

PENERAPAN TEORI DRAMATURGI DALAM CITRA DIRI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar)

Made Ika Kusuma Dewi¹, Anggara Putu Dharma Putra², Bagus Ade Tegar Prabawa³, Komang Dewi Komala Yogantari⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi Hindu, Fakultas Dharma Duta, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

¹kusumaika@uhnsugriwa.ac.id, ²ankgafdd@uhnsugriwa.ac.id, ³tegarprabawa@uhnsugriwa.ac.id,
⁴kyogantari@gmail.com

Abstrak

Second account menciptakan dinamika dramatis baru dalam konteks media sosial, dimana individu memiliki lebih banyak kendali atas presentasi diri pengguna dan cara individu berinteraksi dengan berbagai audiens. Penggunaan second account dapat dianggap sebagai bentuk dramaturgi digital, dimana individu secara sadar membentuk dan memainkan peran dalam pertunjukan online media sosial Instagram. Sejalan dengan pandangan Goffman tentang interaksi sosial sebagai suatu dramaturgi, setiap individu berusaha untuk mengekspresikan diri sesuai dengan harapan sosial dan menciptakan kesan yang diinginkan dihadapan orang lain. Istilah panggung depan merujuk pada apa yang ditampilkan saat individu berinteraksi dengan orang lain atau dalam konteks kelompok sosial dimasyarakat, yang mencerminkan identitas sosial yang diinginkan. Hasil penelitian terdapat penerapan teori dramaturgi pada aktivitas sosial media Instagram mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Mahasiswa memberikan informasi bagaimana aktivitas first account yang mencerminkan bagaimana mahasiswa ingin dikenal oleh pengikut media sosial Instagram agar dapat mencitrakan diri sebaik mungkin. Pada second account aktivitas media sosial yang hanya dapat diakses kalangan tertentu untuk menampilkan sisi yang berbeda dari first account.

Kata Kunci : Teori Dramaturgi, Citra Diri, Media Sosial Instagram

Abstract

Second accounts create a new dramatic dynamic within the context of social media, wherein individuals gain greater control over their self-presentation and the way they interact with various audiences. The use of second accounts can be understood as a form of digital dramaturgy, where individuals consciously construct and perform roles in the online setting of Instagram. In line with Goffman's perspective of social interaction as a dramaturgical process, each individual attempts to express themselves by social expectations and to create a desired impression before others. The concept of the front stage refers to what is presented when individuals interact with others or within social group contexts, reflecting the social identity they wish to portray. The findings of this research reveal the application of dramaturgical theory in the Instagram activities of students at UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Students provided insights into how their first account activities are intentionally curated to shape how they wish to be perceived by their followers—often reflecting an idealized version of themselves. In contrast, second account activities are restricted to a more selective audience and serve as a space for expressing aspects of the self that differ from those shown on the first account.

Keywords: Dramaturgical Theory, Self-Presentation, Instagram, Social Media

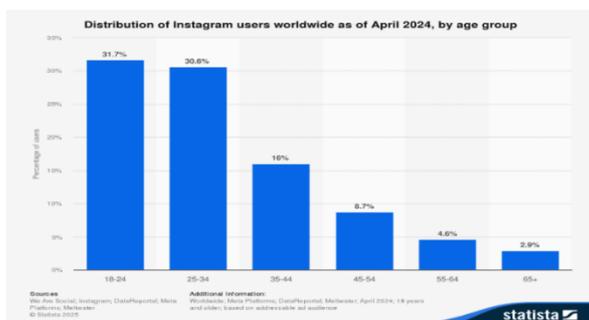
1. PENDAHULUAN

Instagram telah menjadi simbol budaya populer dikalangan mahasiswa, menawarkan panggung visual yang unik untuk mengekspresikan dan mendokumentasikan berbagai aspek kehidupan mereka. Dengan fokus pada visual storytelling, mahasiswa secara kreatif memanfaatkan gambar dan video untuk merangkai narasi sehari-hari mereka. Dari momen-momen kampus hingga perjalanan, Instagram menjadi album virtual yang mencerminkan pengalaman mahasiswa. Secara umum, budaya populer dapat dijelaskan sebagai berbagai bentuk produk budaya yang

mendapatkan minat dan kegemaran dari sejumlah besar orang (Zeisler, 2008). Hal serupa berlaku untuk media sosial, terutama Instagram, yang pada saat ini telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat. Sejak diluncurkan pada tahun 2009, Instagram telah menjadi platform media sosial yang diminati oleh berbagai kalangan, terutama remaja yang dapat diidentifikasi sebagai digital natif, yaitu generasi yang lahir dan tumbuh di era internet (Iksandy, 2022; Hidayat, 2023).

Pengguna Instagram terbanyak adalah kaum anak muda, hal ini dikarenakan usia produktif dengan segala aktivitas yang mengharuskan aktif dimedia sosial khususnya

Instagram. Menurut statista rentang usia tertinggi pengguna media sosial Instagram berada pada rentang usia 18-24 tahun dan usia 25-34 tahun.



