikasi instagram sebagai self image untuk mencari eksistensi dirinya terhadap para pengguna lain.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan pada saat ini. Nama instagram berasal dari dua kata yaitu kata "instant" yang mempunyai arti langsung serta kata "gram" yang merujuk pada kata "telegram" yang mempunyai arti berfungsi untuk mengirimkan informasi terhadap orang lain dengan waktu yang cepat. Pada awalnya instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger sebagai aplikasi pada telepon pintar yang hanya berfokus berfokus dengan bagian foto, komentar serta fitur yang ditandai dengan menggunakan tanda hati. Pada hari pertama kemunculan instagram terdapat sebanyak 25.000 orang yang mendaftar pada aplikasi instagram. Hal tersebut disebabkan karena hasil foto yang dihasilkan oleh instagram lebih dramatis dengan menggunakan fitur memotong foto kedalam bentuk yang unik seperti halnya hasil dari foto kamera polaroid serta penerapan filter digital. Tahun 2008 aplikasi instagram menjadi App of The Years versi App Store Iphone. kemudian tahun 2012 instagram diakuisisi oleh facebook yang saat ini berubah nama menjadi Meta) dengan nilai sekitar \$1 miliar.

Budaya populer secara umum dapat diartikan sebagai bermacam hasil budaya yang diamati serta disenangi oleh banyak orang (Zeisler, 2008; Storey, 2015). media sosial seperti instagram saat ini seakan menjelma sebagai sebuah kebutuhan dan bagian dari kehidupan masyarakat modern saat ini (Iksandy, 2022). Sejak kemunculannya pada tahun 2009 instagram menjadi media sosial yang ramai digunakan dan paling diminati oleh masyarakat. Peminat terbanyak dari pengguna instagram yaitu remaja yang dijuluki sebagai digital native. Digital native diartikan sebagai generasi yang lahir serta tumbuh di era internet. berbagai cara dilakukan instagram untuk mempertahankan keeksisannya di dalam masyarakat. salah satunya yaitu dengan memperbarui beberapa fitur yang ada

dalam instagram. Beberapa fitur yang terdapat dalam instagram seperti cerita instagram, adanya pemakaian hashtag serta *caption* yang terdapat pada foto yang diunggah ataupun unggahan video.

Media sosial instagram dapat digunakan dalam membentuk persepsi masyarakat (Kertamukti, 2015). Konsep mengenai identitas diri menjadi suatu bagian yang paling penting dalam dunia digital. Hal ini disebabkan karena internet telah menghadirkan sisi lain dari pengguna media sosial yang tidak ditampilkan dalam dunia nyata. Meskipun identitas yang ada dalam dunia maya dan dunia nyata mempunyai kesamaan makna. Akan tetapi, kemunculan internet telah menghadirkan perubahan besar dalam mengartikan serta membangun identitas diri. Terdorong berbagai perubahan tentang makna menciptakan serta mengelola identitas diri individu Ketika mereka berada dalam ruang siber pada masa internet.

Panggung depan dan panggung belakang remaja pengguna instagram di Kecamatan Sedan

Erving Goffman menjelaskan bahwa perilaku dari manusia itu tak ubahnya seperti halnya panggung pertunjukan drama dimana mempunyai panggung depan atau front stage dan juga panggung belakang atau back stage. Di Dalam front stage individu menampilkan perilaku atau pertunjukan seperti penampilan dan juga gaya (*appearance and manner*). Dalam front stage atau panggung depan merupakan bagian dalam menjelaskan situasi yang terjadi yang dilihat oleh penyaksi pertunjukan atau drama. Front stage terbagi kedalam dua bagian yaitu setting pemandangan fisik yang harus ada disaat actor sedang memainkan peran yang ada dalam pertunjukan tersebut. Bagian kedua dari front stage yaitu front personal dimana semua perlengkapan yang digunakan dalam membahas perasaan dari sang actor. Sedangkan dalam back stage atau panggung belakang yaitu ruang menjadi tempat berjalannya skenario tim.

