

**DRAMATURGI PADA MEDIA SOSIAL:
PENGUNAAN FITUR *CLOSE FRIENDS* DI
INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat (Humas)



Disusun oleh:

FAZRI ZULFARAMADHAN

07031181924026

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREENSIF

**DRAMATURGI PADA MEDIA SOSIAL: PENGGUNAAN FITUR
CLOSE FRIENDS DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh :

Fazri Zulfaramadhan

07031181924026

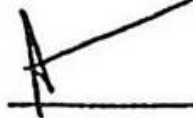
Pembimbing I

1. Dr. Andries Lionardo S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121000

Tanda Tangan

Tanggal



6/4/23

Pembimbing II

2. Rindang Senja Andarini S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199310112022031009



Mengetahui,

Ketua Jurusan,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“DRAMATURGI PADA MEDIA SOSIAL: PENGGUNAAN FITUR
CLOSE FRIENDS DI INSTAGRAM”**

SKRIPSI

Oleh:

**FAZRI ZULFARAMADHAN
07031181924026**

**Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
pada tanggal 27 December 2023**

Pembimbing :

1. Dr. Andries Lionardo S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121000

2. Rindang Senja Andarini S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199310112022031009

Penguji :

1. Farisha Sestri Musdalifah S.Sos., M.Si

NIP. 199309052019032019

2. Annisa Rahmawati, M.I.Kom

NIP. 199209292020122014

Tanda Tangan



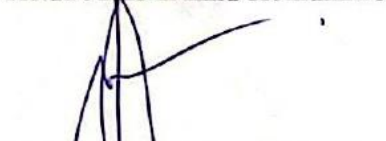
Tanda Tangan



Mengetahui,



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fazri Zulfaramadhan
NIM : 07031181924026
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 02 Desember 2001
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Dramaturgi Pada Media Sosial: Penggunaan Fitur Close Friends di Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditentukan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis adalah asli dan tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 05 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,



Fazri Zulfaramadhan

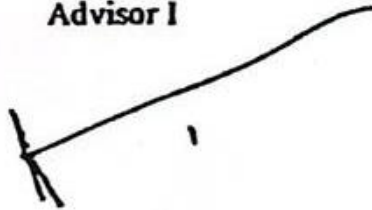
NIM. 07031181924026

ABSTRACT

The Instagram app as a social media provides a new feature on Instagram stories settings, which is a close friends feature. Instagram stories are one of the features of Instagram that can give users the freedom to upload photos and videos to the audience with a time period of only 24 hours. The appearance of the close friends feature in Instagram stories settings allows users to more freely determine the confidentiality of their uploads and determine who can see them. This research aims to conduct a dramatic analysis of Instagram social media users on how users create the front stage and the back stage. Data were obtained from descriptive interviews using qualitative research methods. The study used digital drama theory with three parts: backstage, in-between region, and front region. The results of this study show that Instagram social media users in their use have two different stages that can be shown from their main account content with content on close friends features that are confidential. This phenomenon has several reasons why this can happen in accordance with users' interests and goals in using Instagram social media.

Keywords: Dramaturgy Digital, Feature of Close Friends on Instagram, Upload Confidentiality

Advisor I



Dr. Andries Lionardo S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121000