(Sumber: www.statista.com)

Gambar 1. Data Rentang Usia Pengguna Sosial Media

Data diatas menunjukkan rentang usia 18-24 tahun ialah usia kawula muda terdidik adalah mahasiswa. Mahasiswa menjadi pengguna paling aktif pada media sosial Instagram. Setiap momen, peristiwa, dan karya dalam hidup baik itu foto maupun video tersebut akan terunggah kedalam media sosial Instagram. Adanya media sosial Instagram, mahasiswa dapat mengekspresikan diri, mengaktualisasikan diri, mengeksisikan serta memerlukan pertemanan. Media sosial Instagram dapat mengambil foto, mengedit, dan membagikan peristiwa serta dapat menggunakan effect editing. Hal ini dilakukan agar tampak eksis di media sosial dan menciptakan citra positif. Dalam media sosial instagram terdapat fitur-fitur yang fokusnya pada berbagi foto dan video, menciptakan naratif visual yang memungkinkan pengguna menggambarkan kehidupan individu dengan cara yang unik. Fitur-fitur seperti Stories, IGTV, dan Explore memberikan dimensi baru bagi pengalaman pengguna.

Salah satu fenomena menarik didalam ekosistem Instagram adalah penggunaan second account. Second account adalah akun tambahan yang dibuat oleh pengguna, seringkali dengan tujuan tertentu seperti menjaga privasi, mengeksplorasi identitas alternatif, atau mengkhususkan diri pada topik tertentu. Second account menciptakan dinamika dramatis baru dalam konteks media sosial, dimana individu memiliki lebih banyak kendali atas presentasi diri pengungs dan cara

individu berinteraksi dengan berbagai audiens. Penggunaan second account dapat dianggap sebagai bentuk dramaturgi digital, dimana individu secara sadar membentuk dan memainkan peran dalam pertunjukan online media sosial Instagram (Eldhia & Fuady, 2023; Kusumadinata & Hardiyanti, 2023). Sejalan dengan pandangan Goffman tentang interaksi sosial sebagai suatu dramaturgi, setiap individu berusaha untuk mengekspresikan diri sesuai dengan harapan sosial dan menciptakan kesan yang diinginkan dihadapan orang lain. Saat berinteraksi, manusia memilih peran yang akan dimainkan. Istilah panggung depan merujuk pada apa yang ditampilkan saat individu berinteraksi dengan orang lain atau dalam konteks kelompok sosial dimasyarakat, yang mencerminkan identitas sosial yang diinginkan. Sebaliknya, panggung belakang adalah ruang di mana individu menyembunyikan identitas personal mereka (Dewi & Janitra, 2018).

Saat berinteraksi dengan orang lain, khususnya pada dunia maya, seringkali perhatian individu tertuju pada bagaimana orang akan menilai perilakunya, bagaimana orang lain berfikir sesuai dengan pemikiran individu. Maka perlu dilakukan presentasi diri, yaitu usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap mengenai diri baik secara disadari maupun tidak. Dalam mempresentasikan diri, pengguna Instagram akan menata medianya agar terkesan sempurna dan sesuai dengan harapan orang-orang. Bentuk presentasi diri juga dapat dilihat dari akun apa saja yang diikuti. Misalnya saja jika banyak mengikuti akun pendidikan, maka dapat dikatakan si pemilik akun menyukai pendidikan. Selain itu, jika pemilik akun banyak mengikuti akun fashion maka bisa dikatakan si pemilik akun menyukai bidang fashion. Bentuk presentasi diri juga bisa dilihat dari unggahan foto atau video pemilik akun Instagram, jika pemilik akun ingin dikatakan sebagai pencinta seni, maka rata-rata unggahan foto dan video terkait dengan seni yang memiliki daya tarik keunikan sendiri.

Mutia, Tika (2017) artikel yang berjudul Generasi milenial, Instagram dan Dramaturgi: suatu fenomena dalam pengelolaan kesan ditinjau dari perspektif komunikasi Islam menjelaskan generasi milenial merupakan sebuah istilah yang akhir-akhir ini menjadi suatu hal yang fenomenal dan acap kali dibicarakan oleh banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang fenomena penggunaan jejaring sosial Instagram untuk mengelola kesan oleh generasi milenial dalam

pendekatan teori Dramaturgi yang dipopulerkan oleh Erving Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam jejaring sosial Instagram, generasi milenial melakukan pengelolaan kesan dengan menampilkan panggung depan sedemikian rupa melalui penampilan (appearance) dan sikap (manner) yang mengarah kepada kepada hiperrealitas. Foto dan video yang diunggah menampilkan kesan bahwa mereka berkelas, mengikuti tren perkembangan teknologi dan sukses dalam profesi pekerjaan. Sementara dipanggung belakang, generasi milenial lebih memiliki penampilan dan sikap yang apa adanya. Sangat bertolak belakang dari panggung depan, belum memiliki profesi pekerjaan yang jelas dan mempresentasikan diri lebih bebas tanpa harus mengelola kesan.

