

BAB I

PENDAHULUAN

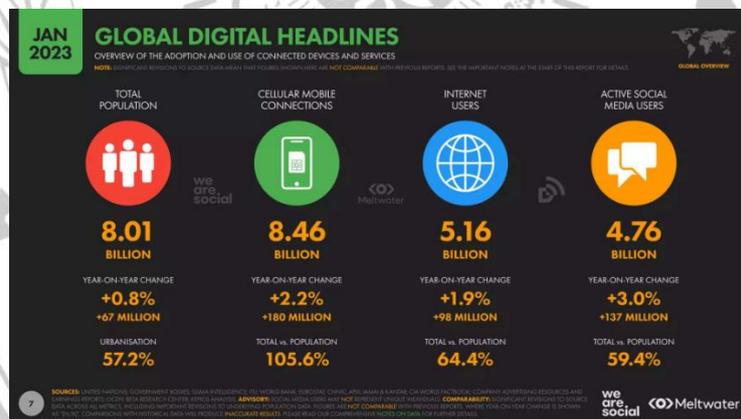
1.1 Latar Belakang

Seorang individu pasti menginginkan dirinya dipandang dengan positif dan dengan pandangan yang baik oleh orang lain. Entah dengan berusaha merubah dirinya agar menjadi lebih baik atau mencoba untuk dapat terlihat baik. Dimana seseorang memiliki dua panggung yang ia jalankan sehari-hari, yakni adalah panggung depan dan panggung belakang. Dalam kegiatan sehari-harinya manusia akan memilih panggung mana yang akan ia jalankan untuk bersosialisasi dengan masyarakat disekitarnya. Namun biasanya manusia akan menampilkan sesuatu yang terbaik dari dirinya. Demi mendapatkan predikat atau pandangan yang baik, tidak jarang seseorang menggunakan ‘topeng’ dalam kehidupan sehari-harinya. Erving Goffman dalam bukunya menyebutkan jika didalam panggung depan ditampilkan kepada masyarakat apabila ingin mendapatkan identitas sosial dalam berinteraksi di masyarakat. sedangkan panggung belakang digunakan untuk menyembunyikan identitas personalnya (Dewi & Alnashava Janitra, 2018). tidak hanya dalam kehidupan bermasyarakat saja sebuah identitas yang ditampilkan dimuka umum itu penting, namun juga dalam bermedia sosial. Selayaknya opini yang dikemukakan oleh Palfrey dan Gasser, *“The Internet age, in which Digital Natives are growing up, is prompting another large shift in what it means to build and manage one’s identity”* (Palfrey & Gasser, 2010). Hal ini berarti bahwa semakin lama manusia akan terus berdraturgi dengan cara membuat identitas sosial dimana saja, tidak berpengaruh pada ruang lingkup apa yang mewadahnya.

Identitas individu acap kali disembunyikan dan menjadi hal yang penting untuk dijaga reputasinya agar dapat selalu mendapatkan kesan baik dimata masyarakat. Dalam berkomunikasi dan berinteraksi antara individu satu dengan individu lainnya, kesan baik tentu penting dan menjadi hal yang dijadikan fokus utama. Tentang bagaimana seseorang memandang diri orang lain, mengenai seseorang yang dicap baik atau buruk. impresi atau kesan memberi dampak yang bisa dibilang cukup besar bagi pandangan individu dengan individu lainnya. Lalu dengan adanya sebuah komunikasi yang dapat menjadi pen jembatan untuk individu dapat beradaptasi dan mampu bersosialisasi dengan kehidupan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dalam menjalankan aktivitasnya. Entah dalam bermasyarakat atau dalam kehidupan sosial

manusia pasti akan membutuhkan orang lain. Seorang individu tidak dapat hanya mengandalkan diri sendiri dan menutup bantuan dari lingkungan dan orang disekitar.

Dengan berkembangnya teknologi modern yang didukung dengan fasilitas yang memadai dapat membuat memperingan seluruh kegiatan sehari-hari. Jika sebelumnya dengan adanya keterbatasan teknologi membuat masyarakat mengharuskan untuk bertemu jika ingin berkomunikasi antara satu dengan lainnya, kini semuanya dapat dipermudah dengan munculnya teknologi. Keterikatan manusia dengan teknologi sekarang sudah tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Hubungan atas teknologi sudah menjadi kebutuhan vital sebagai penyalur informasi maupun komunikasi (Yoga, 2018). Komunikasi yang sebelumnya hanya dapat dilakukan secara langsung atau *face to face* kini dapat dilakukan dengan jarak jauh hanya bermodalkan ponsel pintar atau *smartphone* saja. Jarak bukanlah hal yang berarti, dikarenakan komunikasi kini dapat dilakukan dengan orang yang beda daerah hingga beda negara sekalipun. Dari sekian banyak teknologi yang sudah hadir dan menemani seluruh rangkaian kehidupan manusia ini, media sosial merupakan salah satu platform yang cukup digemari oleh masyarakat. Dibuktikan dengan data dari We Are Social yang menunjukkan bahwa pengguna media sosia yang ada di dunia mencapai 4,76 miliar per bulan Januari tahun 2023. Angka yang cukup mengalami kenaikan yaitu bertambah sekitar 137 juta atau sebanyak 3% dari tahun sebelumnya.