Advisor II



Rindang Senja Andarini M.I.Kom

NIP. 199310112022031009

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

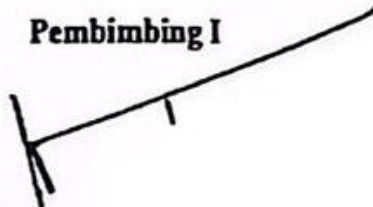
NIP. 196406061992031001

ABSTRAK

Aplikasi Instagram sebagai media sosial menyediakan fitur baru pada pengaturan Instagram *stories*, yaitu fitur *close friends*. Instagram *stories* merupakan salah satu fitur dari Instagram yang dapat memberikan keleluasaan pengguna untuk mengunggah foto dan video kepada khalayak dengan jangka waktu hanya dalam 24 jam. Kemunculan fitur *close friends* pada pengaturan Instagram *stories* membuat pengguna dapat lebih leluasa untuk menentukan kerahasiaan unggahan mereka dan menentukan siapa saja yang dapat melihatnya. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis dramaturgi terhadap pengguna media sosial Instagram tentang bagaimana mana cara pengguna menciptakan panggung depan dan panggung belakang. Data diperoleh dari wawancara deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori *dramaturgy digital* yang memiliki tiga bagian yakni *backstage*, *in-between region*, dan *front region*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram dalam penggunaannya memiliki dua panggung berbeda yang dapat ditunjukkan dari konten akun utamanya dengan konten pada fitur *close friends* yang bersifat rahasia. Fenomena ini memiliki beberapa alasan mengapa hal tersebut dapat terjadi sesuai dengan kepentingan dan tujuan pengguna dalam menggunakan media sosial Instagram.

Kata Kunci: *Dramaturgy Digital*, *Fitur Close Friends* di Instagram, kerahasiaan unggahan

Pembimbing I



Dr. Andries Lionardo S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121000

Pembimbing II



Rindang Senja Andarini M.LKon
NIP. 199310112022031009

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul "Dramaturgi Pada Media Sosial; Fitur Close Friends di Instagram". Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

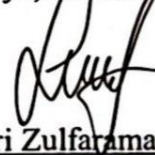
Dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadal, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo M.Si selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
5. Ibu Rindang Senja Andarini S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
6. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.

7. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan proposal skripsi
8. Kepada seluruh teman-teman dan kerabat yang memberikan dukungan dalam proses pembuatan skripsi.
9. Kedua orang tuaku tercinta serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memotivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan juga dukungan finansial yang tidak henti-hentinya diberikan semangat agar saya dapat menyelesaikan pendidikan dan kuat menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi setiap Langkah saya.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan nya dari Allah SWT. Dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Inderalaya, 16 Desember 2022



Fazri Zulfaramadhan
NIM. 07031281924026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan apabila aku sakit. Dialah yang menyembuhkanku”

-Q.S. Ash Shura:80-

“Perkecil dirimu, maka kau akan tumbuh lebih besar dari dunia”

-Jalaludin Rumi-

“If you look inside your heart, you don't have to be afraid”

-Mariah Carey-

Tiada lembar yang lebih indah dalam skripsi ini melainkan lembar persembahan atas ridho Allah SWT. Serta skripsi ini saya persembahkan untuk: Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan do'a dan dukungannya yang tidak dapat terbalaskan dengan apapun.

1. Guru dan dosen yang selalu memberikan ilmu pengetahuan dan pandangannya dengan sabar yang luar biasa membimbing dalam masa perkuliahan.
2. Seluruh sahabat, teman, dan orang-orang yang pernah hadir dalam hidup saya memberikan banyak dukungan dan juga pelajaran berharga.
3. Almamater tercinta yang sudah mewadahi diri ini untuk dapat berkembang dalam dunia perguruan tinggi dan menjadi bekal kehidupan yang sesungguhnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN PESETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II.....	13

TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Instagram Sebagai Budaya Populer.....	13
2.1.2. Representasi Identitas di Era Digital.....	17
2.1.3 Media Sosial Baru.....	17
2.1.4 Dramaturgi Evring Goffman.....	20
2.2 Kerangka Teori.....	25
2.2.1 Panggung Depan.....	27
2.2.2 Panggung Belakang.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Design Penelitian.....	40
3.2 Definisi Konsep.....	40
3.2.1 <i>Front Stage</i> (Panggung Depan).....	41
3.2.2 <i>Back Stage</i> (Panggung Belakang).....	41
3.3 Fokus Penelitian.....	42
3.4 Unit Analisis.....	43
3.5 Informan Penelitian.....	43
3.5.1 Kriteria Informan.....	43
3.5.2 Key Informan.....	44
3.5.3 Informan Pendukung.....	45
3.6 Sumber Data.....	45