Dewi dan Janitra (2018) artikel yang berjudul *Dramaturgi dalam media sosial: second account di Instagram sebagai alter ego* menjelaskan media sosial dewasa ini telah menjadi representasi diri dan bentuk eksistensi dari pelajar khususnya mahasiswa. Salah satunya platform yang digandrungi saat ini adalah aplikasi Instagram, hampir semua mahasiswa memiliki akun Instagram. Salah satu fitur Instagram terbaru adalah multiple account, yang memungkinkan penggunanya menggunakan dua akun atau lebih sekaligus pada satu aplikasi Instagram, sehingga memungkinkan untuk menggunakan beberapa akun Instagram secara bersamaan. Hal ini dimanfaatkan beberapa mahasiswa pengguna Instagram untuk memiliki lebih dari satu akun. Jika akun pertama akuntabilitasnya jelas atau menggunakan nama akun yang dipilih adalah nama panggilan yang merepresentasikan dirinya saat online dan offline, maka akun kedua dan ketiga sengaja dibuat dengan tidak merepresentasikan identitas aslinya

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan serta adanya penelitian terdahulu terdapat perbedaan pada penggunaan platform media sosial Instagram yang mana Instagram digunakan sebagai sarana dalam menunjukkan citra diri yang berbeda dari kehidupan nyata. Penggunaan second account dalam media sosial Instagram untuk menunjukkan citra diri yang berbeda dalam masing-masing akun. Hal ini banyak dilakukan oleh mahasiswa Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Dari observasi secara general ditemukan bahwa mahasiswa rela

melakukan hal yang tidak sesuai dengan citra diri dalam kehidupan nyata demi membangun branding diri yang sesuai dalam media sosial Instagram. Ditemukan pula apa yang diunggah oleh mahasiswa tidak semua benar atau bukan bagian dari diri, hal ini menunjukkan dengan melakukan pencitraan di media sosial Instagram, mahasiswa merasa status sosialnya dapat meningkat.

Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik untuk mengangkat masalah ini dalam rumusan masalah seperti berikut:

1. Bagaimana penerapan teori dramaturgi mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dalam citra diri media sosial Instagram?
2. Bagaimana mahasiswa membangun citra diri dalam media sosial Instagram?

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif, artinya penelitian yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang terkait dengan atau melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara factual dan cermat. Penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini semata-mata menggambarkan suatu objek untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum. Penelitian ini penulis akan mendeskripsikan penelitian ini berkaitan dengan bagaimana mahasiswa membangun citra diri pada media sosial Instagram, bagaimana penerapan teori Dramaturgi dalam citra diri media sosial Instagram. Dalam penelitian ini, oleh karena bersifat deskriptif, maka analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif.

Data kualitatif adalah merupakan data yang berbentuk kata-kata atau tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen, foto dan sebagainya (Lofland, 2006: 87). Pada tahap ini, peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, penelitian ini terdapat data utama (primer) yang didapatkan oleh peneliti di lapangan melalui hasil wawancara serta pengamatan di lokasi penelitian melalui observasi. dan data pendukung (sekunder) data yang berbentuk buku-buku, atau hasil penelitian yang terkait dengan penelitian ini. Didalam penelitian ini, penulis menggunakan metode dalam rangka mengumpulkan bahan-bahan yang praktis didalam penyusunan ini. Sebab metode adalah jalan yang harus dilalui untuk

mencapai tujuan. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan langkah-langkah yaitu observasi, wawancara, dan kepustakaan. Dalam penelitian ini diharapkan dapat

Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Berikut adalah tabel mengenai informasi dari informan yang sudah peneliti wawancara:

Tabel 1. Informasi Mengenai Informan

No	Nama	Fakultas	Usia	Jumlah Akun
1	N L A M	Brahmawidya	20	2
2	I M A K W	Dharma Acarya	19	3
3	I D A W A	Dharma Duta	20	2
4	P K P C P	Dharma Acarya	21	3
5	K S K P	Dharma Acarya	21	5
6	M M P	Dharma Duta	19	4
7	K P P	Dharma duta	21	2

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Penerapan Teori Dramaturgi Mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar Dalam Citra Diri Media Sosial Instagram

Media sosial Instagram tak hanya digunakan untuk sekadar melakukan komunikasi namun untuk merepresentasikan diri mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar kepada para *followers* atau pengikut sehingga mahasiswa dapat menciptakan kesan yang ingin ditampilkan, misal mahasiswa perempuan yang gemar memposting foto dirinya atau mahasiswa laki-laki yang sering mengunggah fotonya saat sedang berkumpul dalam kegiatan sosial di pantai dalam rangka melestarikan lingkungan tanpa sampah. Visual dalam Instagram memiliki peran yang sangat penting, sebab gambar lebih efektif dalam menyampaikan pesan dibandingkan teks. Hal ini karena gambar bersifat lebih ekspresif dan memberikan keleluasaan bagi seseorang untuk mengungkapkan sesuatu secara lebih bebas dibandingkan dengan kata-kata. Saat ini media sosial Instagram masih didominasi oleh pengguna perempuan dan uniknya ternyata banyak mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar khususnya generasi z atau generasi strawberry memiliki akun Instagram

lebih dari satu. Istilah atau sebutan yang sudah tidak asing bagi pengguna platform Instagram yang aktif adalah *first account* dan *second account*.