Berdasarkan perspektif dramaturgi Erving Goffman, dramaturgi memang dapat terjadi pada siapapun dan di belahan dunia manapun karena sejatinya manusia mempunyai keinginan yang berbeda-beda dalam menampilkan dirinya di ranah public atau dalam ranah media. Individu berhak dalam menentukan sisi keunikan dirinya yang ingin ditampilkan yang berbeda dari yang lainnya. Terkadang individu bisa ingin dilihat ideal bahkan sempurna namun dalam sisi yang lainnya individu kadang bisa bersikap yang berlainan dari kata sempurna tersebut. Dua sisi yang berlainan tersebut ditampilkan dengan menggunakan persiapan yang maksimal layaknya sebuah pementasan. Pertunjukan dalam panggung depan tersebut dapat ditemukan dalam jejaring media social Instagram informan yang merupakan seorang remaja. Panggung depan dalam pandangan Erving Goffman yaitu terdiri dari bagian dalam pertunjukkan yang memuat penampilan (appearance) dan juga gaya (manner). Panggung depan yang dilakukan oleh remaja pengguna Instagram di Kecamatan Sedan yaitu dengan menyiapkan foto yang paling terlihat bagus untuk di posting dalam feed ataupun cerita dalam instagram. berdasarkan analisis media, dalam postingan yang diupload pengguna Instagram selalu menampilkan pakaian ataupun gaya terbaik supaya mendapatkan respon positif serta apresiasi dari pengguna Instagram lain yang dapat melihat video maupun foto yang diposting. Sedangkan, pengguna Instagram dapat menampilkan pakaian ataupun gaya yang bisa dibilang berbanding terbalik dengan kesempurnaan yang ditampilkan dalam Instagram. Misalnya saja ketika menampilkan gaya makan yang diupload di Instagram selalu ditampilkan gaya makan yang bagus pada saat makan diluar disertai pakaian yang dipilih yang menurutnya cocok sebelum pergi keluar. Akan tetapi pada saat dirumah tanpa adanya social media instagram atau pada back stage semua itu berubah dengan gaya makan yang sederhana seperti biasanya ketika makan di rumah serta pakaian yang apa adanya. Panggung belakang tersebut dapat dilihat dari penampilan ataupun gaya yang lebih sederhana dan santai

dibandingkan dengan apa yang ditampilkan pada font stage.

Instagram sebagai media berdramaturgi dalam membentuk self-image virtual

Media Instagram menjadi salah satu tempat yang digunakan dalam melakukan pertunjukan atau dramaturgi. Teori dramaturgi pada akhirnya akan berakhir dengan adanya pengelolaan kesan. Dalam perspektif Goffman, pengelolaan kesan yang terjadi dalam media disebut dengan impression management. Setiap kehidupan yang ditampilkan dalam media social Instagram telah disetting sedemikian rupa oleh aktor yang menunjukkan performance tertentu. Dimana performance tersebut dimaksudkan untuk memberikan kesan kepada orang lain. Keberadaan media social Instagram pada saat ini tidak hanya untuk kebutuhan komunikasi semata. Keberadaannya yang didukung dengan fitur-fitur menarik membuat remaja tertarik untuk menggunakannya terutama pada bidang videografi serta fotografi. Dalam Instagram remaja banyak melakukan drama untuk mendapatkan apresiasi. Instagram digunakan untuk membuat self-image virtual yang positif dan menarik bagi khalayak public. Self-image dapat diartikan sebagai penggambaran diri yang digunakan untuk penilaian sehingga dalam penggunaan Instagram terdapat self-image yang ingin ditampilkan secara virtual untuk menunjukkan gambaran diri sesuai yang diinginkan dalam pandangan masyarakat luas di media social.

Adanya fenomena ini membuat instagram menjadi media yang dapat digunakan dalam melakukan dramaturgi. Berdasarkan keterangan dari informan bahwa Instagram digunakan untuk memberikan citra positif atau self-image yang positif dalam masyarakat. Hal ini dapat dilihat ketika mereka melakukan pengeditan serta pemilihan gambar yang menggunakan pakaian (appearance) dan gaya (manner) yang menurutnya paling bagus terhadap apa yang akan mereka posting agar terlihat baik ketika dilihat oleh masyarakat yang dapat melihat akun media social instagramnya.