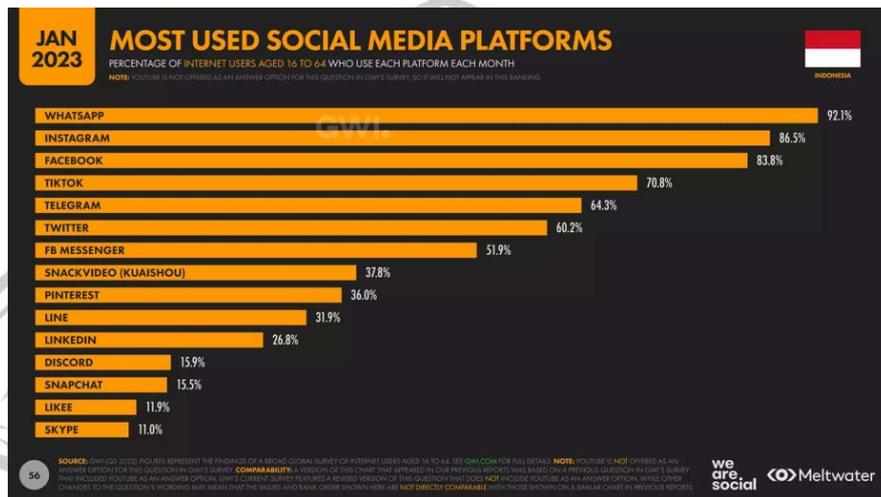


Gambar 1.1. Data pengguna media sosial di dunia

Sumber : We Are Social

Sedangkan untuk di Indonesia sendiri per Januari 2023, terdapat 167 juta pengguna yang menggunakan media sosial. Hal ini berarti sebanyak 60,4% dari populasi penduduk di Indonesia sudah menggunakan media sosial. Lebih dari setengah penduduk Indonesia sudah

menggunakan dan memanfaatkan salah satu platform dari teknologi yang bernama media sosial. Disebutkan juga menurut We Are Social bahwa Instagram menempati urutan kedua sebagai platform sosial media yang paling banyak digunakan pada tahun 2023. Sebanyak 86,5% penduduk Indonesia menggunakan media sosial Instagram. Kenaikan angka pengguna Instagram juga meningkat dari tahun lalu yaitu sebanyak 1,7% .



Gambar 1.2. Data media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia

Sumber : We Are Social

Sebagai salah satu bentuk dari kemajuan teknologi yang kian pesat hingga saat ini, Instagram menjadi menempati urutan kedua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2023. Media sosial yang terbentuk pada tahun 2010 ini digunakan sebanyak 86,5% penduduk Indonesia. Instagram sendiri merupakan sebuah aplikasi yang terhubung dengan internet yang didalamnya pengguna dapat membagikan foto atau video. Di dalam Instagram, penggunaanya dapat membagikan kesehariannya dalam bentuk audio visual namun juga dapat sekedar menambah relasi dengan menjadikan sebagai teman. Pada awal berdiri, aplikasi ini hanya ditemukan pada iPhone yang merupakan *smartphone* yang dibuat oleh Apple Inc. Namun sekarang Instagram sudah dapat diakses melalui media manapun asalkan tetap terhubung dengan internet.

Terdapat sistem sosial yang terjadi dan dapat dilihat oleh masyarakat yaitu melalui jumlah *followers* dari masing-masing pengguna (Utari, 2017). Instagram juga memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi dengan cara mengirim pesan melalui *direct message*. Selain

itu menurut Herman (dalam Alexandra, 2020) terdapat berbagai macam fitur dari Instagram, antara lain:

1. *Sharing photos and videos*

Memiliki fokus sebagai media sosial yang digunakan penggunanya untuk membagikan foto atau video menjadikan ini merupakan fitur utama yang diberikan oleh Instagram. Dalam satu unggahan, pengguna dapat membagikan hingga 10 foto. Selain itu juga pengguna dapat mengunggah video hingga berdurasi 60 detik. Apabila sudah mengikuti sebuah akun maka unggahan foto dan video dari orang yang diikuti akan muncul di beranda.