First account atau akun utama dalam media sosial Instagram, dapat diartikan sebagai akun yang berfungsi untuk merepresentasikan diri mahasiswa sebagai pribadi yang ideal namun tetap menggunakan identitas pribadinya, dengan memposting foto ataupun video yang sifatnya sempurna dan baik, seperti momen bersama teman, prestasi akademik, atau mengunjungi sebuah tempat. Melalui akun utama, mahasiswa cenderung membagikan konten yang dianggap layak tampil diplatform Instagram. Karena sifat *first account* yang lebih terbuka, pengikut dari akun utama biasanya lebih luas dan umum sehingga siapa saja bisa melihat apa yang pengguna posting. Oleh karena itu, pengguna cenderung lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih konten yang akan dibagikan, karena mahasiswa sadar bahwa apa yang diposting pada akun utama akan membentuk persepsi orang lain terhadap diri pengguna akun. Akun utama sering dianggap cerminan “versi terbaik” dari seseorang pada media sosial Instagram dan berperan penting dalam membangun citra diri atau personal branding mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar.

Tabel 2. Hasil Wawancara Bersama Informan

No	Informan	Hasil Wawancara
1	N L A M	Saya pakai akun utama untuk hal-hal yang saya rasa pantas dilihat banyak orang, seperti saat ikut lomba, seminar, atau pergi ke tempat yang estetik. Saya pikir itu penting karena banyak dosen dan teman yang follow, jadi saya harus tampil baik.
2	I M A K W	Kalau diakun utama, saya hanya posting hal-hal yang menurut saya ‘aman’ dan di bio saya mencantumkan #YukMajukanPotensiDesa Saya posisikan akun utama saya sebagai portofolio sekaligus kanal promosi. Setiap foto harus berkualitas, dan caption saya usahakan mengandung insight atau ajakan positif. Banyak brand juga lihat dari sana. Jadi kontennya harus bersih, informatif, dan inspiratif
3	I D A W A	Akun utama saya, saya sering membagikan unggahan mengikuti kegiatan kemahasiswaan dan

		mengikuti komunitas Malu Dong jadi saya hanya mengunggah kegiatan yang dilihat tanggap terhadap lingkungan jadi tidak mungkin saya memposting sesuatu hal yang aneh dalam akun utama
4	P K P C P	Pada akun utama saya menyematkan diri sebagai duta kampus dan duta di kabupaten jadi saya lebih hati-hati kalau mau posting di akun utama. Biasanya saya edit dulu fotonya, dan pilih caption yang bagus. Karena akun itu dilihat banyak orang, saya ingin terlihat pintar dan berwawasan dan sesuai dengan bio yang saya sematkan
5	K S K P	Akun utama saya ibarat etalase. Semuanya saya konsep dari feed, tone warna, sampai jam upload. Saya tampilkan diri sebagai pribadi yang aktif, stylish, dan tetap dekat dengan nilai budaya Bali. Karena audiens saya luas, saya nggak bisa asal posting. Harus mencerminkan identitas yang kuat tapi tetap <i>relatable</i>
6	M M P	Saya selalu pastikan setiap postingan di akun utama itu meaningful. Bukan cuma foto bagus, tapi harus punya makna: apakah itu tentang seni, perjuangan perempuan, atau pengalaman hidup. Saya mau dikenal bukan cuma cantik, tapi juga punya nilai
7	K P P	Akun utama biasanya suka posting waktu traveling, nongkrong bersama teman atau ikut kegiatan kampus. Tapi saya selalu pastikan wajah saya kelihatan bagus dan bajunya sopan. Karena followers saya itu campur ada keluarga juga.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Media sosial Instagram berperan sebagai media yang sangat menjanjikan mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dalam membentuk dan menegosiasikan citra diri pada ruang digital. Informan tidak hanya memproduksi konten, tetapi secara aktif mengatur citra diri sesuai konteks sosial, hubungan personal, dan tujuan komunikatif tertentu. Maka dalam panggung depan bukan hanya sekedar penampilan fisik atau gaya visual mencangkup seluruh representasi sosial yang dibentuk secara sadar untuk membangun persepsi publik yang diinginkan. Para informan menyadari bahwa

pengikut akun utama mencakup dosen, teman kampus, keluarga, bahkan pihak eksternal seperti perusahaan ataupun instansi. Oleh karena itu, biasanya mahasiswa Menyusun konten dengan penuh pertimbangan agar citra diri yang dibentuk sesuai dengan nilai-nilai yang dianggap layak oleh pengikut akun media sosial Instagram. Beberapa mahasiswa yang diwawancarai bahkan menyatakan bahwa akun utama memiliki beban sosial disebabkan karena harus menjaga citra diri tetap positif, rapi, dan profesional. Hal ini mencerminkan tingginya kesadaran sosial mahasiswa terhadap persepsi public dimedia sosial Instagram yang mempengaruhi bagaimana para mahasiswa mengonstruksi identitas digital secara sadar dan strategis.

Second account pada platform Instagram merupakan akun alternatif yang dimiliki mahasiswa sebagai sarana dalam menampilkan sisi diri mahasiswa yang lebih jujur, apa adanya, dan cenderung bertolak belakang dari citra diri ideal yang ditampilkan melalui first account. Akun utama digunakan untuk membangun citra positif dan terkontrol, maka second account justru menjadi ruang yang lebih intim dan personal. Pemilik akun merasa lebih bebas untuk mengekspresikan diri tanpa tekanan pencitraan atau ekspektasi dari publik. Pada second account ini, mahasiswa cenderung menampilkan identitas asli secara lebih terbuka dan realitis, sesuai dengan kondisi dan perasaan yang dialami dalam kehidupan sehari-hari. Unggahan yang diposting dalam akun media sosial Instagram umumnya memiliki kualitas visual yang tidak terlalu mencolok seperti pencahayaan seadanya, video diambil secara spontan karena tujuan utama bukan untuk konsumsi publik atau membangun impresi, melainkan sebagai media ekspresi diri yang jujur dan autentik.