3.6.1 Data Primer.....	45
3.6.2 Data Sekunder.....	45
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7.1 Teknik Dokumentasi.....	46
3.7.2 Teknik Wawancara Terencana.....	46
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	46
3.8.1 Perluasan Persepsi.....	47
3.8.2 Kegigihan yang Meningkatkan Pengamatan.....	47
3.8.3 Triangulasi.....	48
3.9 Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV.....	49
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	49
4.1 Identitas Objek.....	49
4.1.1 Informan A.....	49
4.1.2 Informan B.....	50
4.1.3 Informan C.....	51
BAB V.....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
5.1 Pedoman Wawancara.....	53
5.2. Observasi Objek Penelitian.....	53
5.2.1 Observasi Akun Instagram Informan A.....	54
5.2.2 Observasi Akun Instagram Informan B.....	57
5.2.3 Observasi Akun Instagram Informan C.....	60
5.2 Analisis Panggung Depan.....	63

5.3 Analisis Panggung Belakang.....	70
5.4 Analisis Dramaturgi digital (<i>digital dramaturgy</i>).....	75
5.5 Diskusi.....	81
5.5.1 Komunikasi Interaksi di Instagram.....	84
5.5.2 <i>In-Between Region</i>.....	87
BAB VI.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 <i>Digital Dramaturgy</i>.....	26
Bagan 2.2 Alur Pemikiran.....	32
Bagan 3.2 Teknik Analisis Data.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator.....	41
Tabel 5.1 Informan dan Nama Akun.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2022.....	1
Gambar 1.2 Fitur <i>Close Friends</i> Pada Media Sosial Instagram.....	5
Gambar 4.1 Konten Pada Akun Instagram @k***.....	49
Gambar 4.2 Konten Pada Akun Instagram @a****.....	51
Gambar 4.3 Konten Pada Akun Instagram @k****.....	52
Gambar 5.1 Unggahan Informan A.....	54
Gambar 5.2 Unggahan <i>Close Friends</i> Informan A.....	56
Gambar 5.2 Unggahan Informan B.....	58
Gambar 5.4 Unggahan <i>Close Friends</i> Informan B.....	59
Gambar 5.5 Unggahan Informan C.....	61
Gambar 5.6 Unggahan <i>Close Friends</i> Informan C.....	62
Gambar 5.7 Unggahan Informan ke-1.....	67
Gambar 5.8 Unggahan Informan ke-2.....	69
Gambar 5.9 Unggahan <i>Close Friends</i> Informan Berinisial R.....	71
Gambar 5.10 Unggahan <i>Close Friends</i> Informan Berinisial A.....	73
Gambar 5.11 Unggahan <i>Close Friends</i> Informan Berinisial K.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet khususnya media sosial saat ini telah menjadi aspek penting yang melekat dalam kehidupan manusia. Hampir setiap waktu di era moderen ini segala sesuatu berhubungan dengan penggunaan internet dan media sosial. Riset *We Are Social* memberikan data yang menunjukkan penggunaan internet aktif di Indonesia pada tahun 2022 mencapai angka 191,4 juta pengguna dari total penduduk Indonesia yakni 277,7 juta jiwa. Ini berarti penggunaan internet dan media sosial melebihi 50% daripada total penduduk Indonesia.

Gambar 1.1 *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2022*



Sumber: www.hootsuite.com (*We Are Social*, 22 September 2020)

Pada awal tahun 2023, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna. Berdasarkan data dari Napoleon Cat pengguna Instagram tahun 2021 menyatakan 34,44 Juta merupakan pengguna dengan kelompok usia 18-24

tahun. Survey baru-baru ini membuktikan bahwa media sosial Instagram yang di mana 59% penggunaannya adalah usia 18-29 tahun (A. Jackson, 2021). Brand Development Lead Instagram APAC, mengungkapkan bahwa Indonesia dengan 89% penggunaannya merupakan usia 18-34 tahun merupakan salah satu jumlah pengguna terbanyak di dunia. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia yakni usia muda, terdidik, dan mapan. Rata-rata 18-24 tahun 59%, 34-45 tahun 30%, dan yang berusia 34-44 tahun 11%. Pengguna Instagram perempuan yang paling aktif mencapai 63% dan laki-laki 37%. (Paul Webster, 2020). Ditambah lagi dengan semakin berkembangnya fitur-fitur dari aplikasi tersebut hampir seluruh elemen masyarakat menggunakan Instagram untuk kebutuhan masing-masing.