2. Penggunaan *caption* dan *hashtag*

Caption pada Instagram biasanya berisikan tentang deskripsi singkat yang mewakili maksud dari foto atau video yang sedang dibagikan. Sedangkan *hashtag* merupakan sebuah kata kunci yang juga mendeskripsikan konten yang sedang dibagikan yang biasanya digunakan untuk memudahkan orang menemukan konten yang serupa.

3. *Like* dan *comment*

Instagram juga menyediakan fitur dimana penggunanya dapat berinteraksi dengan cara meninggalkan *like* yang berarti tombol suka dan *comment* untuk berkomentar pada setiap unggahan. Pengguna yang mendapatkan komentar juga dapat membalasnya.

4. *Direct message*

Sebuah fitur berkirim pesan secara pribadi juga disediakan oleh Instagram. Melalui *direct message* pesan tersebut hanya bisa dilihat dan dibalas oleh sesama pengguna saja dan tidak terlihat secara publik, berbeda dengan fitur komentar.

5. Instagram *stories*

Sebuah fitur yang hanya menyimpan foto dan atau video dalam kurun waktu 24 jam saja setelah itu konten tersebut akan hilang dan masuk kedalam arsip pribadi pengguna. Didalam Instagram *stories* juga banyak fitur menarik untuk

digunakan seperti filter-filter, *boomerang*, *sticker*, *polling*, dan masih banyak lagi.

Selain itu, Instagram selalu memperbarui fitur yang dimiliki dengan menambah fitur berupa Instagram *reels* dan Instagram *shop*. Instagram juga memberikan kemudahan untuk penggunanya memiliki lebih dari satu akun dalam satu device. Dimana satu orang dapat memiliki hingga lebih dari tiga akun. Instagram juga memiliki fitur *close friend* dimana pengguna dapat membagikan Instagram *stories* hanya kepada orang-orang terpilih yang dimasukkan kedalam daftar *close friend* atau teman dekat yang terpercaya dengan tujuan untuk memperlihatkan privasi yang tidak bisa dibagikan kepada publik (Handayani, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Emeraldien, Aulia & Khelsea bahwa mahasiswa UPN merasa takut bahwa apa yang akan mereka posting di Instagram dapat mempengaruhi citra baik yang sudah dibangun (Emeraldien dkk, 2019) Jika mereka seandainya saja mengunggah postingan yang sesuai dengan apa yang diinginkan maka akan berbalik kembali kepada mereka dengan mendapatkan komentar yang negatif. Adanya rasa tidak aman dan kurangnya percaya diri menunjukkan diri sendiri dalam bermedia sosial.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Ayu, 2021) berdasarkan hasil yang didapatkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta melakukan pengungkapan diri melalui fitur Instagram Stories digunakan untuk mengekspresikan dirinya sebagai curahan hati yang juga mengharapkan adanya *feedback* dari kegelisahan hati yang sedang dirasakan. Selain itu juga digunakan sebagai cara untuk memotivasi orang lain sehingga dapat menjadi inspirasi bagi siapa yang melihat *story* di Instagram mereka. Alasan berikutnya adalah sebagai ajang pamer atau menunjukkan kepada pengikutnya tentang pencapaian yang sedang diraih. Selain fitur *Instagram Stories*, terdapat satu fitur yang sering kali digunakan sebagai media pengungkapan diri yaitu fitur *second account*.

Dari berbagai penelitian yang terdahulu, selalu menekankan kepada akun kedua pada media sosial Instagram. Padahal terdapat akun pertama yang dapat diteliti lebih jauh dan dapat dilihat seperti apa dramaturgi pengungkapan dirinya. Dimana bagaimana cara seseorang menampilkan dirinya pada *first account* atau akun pertamanya. Yang mana akun pertama biasanya digunakan hanya untuk memperlihatkan citra baik demi menghindari terjadinya komentar negatif. Jika penelitian terdahulu menekankan pada akun kedua sebagai akun alter

ego, penelitian ini akan menekankan lebih ke bagaimana cara seseorang melakukan dramaturgi presentasi dirinya pada akun pertama pada media sosial Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang akan peneliti bahas dalam penelitian ini yakni : Bagaimana dramaturgi presentasi diri mahasiswa pada akun pertama di media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, peneliti mengharapkan penelitian ini mampu memberi deskripsi yang jelas mengenai bentuk dramaturgi presentasi diri mahasiswa pada akun pertama di media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dan digunakan sebagai referensi untuk pengembangan pengetahuan Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang presentasi diri atau *self presenting* dan dramaturgi pada media sosial Instagram.

b. Manfaat Praktis

Pembahasan dari penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan mengenai bagaimana mahasiswa menunjukkan dramaturgi presentasi dirinya pada akun pertama Instagram.