Tabel 3. Hasil Wawancara Bersama Informan

No	Informan	Hasil Wawancara
1	N L A M	Semula saya memiliki satu akun IG saja dan hanya memposting momen terbaik pada hidup. Membuat <i>second account</i> itu karena saya berpikir ada yang mau diposting tapi malu takutnya menjadi omongan. Maka dari itu saya membuat second account agar apa yang ingin saya posting tidak menjadi beban untuk saya
2	I M A K W	Motif saya memiliki akun ig lebih dari satu itu bukan karna ada sesuatu hal karna setiap akunnya

		punya fungsi yang berbeda apalagi 3rd acc saya sama sekali tidak ada niatan untuk membuatnya tp dikarenakan ada 1 mata kuliah yang diwajibkan untuk membuat vidio berdurasi 10-15 menit dan diposting ke Instagram, saya memutuskan untuk membuat akun baru karna agar tidak spam di first acc lalu mengapa tidak di second? karna akun untuk tugas tidak boleh di private dan second acc saya hanya untuk orang2 terdekat saja jd tidak mungkin tidak saya private
3	I D A W A	Memiliki Instagram lebih dari satu dikarenakan akun instagram kedua hanya untuk orang orang terdekat dan agar tidak spamming diakun pertama
4	P K P C P	Memiliki 3 akun Instagram sebenarnya lebih kepada fungsi dari masing-masing akun karena di akun pertama hanya untuk endorse dan sebagai duta wisata serta duta dari kampus UHN maka dari itu ada akun kedua untuk memposting hal-hal yang ada di kehidupan saya sehari-hari dan akun ketiga hanya untuk kepo ataupun stalking jadi tidak ada yang diposting
5	K S K P	Akun yang saya miliki berjumlah 5 akun, dimana akun tersebut harus saya pisahkan agar menjadi satu kesatuan yang berbeda akun pertama untuk endorsement dimana saya bekerja sebagai sselebgram dan feed dalam Instagram harus menarik dan eye catching jadi untuk akun kedua adalah gambaran diri saya yang sebenarnya,akun ketiga untuk fansclub karena saya adalah admin, akun keempat dan kelima adalah akun untuk tugas dari kampus dan akun tempat magang jadi secara menyeluruh semua akun saya memiliki fungsi yang berbeda
6	M M P	Akun yang saya miliki sejumlah 4 dimana hanya 3 akun yang sering aktif dan up to date karena diakun 1,2,3 itu tentang keseharian yang kami lakukan dan akun ke 4 dibuat hanya untuk kegiatan magang kami yang kami share di Instagram agar dapat dilihat oleh orang-orang yang bersangkutan

		missal dosen, temen-temen kampus dan para pembimbing Lembaga
7	K P P	Saya memiliki 2 akun untuk memilah pengikut saya di Instagram jadi yang akun pertama untuk memposting video, gambar dan Ig Story yang bagus sedangkan akun kedua untuk memposting sesuatu yang absurd untuk diri sendiri jadi untuk followers saya arahkan ke akun pertama

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Dengan adanya informasi dengan wawancara terhadap informan dapat ditarik kesimpulan bahwa konsep teori dramaturgi pada media sosial Instagram dapat dimainkan dengan baik dimana first account untuk membentuk citra diri yang ingin ditampilkan oleh pemilik akun dan second account menampilkan apa yang tidak akan diposting di first account Instagram masing-masing mahasiswa. Penggunaan akun ketiga dan keempat lebih kepada tujuan tugas kampus yang dimana dilakukan untuk aktivitas dapat didokumentasikan secara khusus tanpa tercampur dengan unggahan pribadi serta memudahkan pihak kampus, pembimbing dan publik dapat mengenali dan memantau kegiatan tersebut.

Mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar Membangun Citra Diri Dalam Media Sosial Instagram

Dalam dunia perkuliahan, mahasiswa tidak hanya belajar secara kognitif, tetapi juga mengembangkan aspek emosional dan sosial yang berperan penting dalam pembentukan identitas diri. Melalui berbagai aktivitas, seperti mengikuti organisasi kemahasiswaan, kegiatan sukarela, magang, dan diskusi ilmiah, mahasiswa memperoleh pengalaman yang memperkaya cara pandang terhadap diri sendiri dan dunia sekitar. Mahasiswa belajar mengenal potensi dan keterbatasan diri, serta membangun kepercayaan diri untuk menghadapi tantangan. Tekanan untuk berprestasi, bersaing secara sehat, dan menyeimbangkan kehidupan akademik dengan kehidupan pribadi juga turut membentuk karakter dan cara mahasiswa memandang dirinya. Selain itu, citra diri mahasiswa juga dipengaruhi oleh ekspektasi dari keluarga, teman sebaya, dan masyarakat yang dapat diharapkan menjadi individu yang cerdas, bertanggung jawab, dan mampu memberi kontribusi positif. Semua pengalaman dan interaksi tersebut perlahan

membentuk citra diri mahasiswa sebagai pribadi yang unik, reflektif, dan terus berkembang sesuai dengan perjalanan hidup dan pembelajaran yang dijalani.