Dari data tersebut dapat dikatakan Instagram sebagai media baru yang sangat nyata keberadaannya khususnya di kalangan remaja. Tingginya pengguna pada kalangan remaja menunjukkan besarnya antusias masyarakat dalam menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan menerima informasi. Di masa remaja, seseorang memiliki kebutuhan yang tinggi dalam bersosialisasi dan memiliki hubungan dengan orang lain. Dari data yang didapatkan dapat menunjukkan keberadaan media sosial di Indonesia menunjukkan signifikansi.

Media sosial menjadi sebuah wadah penggunaannya untuk dapat mengaktualisasikan dan mengekspresikan diri. Salah satu dari media sosial yang cukup tinggi kepopulerannya dan tinggi pengguna adalah aplikasi Instagram. Aplikasi yang dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger

awal kemunculannya pada 2010 dan seiring dengan berjalannya *platform* Instagram semakin memiliki banyak pengguna.

Instagram memberikan sarana untuk penggunanya agar dapat memberikan pesan baik dalam bentuk foto atau video. Pada awal kemunculannya, media baru tersebut merupakan aplikasi *sharing* yang hanya fokus pada foto dan video berdurasi pendek. Namun seiring perkembangan zaman, Instagram mulai menciptakan fitur pesan, panggilan suara, panggilan video, pusat penjualan *online*, pusat informasi dan lain sebagainya. Instagram dianggap sebagai media baru yang memiliki dampak besar dalam kehidupan moderen. Hadirnya aplikasi ini mengubah tren yang berada di masyarakat dalam berkomunikasi. Sebelum berkembangnya media sosial canggih pada saat ini, orang-orang dapat berkomunikasi hanya dengan panggilan suara, ataupun *chat*.

Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia tidak lepas dari banyaknya penawaran yang disediakan yang juga dapat memberikan akses ke banyak akun dan media sosial lain. Instagram pun bisa mengakses foto dan video dengan Instagram *stories* yang memiliki kurun waktu 24 jam untuk membagi kegiatan yang dapat diabadikan.

Fitur baru Instagram juga dapat memberikan keleluasaan penggunanya untuk mengunggah foto dan video dengan batasan waktu tertentu dan ataupun tanpa batasan waktu. Aplikasi Instagram pada era modern ini sangat diminati kebanyakan oleh usia muda yang sedang gemar untuk mengekspresikan

dirinya kepada khalayak. Dengan adanya fitur dan keunikan yang dimilikinya, Instagram telah menjadi sumber informasi yang banyak digunakan oleh segenap masyarakat. Misalnya, untuk informasi seputar dunia hiburan yang berkaitan dengan dunia olahraga, selebriti, politik, ataupun melihat hiburan yang dapat memanjakan waktu istirahat penggunanya.

Selain penggunaannya sebagai sumber informasi, Instagram juga digunakan oleh para pengusaha baik kecil ataupun perusahaan besar sebagai tempat untuk menunjukkan citra mereka yang dapat mendukung kegiatan bisnis yang mereka punya. Media sosial tersebut memiliki potensial karena penggunaannya yang sangat banyak dan dari berbagai kalangan. Hal ini dapat diamati dengan berkembangnya komunitas bisnis di Instagram.