Media sosial seperti Instagram menjelma menjadi media dalam melakukan arsip data melalui jaringan internet yang banyak digunakan dalam mengelola citra diri atau self image (Ulfah et al., 2017). Fitur serta konten yang terdapat dalam media sosial seperti Instagram menjadi tempat dimana orang dapat menentukan konstruksi diri mereka secara luas menjadi apa yang ingin mereka tampilkan kepada orang lain, citra apa yang akan ditampilkan serta kesan seperti apa yang ingin mereka dapatkan. Goffman berpendapat bahwa individu dapat menampilkan suatu show bagi orang lain. Akan tetapi impression yang ditampilkan oleh si pelaku dalam pertunjukkan tersebut dapat berbeda-beda. Dalam dramaturgi ini, individu cenderung melakukan kegiatan rutin yang menunjukkan dirinya sebagai sosok ideal seperti dalam hal status sosialnya. Sedangkan kegiatan atau fakta-fakta yang tidak sesuai dengan citra dirinya cenderung disembunyikan oleh individu ini. Sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Goffman bahwa manusia merupakan actor dalam memainkan perannya disebuah sandiwara. Dalam hal ini Instagram dijadikan oleh remaja sebagai panggung depan dalam menunampikan sandiwara tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan informan, terdapat beberapa tujuan yang ingin ditampilkan ketika mereka mengunggah sebuah foto ataupun video. Terdapat beberapa tujuan yang ingin ditampilkan Ketika mereka mengunggah sebuah foto atau video di Instagram diantaranya yaitu agar orang tahu mereka ada disebuah tempat, menambah kesan baik bagi orang yang melihat, memberkan informasi kepada pengikutnya bahwa dia berada disebuah tempat. Pengunggahan foto ataupun video dalam Instagram yang mereka tampilkan dilakukan dengan beberapa persiapan seperti memilih foto yang wajahnya terlihat bagus, memilih foto yang terlihat estetik dan lain sebagainya. Tujuan dari penampilan tersebut supaya mereka mendapatkan kesan baik bagi para followersnya, membradning diri dalam media sosial Instagram, bahkan ada yang digunakan dalam menarik target market dari ide bisnis yang dijalankannya melalui postingan Instagram. Mereka menyatakan

bahwa terdapat beberapa hal yang tidak ingin mereka posting kedalam isntagram seperti perjuangan dibalik mereka menampilkan story yang terlihat bagus dimata pengikutnya, dan juga hal-hal lainnya. Hal inilah yang merupakan panggung belakang mereka yang tidak bisa diketahui oleh orang umum seperti pengikutnya.

Argumen Chaney menyatakan bahwa gaya hidup akan membuat kita mengarah kepada perburuan penampilan serta citra (Ulfah et al., 2017). Hal ini membuat seseorang terkadang memanipulasi citra dirinya dimata orang lain yang melihatnya. Goffman berpendapat bahwa individu ibarat seorang actor yang dapat meaminkan peran dalam sandiwara. Individu akan berusaha menampilkan yang terbaik dari dirinya seusai dengan kesan yang ingin ia dapatkan. Dalam hal ini, informan menyatakan bahwa berusaha mengunggah dalam Instagram apa yang terbaik dari foto dan video mereka guna mendapatkan kesan baik dari para pengikutnya. Tidak dipungkiri juga bahwa terkadang mereka juga ingin menampilkan hal berbeda dari dirinya. Akan tetapi hal tersebut juga masih sangat berbeda dengan apa yang sebenarnya terjadi dalam dunia nyata mereka. Dengan kata lain, Instagram digunakan oleh mereka dalam mengkonstruksi self image yang baik kepada khalayak umum terutama para pengikutnya dalam media sosial.