Media sosial Instagram juga berfungsi sebagai medium validasi sosial. Jumlah like, komentar, dan pengikut sering kali menjadi indikator nilai diri atau keberhasilan sosial yang diinternalisasi oleh mahasiswa. Validasi semacam ini dapat memberikan rasa percaya diri dan kepuasan emosional, disisi lain menimbulkan tekanan untuk selalu tampil menarik dan relevan. Akibatnya, citra diri mahasiswa bisa saja menjadi tidak otentik karena terlalu fokus pada pencitraan daripada refleksi diri yang jujur. Beberapa mahasiswa bahkan mengalami apa yang disebut sebagai *FOMO (Fear of Missing Out)*, yaitu kecemasan karena merasa tertinggal atau tidak cukup menarik dibandingkan dengan teman-temannya yang tampil lebih "sempurna" di media sosial Instagram. Media sosial Instagram juga mendorong mahasiswa untuk mengembangkan personal branding, terutama bagi individu yang memiliki aspirasi dibidang kreatif, komunitas, dan kewirausahaan. Banyak mahasiswa memanfaatkan Instagram sebagai portofolio digital untuk menunjukkan keahlian, karya, dan minat yang dapat menjadi nilai tambah di dunia kerja atau profesional. Dalam hal ini, citra diri yang dibentuk melalui Instagram bisa menjadi modal sosial dan bahkan ekonomi yang penting. Perlu disadari bahwa citra diri yang dibangun melalui media sosial seperti Instagram bersifat sangat dinamis dan bisa berubah tergantung pada tren, algoritma platform, maupun perubahan pribadi. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki kesadaran kritis dalam menggunakan Instagram dengan tetap menjaga keseimbangan antara pencitraan dan keaslian diri agar citra diri yang terbentuk benar-benar mencerminkan pertumbuhan pribadi yang sehat dan positif, bukan semata-mata pencitraan demi sebuah validasi eksternal.

Citra diri yang dibentuk mahasiswa dalam platform Instagram sangat beragam dan bergantung pada tujuan serta cara mahasiswa ingin dipersepsikan oleh publik. Berikut adalah beberapa jenis citra diri mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar pada media sosial Instagram:

1. Citra Akademis

Dalam konteks teori dramaturgi Erving Goffman, mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar memanfaatkan media sosial Instagram sebagai panggung depan (*front stage*) dalam membentuk dan menampilkan citra akademis serta intelektual kepada para pengikut media sosial Instagram. Panggung ini dirancang dengan sangat strategis, dimana mahasiswa tampil bukan hanya sebagai pengguna media sosial, tetapi sebagai aktor yang sadar akan peran sosial dan ekspektasi yang melekat. Hal ini tercermin dalam berbagai unggahan yang menunjukkan pencapaian akademik seperti kegiatan kuliah, seminar, konferensi, atau lomba ilmiah untuk menunjukkan identitas sebagai individu yang cerdas, rajin, dan berprestasi dihadapan followers. Hal ini dapat dilihat dari Beberapa postingan akun media sosial Instagram mahasiswa baik yang ada di feed dan *Ig Story* yang ditampilkan. Temuan ini terlihat jelas dari wawancara dengan mahasiswa bernama PKPCP, yang menyatakan bahwa unggahan akademik merupakan bagian penting dari membangun citra profesional.

"Akun utama saya digunakan untuk menunjukkan bahwa saya aktif dibidang akademik, karena saya duta kampus yang sering mengikuti pertukaran pelajar. Jadi saya pikir harus bisa menunjukkan kalau saya punya kualitas yang unggul sebagai mahasiswa kampus UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar."

Wawancara diatas unggahan dalam media sosial Instagram tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi pribadi, tetapi sebagai bentuk presentasi diri yang dinamis. Mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar secara sadar memilih foto, caption, dan waktu unggahan agar sesuai dengan citra diri yang dibangun. Dalam dramaturgi, ini disebut sebagai bagian dari "setting dan props", yakni elemen-elemen penunjang yang mendukung kredibilitas peran yang sedang dimainkan dihadapan audiens digital. Terdapat adanya pengelolaan kesan (*impression management*) yang kuat, dimana mahasiswa berperan sebagai aktor yang ingin meyakinkan para pengikut Instagram tentang kompetensi dan kualitas intelektual. Strategi ini mencerminkan harapan sosial dan lingkungan akademik dimana nilai dan pengakuan terhadap prestasi menjadi salah satu tolak ukur status sosial dikalangan mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar.

2. Citra Profesional

Dalam kerangka teori dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman, citra diri di

media sosial dapat dipahami sebagai hasil dari pertunjukan sosial (social performance), di mana individu menata identitasnya secara sadar melalui panggung depan (front stage). Instagram sebagai media visual memungkinkan mahasiswa untuk mengatur impresi terhadap dirinya sebagai pribadi yang profesional, kompeten, dan layak dipercaya. Mahasiswa dengan identitas publik, seperti duta kampus, selebgram, dan ikut dalam kegiatan sosial masyarakat sering menampilkan konten yang telah dikonstruksi secara sadar agar sesuai dengan ekspektasi followers. Mahasiswa menggunakan fitur-fitur Instagram seperti feed, caption, reels, dan highlight story sebagai perangkat dramaturgi untuk membangun kredibilitas dan daya tarik profesional. Informan menyadari bahwa dirinya adalah wajah publik kampus. Oleh karena itu, informan menampilkan panggung depan yang rapi, sopan, dan profesional. Konten dikurasi dengan hati-hati agar mencerminkan kompetensi dan integritas. Pada wawancara dengan 3 informan, menyatakan:

“Instagram saya adalah media untuk menunjukkan bahwa saya bisa menjadi representasi kampus. Saya tampilkan kegiatan formal, seminar, audiensi, dan juga konten edukatif. Karena banyak mahasiswa dan dosen yang follow, saya harus menjaga citra itu.”