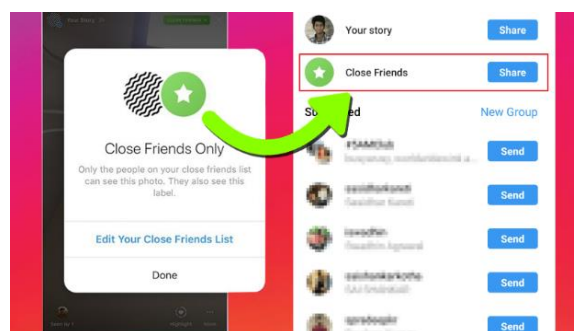
Pada saat ini, penggunaan media sosial Instagram sangat tinggi di kalangan masyarakat. Riset lain yang dapat menunjukkan penggunaan Instagram yaitu Perusahaan riset dan analisis Inggris (TNS) mengungkap bahwa masyarakat Indonesia menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi cerita, pembaruan sesuatu, dan komunitas bisnis *mobile first* yang telah mendorong hasil bisnis yang berdampak besar dan kecil di Indonesia. Dengan kemudahan yang dapat memberikan manfaat, membuat pengguna instagram meningkat setiap tahunnya. Oleh karena itulah peneliti menggunakan aplikasi Instagram untuk dijadikan bahan penelitian.

Dari aplikasi Instagram, hal menarik yang dapat dikaji yakni di mana pengguna dapat mengatur dan memperlakukan akun mereka untuk berbagai kepentingannya sebagai sarana sebuah dramaturgi. Instagram digunakan

untuk dapat menjadi tempat pengguna bisa mengekspresikan diri untuk menunjukkan eksistensi yang dapat mempresentasikan pengguna. Hal ini menyebabkan apa yang ditampilkan di Instagram merupakan identitas yang bisa sangat mewakili pengguna di dunia nyata. Namun lain halnya bila pengguna dapat mengatur bagaimana identitasnya dibuat untuk dibagikan kepada khalayak. Kepalsuan tersebut dibuat untuk mendapatkan kepentingan pengguna walaupun sama sekali berbeda dengan kehidupan nyata.

Fenomena seperti ini berkesinambungan dengan kajian klasik yang dilakukan oleh Sherry Turkle pada tahun 1995 yang berisikan keterkaitan antara konstruksi identitas dan teknologi berjaringan (*networked technology*). Turkle menjelaskan bahwa kehidupan dunia maya dapat membuat suatu identitas berubah menjadi lebih cair dan terfragmentasi. Identitas menjadi cair dan terfragmentasi di internet khususnya Instagram yang ditunjukkan lewat penggunaan akun di media sosial ini (Nur Hasanah, 2023). Di antaranya penggunaan fitur “*close friends*” yang digunakan oleh pengguna Instagram. Pengguna media sosial tersebut memanfaatkan fitur dari aplikasi Instagram untuk beragam kepentingan.

Gambar 1.2 Fitur *Close Friends* Pada Media Sosial Instagram



Sumber: Peneliti

Pada umumnya, penggunaan fitur *close friends* mempresentasikan diri yang sebenarnya yang dapat dilihat oleh pengikut pilihan. Biasanya fitur *close friends* berisi candaan, video absurd dan dipandang sensitif tentang suatu hal seperti sindiran, curhatan dan lain sebagainya. Alasan umum penggunaan fitur *close friends* biasanya karena takut *spamming* atau kemungkinan akun tersebut merupakan akun khusus seperti akun tugas, akun khusus untuk hobinya dan lain sebagainya. Alasan lainnya adalah kemungkinan adanya konten yang sensitif. Sementara yang bukan merupakan bagian dari *close friends* merupakan konten pilihan yang menampilkan imaji diri ideal yang ingin mereka bangun. Di luar dari fitur tersebut lebih menonjolkan citra diri ini identik dengan foto-foto atau video yang lebih ditujukan untuk mendapatkan banyak likes dan komentar.