SIMPULAN DAN SARAN

Adanya teknologi memungkinkan individu satu dengan yang lainnya melakukan interaksi secara tidak langsung atau yang disebut dengan interaksi dalam ruang virtual. Salah satu fitur yang disediakan yaitu feeds yang dapat digunakan untuk mengunggah foto, reels, maupun cerita yang dapat digunakan untuk membuat instastory. Akan tetapi sekarang Instagram mulai banyak digunakan sebagai media dalam mengelola self image atau citra diri yang ingin ditampilkan kepada public, mengelola kesan atau mempresentasikan sisi dalam diri yang terlihat baik dalam ruang public. Terkadang

individu bisa ingin dilihat ideal bahkan sempurna namun dalam sisi yang lainnya individu kadang bisa bersikap yang berlainan dari kata sempurna tersebut. Hal itulah yang disebut dengan dramaturgi dalam pandangan Erving Goffman yang mana terdapat panggung depan dan juga belakang dalam kehidupan individu. Panggung depan yang dilakukan oleh pengguna Instagram yaitu dengan menyiapkan foto yang paling terlihat bagus untuk di posting dalam feed ataupun cerita dalam instagram. Dalam postingan yang diupload pengguna Instagram selalu menampilkan pakaian ataupun gaya terbaik supaya mendapatkan respon positif serta apresiasi dari pengguna Instagram lain yang dapat melihat video maupun foto yang diposting. Self-image dapat diartikan sebagai penggambaran diri yang digunakan untuk penilaian sehingga dalam penggunaan Instagram terdapat self-image yang ingin ditampilkan secara virtual untuk menunjukkan gambaran diri sesuai yang diinginkan dalam pandangan masyarakat luas di media social. Instagram kini tidak hanya sebagai media melakukan komunikasi saja akan tetapi juga sebagai media dalam melakukan dramaturgi dalam membentuk self-image virtual yang dilakukan oleh remaja. Hal ini dapat dilihat ketika mereka melakukan pengeditan serta pemilihan gambar yang menggunakan pakaian (appearance) dan gaya (manner) yang menurutnya paling bagus terhadap apa yang akan mereka posting agar terlihat baik ketika dilihat oleh masyarakat yang dapat melihat akun media social instagramnya.

Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis dengan tema penelitian ini supaya menggali data yang lebih dalam lagi agar dapat melengkapi kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Sugeng Harianto selaku pengampu mata kuliah Teori Sosiologi Modern yang turut berkontribusi dalam memberikan bimbingan sehingga terbuatlah artikel ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, D. (2019). *Penggunaan media sosial pada ibu rumah tangga dalam tinjauan teori dramaturgi di kota surabaya*.
- Aulia, I. M., & Sugandi, M. S. (2020). *Pengelolaan Kesan Roleplayer K-Pop Melalui Media Sosial Twitter (Studi Dramaturgi Pada Akun Twitter Fandom Di Kota Bandung)*. 17(1), 75–84.
- Dwiryanto, A. (2022). *Data digital indonesia tahun 2022*. kompasiana.com:https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=2&page_images=1
- Iksandy, D. Y. (2022). *DRAMATURGI PENGGUNA SECOND ACCOUNT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. SOURCE*. 8(1), 24–29.
- Kertamukti, R. (2015). *Instagram dan pembentukan citra (Studi kualitatif komunikasi visual dalam pembentukan personal karakter account instagram @ basukibtp)*. 8(1).
- Mutia, T. (2017). *Generasi Milenial, Instagram Dan Dramaturgi: Suatu Fenomena Dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Islam*. 41(2), 240–251.
- Pebriani, D. (2021). *Citra Diri dan Media Sosial Kajian Teori Dramaturgi Tentang Tindakan Mahasiswa dalam Menggunakan Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP USU)*.
- Pradhana, T. A. (2019). *Self Presenting pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman: Studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)*.
- Sulfikar, A. (2011). *Menguak Rahasia Pencitraan dengan Teori Dramaturgi*. [Http://sulfikar.com/menguak-](http://sulfikar.com/menguak-)

rahasia-pencitraan-dengan-teori
dramaturgi.html#more921.

Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M.
(2017). FENOMENA
PENGUNAAN FOTO OUTFIT
OF THE DAY DI INSTGRAM
SEBAGAI MEDIA PRESENTASI
DIRI (Suatu Kajian Komunikasi
Dalam Pendekatan Dramaturgi
Erving Goffman). *JURNAL
KOMUNIKATIO*, 2(1).
<https://doi.org/10.30997/jk.v2i1.193>