“Akun utama saya adalah portofolio digital. Saya unggah momen saat jadi pembicara, ikut pelatihan, atau jadi moderator. Semua itu bukan sekadar dokumentasi, tapi strategi untuk membentuk branding sebagai mahasiswa yang aktif dan komunikatif.”

“Saya memosisikan diri sebagai mahasiswa yang fashionable tapi tetap pintar dan punya konten. Di akun utama, saya sisipkan konten edukasi, misalnya tentang budaya Bali, tapi tetap dikemas menarik.”

Wawancara di atas bahwa para informan menyadari citra profesional dibentuk melalui dokumentasi aktivitas intelektual dan sosial. Mahasiswa berperforma sebagai “aktor” yang kredibel, dengan mengintegrasikan visual, narasi, dan interaksi untuk menciptakan kesan profesional. Citra profesional dipadukan dengan estetika populer. Identitas akademik tidak ditampilkan secara kaku, tetapi melalui strategi visual dan naratif yang menyenangkan serta komunikatif. Ini merupakan bentuk

dramaturgi yang fleksibel tapi tetap sadar panggung.

Melalui pendekatan dramaturgi Goffman, temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mengatur panggung depan dengan sangat selektif: *feed* Instagram menjadi area utama untuk menampilkan versi ideal dan profesional dari diri. Menggunakan *“personal front”*, seperti gaya bahasa formal, pakaian rapi, latar foto resmi atau estetik, dan aktivitas positif sebagai elemen kredibilitas. Melakukan *“self-monitoring”* yang tinggi, terutama ketika mengetahui bahwa pengikut mereka mencakup dosen, pejabat kampus, mitra brand, hingga audiens publik. Mahasiswa duta kampus cenderung menampilkan citra formal dan representatif serta membangun personal brand yang unik, namun tetap mempertahankan kesan cerdas dan bertanggung jawab. Dengan demikian, citra diri profesional mahasiswa di media sosial Instagram dibentuk secara sadar sebagai bagian dari pertunjukan sosial. Mahasiswa menggunakan media sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan atau eksistensi pribadi, tetapi sebagai ruang kerja identitas, tempat mereka mengonstruksi diri sebagai agen perubahan, komunikator, dan representasi kampus. Penerapan teori dramaturgi memperjelas bahwa apa yang tampil di akun utama Instagram adalah hasil pengaturan panggung dan impresi yang dirancang secara strategis.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan teori dramaturgi pada media sosial Instagram oleh mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi panggung depan digital untuk membangun identitas sosial yang diinginkan. Mahasiswa menyusun konten dengan pertimbangan visual, bahasa, dan waktu unggahan sebagai strategi kesadaran diri terhadap impresi publik. First account digunakan mahasiswa untuk menampilkan citra diri yang ideal dan positif. Akun ini mencerminkan representasi diri sebagai mahasiswa yang aktif, kompeten, dan layak dipercaya. Dalam praktiknya, mahasiswa sangat selektif dalam memilih konten karena pengikutnya mencakup berbagai kalangan, termasuk dosen, keluarga, dan publik luar. Mahasiswa menggunakan akun utama (first account) sebagai panggung depan untuk menampilkan versi terbaik dari diri mereka, dengan konten yang terkontrol, positif, dan sesuai dengan harapan sosial baik dari dosen, teman, keluarga, hingga publik luar. Akun

ini berperan sebagai sarana personal branding yang mencerminkan identitas akademis dan profesional. Second account menjadi ruang privat yang lebih jujur dan spontan. Di akun ini, mahasiswa mengekspresikan sisi lain dari diri mereka yang tidak ditampilkan di akun utama. Fungsi second account ini membuktikan keberadaan panggung belakang dalam konteks dramaturgi digital, dimana mahasiswa merasa lebih bebas dari tuntutan sosial. Sebagai panggung belakang (back stage) digunakan mengekspresikan sisi diri yang lebih jujur, spontan, dan apa adanya. Di akun ini, mahasiswa merasa lebih bebas dari tekanan sosial dan dapat menampilkan identitas personal yang tidak selalu cocok untuk konsumsi publik.