Fitur *close friends* pada aplikasi Instagram memberikan kesempatan kepada pengguna untuk dapat menunjukkan diri mereka secara lebih terbuka. Menurut Floyd, Pengungkapan diri merupakan suatu tindakan menyampaikan informasi dengan sengaja yang berisikan tentang diri sendiri dan percaya bahwa sebuah informasi benar walaupun khalayak belum mengetahui kebenarannya. Syarat yang harus dipenuhi dalam berkomunikasi untuk menciptakan keterbukaan yaitu penyedia informasi harus sengaja memberikan informasi dan pembaca juga harus mempercayai informasi yang diberikan oleh penyedia informasi tersebut. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Wood pada tahun 2012 mengungkapkan bahwa *self-disclosure* adalah pengungkapan informasi tentang diri sendiri yang bersifat rahasia dan sulit untuk diketahui oleh orang lain (Ella Ilvana Mutia, Mursyid Ridha, 2019).

Seseorang akan terbuka ketika mereka memberikan informasi pribadi tentang diri mereka sendiri seperti keinginannya, ketakutan, menunjukkan perasaan, menunjukkan pemikiran, dan pengalamannya. Keterbukaan cenderung dapat mengajak orang lain untuk saling terbuka. Hal ini dikarenakan adanya rasa percaya dari kedua pihak untuk saling memberikan informasi tentang dirinya dengan rasa aman. Artinya, informasi yang diberikan merupakan informasi tentang diri nya tidak diperuntukan untuk orang banyak dan bersifat rahasia.

Perbedaan cara mengeksistensi diri individu kepada khalayak memiliki beberapa kemungkinan yang dapat dijadikan dasar bagaimana pengguna dapat mendeskripsikan dirinya kepada khalayak umum. Kemungkinan pertama, pengungkapan informasi pribadi dapat menjadi langkah untuk mempererat hubungan antara pemilik asli informasi dengan pihak penerima informasi. Sedangkan kemungkinan kedua, pengungkapan informasi pribadi juga dapat membuat hubungan menjadi berantakan ketika pihak lain tidak mampu menghadapi apa yang disampaikan kepadanya, atau bahkan pihak lain sengaja menyebarkan informasi pribadi tersebut kepada orang lain. Petronio menjelaskan bahwa ada tiga aksioma penting dalam teori ini, yaitu kepemilikan privasi, kontrol privasi, dan turbulensi privasi (Lambok Hermanto Sihombing1); Maria Paskalia Aninda; 2022). Fitur *close friends* membuat pengguna lebih leluasa untuk mengupload suatu kegiatan yang mereka lakukan. Berbagi cerita dengan memilih siapa saja yang melihat membuat penggunanya lebih merasa aman dan percaya diri untuk mengunggah informasi apapun di media sosial Instagramnya.

Fenomena penggunaan fitur *close friends* di Instagram memiliki keterkaitan dengan teori dramaturgi dengan konsep digital yang di mana mengibaratkan interaksi sosial merupakan sebuah panggung pentas dengan serangkaian drama di dalamnya. Panggung pentas dalam teori ini dibagi menjadi dua yakni panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). *Front stage* didefinisikan sebagai tempat pertunjukan berlangsung yang di mana di dalamnya terdapat drama dan hal-hal yang sengaja ditunjukkan kepada. Dalam media sosial ini panggung depan seseorang adalah akun utama yang diciptakan untuk membentuk citra diri kepada khalayak. Lain halnya dengan panggung belakang (*back stage*) yang merupakan sesuatu yang disembunyikan oleh seseorang dari penonton. Sebagaimana kemunculan fitur *close friends* menjadi sarana yang tepat untuk sebagai objek dalam teori dramaturgi ini dikarenakan memiliki pemikiran untuk mempelajari, menafsirkan, merasakan makna dan simbol dan juga melakukan interaksi yang menginterpretasikan nya sebagai tindakan. Teori ini berawal dari gagasan Mead tentang “*I dan Me*” yang menjelaskan bahwa terdapat kesenjangan antara diri yang terbuka dan diri yang tersosialisasi. Konsep “*I*” menggambarkan kejujuran yang nyata dan konsep “*Me*” menggambarkan pada individu yang menjadi diri orang lain.