Dalam konteks citra akademis, mahasiswa menampilkan diri sebagai sosok yang aktif, berprestasi, dan intelektual melalui unggahan kegiatan seperti kuliah, seminar, lomba ilmiah, dan pertukaran pelajar. Hal ini menjadi bagian dari strategi pengelolaan kesan (impression management) untuk menunjukkan kualitas akademik dihadapan followers Instagram para informan. Sementara dalam citra profesional, mahasiswa yang memiliki identitas publik seperti duta kampus atau selebgram menggunakan Instagram sebagai alat personal branding. Secara strategis mengatur estetika visual, narasi, serta interaksi sosial untuk memperkuat kesan sebagai pribadi yang kompeten, komunikatif, dan bernilai jual tinggi. Melalui pemilihan konten yang sesuai dengan ekspektasi publik, mahasiswa berperan sebagai aktor sosial digital yang menjalankan fungsi representatif tidak hanya bagi dirinya sendiri, tetapi juga bagi institusi dan komunitas yang mereka wakili. Kedua bentuk citra ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram telah bertransformasi menjadi ruang aktualisasi dan profesionalisasi diri. Mahasiswa tidak sekadar menjadi pengguna pasif, tetapi tampil sebagai subjek aktif yang secara reflektif mengonstruksi identitas digital sesuai dengan tuntutan sosial, akademik, dan profesional. Teori dramaturgi Goffman dengan jelas menjelaskan praktik ini sebagai pertunjukan sosial yang penuh kesadaran dan strategi.

DAFTAR PUSTAKA

Akhidatussolihah, J., Poerana, A. F., & Lubis, F. O. (2021). *Dramaturgi Media Sosial:*

- Fenomena Penggunaan Fake Account Instagram Pada Penggemar K-POP Perempuan di Karawang. *PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 7(1).
<https://doi.org/10.52447/promedia.v7i1>
- Alif Iman, . N. (2023) “Dilema Algoritma: Dramaturgi di Media Sosial”, *Dekonstruksi*, 9(02), pp. 52–61. doi: 10.54154/dekonstruksi.v9i02.145.
<https://doi.org/10.54154/dekonstruksi.v9i02.145>
- Ambar. 2017. *Teori Dramaturgi Komunikasi – Asumsi, Esensi, dan Konsep*, from <https://pakarkomunikasi.com/teori-dramaturgi>
- Bilqis, Tri Dewi, Alfiani, M. R., Gayatri, F.A., & Cuhandi. (2024). “Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Self Disclosure” *HUMANUS : Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), pp. 155–164. doi:10.62180/914e5g76.
<https://doi.org/10.62180/914e5g76>
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Chae, J. (2018). Explaining females’ envy toward social media influencers. *Social Media + Society*, 4(3).
- Darina, J. (2021). *Membangun Self Love Pada Remaja Pengguna Instagram Ditinjau Dari Perspektif Dramaturgi (Studi Fenomenologi Remaja Pengguna Instagram Di Desa Ngebrak)*. *SHINE: JURNAL BIMBINGAN DAN KONSELING*, 2(1), 1-17.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York : Doubleday Anchor Garden City.
- Gushevinalti, G., Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 083.
<https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>
- Hollenbaugh, E. E. (2021). *Self-Presentation In Social Media: Review And Research Opportunities*. *Review Of Communication Research*, 9, 80-98.
- Iksandy, Dito Yudistira. (2022). *Dramaturgi Pengguna Second Account Di Media Sosial Instagram*. Source : *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- 8(1).
<https://doi.org/10.35308/source.v8i1.4592>
- Kusumadinata & Hardiyanti,. (2023). Kepribadian Ekstrovert Dan Introvert Dalam Hubungan Persahabatan Melalui Pendekatan Komunikasi. HUMANUS : Jurnal Sosiohumaniora Nusantara, 1(1), 28-35. <https://doi.org/10.62180/vz17a572>
- Kurnia, G., & Nurchayati. (2022). Self-Disclosure Pada Pengguna Second Account Instagram. Jurnal Penelitian Kualitatif Ilmu Perilaku, 3(2), 50–69. <https://jpkip-fpsium.com/index.php/jpkip/article/view/34>
- Megaputri, Cahaya Asmarandani. (2022). Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti Nadja Nameera Di Instagram. Jurnal Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2). <https://doi.org/10.21831/lektur.v5i2.19150>
- Morissan, M.A. 2010. Teori Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moekahar Fatmawati, H. B. (2022). Komunikasi Anak Muda untuk Perubahan Sosial. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mutia, Tika. 2017. Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena Dalam Pengelolaan Kesan. An-Nida' : Jurnal Pemikiran Islam, 41.2 : 240-251. <http://dx.doi.org/10.24014/an-nida.v41i2.4656>
- Retasari Dewi, P. A. J. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8 (3), 340–347. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/jkms/article/view/5671>
- Ruli, Nasrullah. (2018). RISET KHALAYAK DIGITAL: PERSPEKTIF KHALAYAK MEDIA DAN REALITAS VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL. Jurnal Sosioteknologi. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47168>
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PRESENTASI DIRI MAHASISWI PENDIDIKAN SOSIOLOGI UNTIRTA. Community: Pengawas Dinamika Sosial, 6(1), 10-20. p-ISSN: 2477-5746 e-ISSN: 2502-0544. <https://doi.org/1035308/jcpds.v6i1.1792>
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Tiara, G. (2021) “DRAMATURGI PENGELOLAAN KESAN KONTEN KREATOR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”, Akrab Juara : Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, 6(3), pp. 14–24. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i3.1521>
- Yasir. (2020). Pengantar Ilmu Komunikasi. Deepublish.
- We Are Social. (Den 1 1 2025). Global Digital Report 2025. <https://wearesocial.com/https://wearesocial.com/us/blog/2025/10/digital-2025-juni-global-statshot-report/>