Fenomena dramaturgi pada media sosial Instagram sudah banyak termanifestasi oleh *influencer/content creator* yang memiliki kerahasiaan dibalik konten yang mereka sajikan. Salah satu contohnya adalah Kadeer Bachmid (atau yang lebih dikenal dengan nama @d_kadoor di Instagram) merupakan selebgram laki-laki asal Malang, Jawa Timur. Pada panggung

depan Bachmid sering kali berakting menjadi seorang ibu-ibu cerewet dengan gaya khas memakai jilbab, tapi tidak menanggalkan kumis tipisnya dan menggunakan bahasa Jawa Timuran. Kepiawaiannya memerankan karakter ibu-ibu cerewet dengan riasan super tebal membuat banyak orang menyukai konten instagramnya sekaligus terhibur dengan kelucuannya (Uzda Nabila Shabiriani, 2021). Namun, banyak juga yang tidak menyukai karena Bachmid dianggap menyerupai perempuan yang dimana di agama islam tidak diperkenankan seorang laki-laki meniru gaya perempuan. Beda halnya dengan panggung belakang Bachmid yang sebenarnya merupakan sosok laki-laki tulen yang pintar dalam mengaji. Hal tersebut beberapa kali direkam oleh teman-temannya yang di *repost* pada Instagram *story* Bachmid. Jelas berbanding terbalik dengan apa yang sering terlihat di konten videonya yang berakting sebagai ibu-ibu cerewet.

seorang *influencer/content creator* sering kali tidak menampilkan *backstage* nya pada konten yang mereka unggah pada akun nya. Dikarenakan seseorang dapat mengelola kesan yang akan tersampaikan kepada khalayak melalui media sosial yang mereka miliki. Begitupun yang dilakukan oleh *influencer* A(@k***), B(@a*****), dan C(@k****) dalam penggunaan media sosial mereka. Keberadaan fitur *close friends* memberikan seseorang memiliki privasi dalam bentuk foto dan video sebagai archive dan menunjukkan sisi *backstage* sebagai kerahasiaan yang dimana hanya orang-orang tertentu saja yang dapat mengkonsumsinya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian ini yaitu: **“Dramaturgi Dalam Media Sosial : Fitur *Close Friends* di Instagram”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan pernyataan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana Penggunaan Fitur *close friends* di Media Sosial Instagram Jika di Tinjau Dari Teori Dramaturgi?

1.3 Tujuan Penelitian

Didasari dengan rumusan masalah yang tertulis, untuk kepentingan penilaian, penting untuk mengetahui titik akhir dari penelitian ini agar penelitian tetap berada dijalur yang tepat dan tidak menyimpang dari objeknya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk:

Mengetahui bagaimana teori dramaturgi di era digital melihat penggunaan fitur *close friends* di media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai daripada penelitian ini, maka diharapkan hasil tulisan ini dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis bagi semua pihak. baik yang terlibat secara langsung maupun secara tidak langsung. Manfaat yang dimaksud akan diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan kekayaan wawasan khususnya dalam bidang akademik khususnya pada program studi keilmuan Ilmu Komunikasi. Penulis pada penelitian kali ini mengharapkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat dijadikan referensi dalam perkembangan ilmu di bidang Ilmu Komunikasi terutama dalam penelitian yang berkaitan dengan konsep interpretasi dalam sebuah media komunikasi.

Dalam bidang komunikasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya tentang dramaturgi yang mengarah kepada media sosial, khususnya aplikasi Instagram. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan gagasan baru dalam pemanfaatan teknologi informasi dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas mengenai hal-hal yang menyangkut penggunaan fitur *close friends* di Instagram, serta menyumbangkan ide-ide untuk memenuhi kebutuhan komunikasi informasi dan media konvergensi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil dari penelitian kali ini diharapkan dapat memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung khususnya terhadap penulis dan juga kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai sumber informasi yang berarti bagi keilmuan khususnya ilmu

komunikasi yang berfokus pada kajian resepsi dan interpretasi masyarakat terhadap sebuah teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini.

2. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Hasil penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi Instagram sebagai bahan pertimbangan dalam memberikan kemudahan kepada pengguna.
4. Untuk kalangan praktisi, penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan pembaca untuk memperkaya ilmu pengetahuan mengenai teknologi informasi pada aplikasi Instagram yang direlasikan dalam dramaturgi dalam media sosial.
5. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan mendalami ilmu komunikasi khususnya mengidentifikasi dan memahami teori dramaturgi dalam media sosial pada fitur *close friends* di aplikasi Instagram serta melengkapi dan menyelesaikan studi di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial dan ilmu politik, Universitas Sriwijaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Rosana, Ellya. "Modernisasi Daan Perubahan Sosial." *Jurnal TAPIS* 7.1 (2011): 46-62
- Putri, N. S. R., & Farida, F. (2018). Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya UPI Bandung.
- Komunikasi Universitas dr. Soetomo Surabaya dalam Instagram. *Jurnal Kajian Media*, 2(2).
- Soemardjan, Soekanto. (2012). *Perubahan Sosial di Yogyakarta*: Gajah Mada University Press.
- Defleur, Melvin L. dan Rokeach, Sandra Ball, *Theories of Mass Communication*. Longman. New York. 1976
- Phenomenology Of Using Instagram Close Friends Features *for Self Disclosure Improvement* (Lambok Hermanto Sihombing; Maria Paskalia Aninda; 2022) Communication Studies Undergraduate Program, President University
- Shabiriani, U. N. (2021). DRAMATURGI DALAM IDENTITAS DAN CITRA INFLUENCER
- KADEER BACHDIM PADA AKUN INSTAGRAM D_KADOOR. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2), 81-86.
- J. Santrock, "Life Span Development-Perkembangan Masa Hidup. Jakarta: Penerbit Erlangga,," 2002.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Azwar, dkk. The Utilization of Instagram as a Media Promotion: the Case Study of Library in Indonesia. *Insaniyat: Journal of Islam and Humanities* 2, no. 2 (2018) : 147-159.

- Azzahro Syufyani, (2021). Pemasaran Online Pada Instagram ADS dan Facebook ADS. Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah
- Dwirinanti Rekha Adistia, dkk. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 5 No. 2, Oktober 2021 hlm. 15
- Moleong, Lexy J. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja
- Rosdakarya Morissan, M.A. 2010. Teori Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma Baru Ilmu. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J., 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Zeisler, A. (2008). Feminism and Pop Culture. California: Seal Press.
- Silitonga, Y. P. G. (2021). Analisa Self Disclosure Dalam Second Account di Media Sosial Instagram: Studi Kualitatif terhadap Second Account Instagram.
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram. Jurnal Inovasi Penelitian, 2(4), 1195-1204
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative Research. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Devito, Joseph. A. 2001. The Interpersonal Communication. New York: Addison Wesley Logman Inc.
- Devito, Joseph. A. 2012. The Interpersonal Communication. New York: Addison Wesley Logman Inc.
- Napoleon Cat. 2020. Instagram users in Indonesia. Napoleoncat.com: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/08>

- Morgan, Chloe. 2019. Influencer who posed in a bikini to ponder how different her life is to 'the man picking rice every morning' in a field in Bali is branded 'narcissistic'. dailymail.co.uk: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-7141965/Influencer-posed-bikini-overlooking-rice-field-SLAMMED-humble-brag.html>
- Mahardika, R. D. & Farida, F. 2019. Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. Jurnal Studi Komunikasi, Vol. 3 No.1, 101 -117.
- Masur, Phillipp K & Michael Scharkow. 2016. Disclosure Management on Social Network Sites: Individual Privacy Perceptions and User- Directed Privacy Strategies. Social Media + Society Journal, Vol.2 No.1, 1-13
- Misoch, Sabina. 2014. Card Stories on Youtube: A New Frame for Online Self Disclosure. Media and Communication, Vol.2 No.1, 2-12.
- Westin, Almant F. 1976. Privacy: A Conceptual Analysis. Enviroment and Behaviour, Vol.8 No.1, 7-11.