

**Dramaturgi Dosen Kota Palembang Dalam Representasi Diri
pada Instagram**

SKRIPSI



Oleh:

Ezardy Rahman

07031382025255

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Dramaturgi Dosen Palembang Dalam Representasi Diri pada Instagram

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Ilmu Komunikasi

Oleh :

Ezardy Rahman

07031382025255

Pembimbing I

1 Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.
NIP.198807252019031010


Pembimbing II

2 Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom
NIP.198902202022031006

Tanda Tangan



Tanggal



Mengetahui,

Ketua Jurusan, Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001



**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
DRAMATURGI DOSEN KOTA PALEMBANG DALAM
REPRESENTASI DIRI PADA INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh:

EZARDY RAHMAN

07031382025255

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji

Pada tanggal 19 November 2024

dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc.

NIP. 19920913 2019032015

Ketua

Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199209292020122014

Anggota

Krisna Murti, S.I.Kom., MA

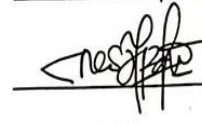
NIP. 198807252019031010

Anggota

Eko Pebrvan java, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 198902202022031006

Anggota



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,




Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
NIP. 196601221990032004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.

NIP. 196406061992031001



PERNYATAAN ORISINALITAS

Peneliti yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ezardy Rahman
Nim : 07031382025255
Tempat dan Tanggal Lahir : Tangerang, 18 April 2002
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Dramaturgi Dosen Palembang Dalam Representasi
Diri pada 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 peneliti dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang peneliti tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya ataupun perguruan tinggi lainnya.

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

Palembang

Yang membuat pernyataan



Ezardy Rahman

NIM. 07031382025255

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"In everyday life, individuals manage their appearance and behavior to produce the desired impression on others."
(Erving Goffman)

PERSEMBAHAN

"Dengan penuh rasa syukur dan terima kasih atas rahmat Allah Swt, saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya, yang tanpa henti memberikan dukungan, cinta, dan doa, kepada teman-teman dan orang tersayang yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga karya ini menjadi salah satu bentuk penghargaan atas segala usaha dan pengajaran yang telah diberikan."

ABSTRACT

This study analyzes the concept of dramaturgy in the usage of Instagram by lecturers in the universities in Palembang. Using qualitative approach, this study explores how lecturers use their main account and their second account to separate professional identity and private identity. The main account (front stage) is used to show professional image through structured posts that are relevant to academic role, for the example, education contents, career, and formal interaction. On the contrary, the second account (back stage) becomes a room to express their more personal self, such as daily activities, hobbies, private matters, which are not suitable for general audience. Further more, this study identified the appearance of middle stage, which is the process of curation and preparation before the content is published, in this step, the lecturers carefully consider the type of content that will be shared, this act as a form of a bridge between their personal and private life. The result of this study shows that the main motivation for the lecturers to make a second account is to keep balance in their professional and private life, also to protect their image in public space, the privacy on the second account is protected tightly by limiting the followers to the people close to them. This study affirms that the usage of Instagram by lecturers not only shows identity management strategy but also becomes a place to fill personal needs and professional needs at the same time.

Key word : Dramaturgy, Instagram, lecturers, professional identity, self expression

Advisor 1



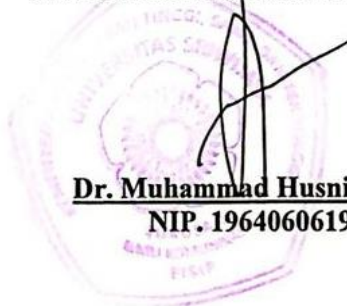
Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Advisor 2



Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom
NIP. 198902202022031006

Head of Communication Science Departement



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

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis konsep dramaturgi dalam penggunaan Instagram oleh dosen di Palembang. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana dosen memanfaatkan akun utama dan akun kedua untuk memisahkan identitas profesional dan pribadi. Akun utama (*front stage*) digunakan untuk menampilkan citra profesional melalui unggahan yang terstruktur dan relevan dengan peran akademis, seperti konten edukasi, karier, dan interaksi formal. Sebaliknya, akun kedua (*back stage*) menjadi ruang untuk ekspresi diri yang lebih personal, seperti aktivitas sehari-hari, hobi, atau curahan hati, yang tidak sesuai untuk khalayak umum. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi keberadaan "panggung tengah," yaitu proses kurasi dan persiapan konten sebelum dipublikasikan. Pada tahap ini, dosen menimbang dengan cermat jenis konten yang akan dibagikan, sebagai bentuk jembatan antara kehidupan profesional dan pribadi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama dosen membuat akun kedua adalah menjaga keseimbangan antara kehidupan profesional dan pribadi, serta melindungi citra diri di ruang publik. Privasi pada akun kedua dijaga ketat dengan membatasi pengikut pada lingkaran orang-orang terdekat. Penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan Instagram oleh dosen tidak hanya mencerminkan strategi pengelolaan identitas, tetapi juga menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan personal dan profesional secara bersamaan.

Kata Kunci: dramaturgi, Instagram, dosen, identitas profesional, ekspresi diri

Pembimbing 1



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Pembimbing 2



Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom
NIP. 198902202022031006

Ketua jurusan Ilmu Komunikasi



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

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	11
1.3 Tujuan penelitian.....	11
1.4 Manfaat penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 New Media.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Instagram	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Dramaturgi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Penelitian terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Definisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
3.3 Jenis Dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Fokus Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3.5.1 kriteria informan	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 <i>Key</i> Informan	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Informan pendukung	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV GAMBARAN UMUM	Error! Bookmark not defined.
4.1. Instagram	Error! Bookmark not defined.
4.2 Dosen.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Pembahasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Panggung depan.....	Error! Bookmark not defined.
5.3 Panggung Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
5.4 Proses transisi dosen dari panggung depan ke belakang	Error! Bookmark not defined.
5.5 Citra Dosen di Instagram sebagai dosen yang <i>Friendly</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB VI KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka	13
Lampiran.....	Error! Bookmark not defined.

Daftar Tabel

Tabel Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel Fokus Penelitian	41

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial Instagram Oktober Tahun 2023	3
Gambar 1.2 Jumlah Dosen Berdasarkan Umur	5
Gambar 1.3 Pengguna Akun Instagram Utama Dan Alternatif(1).....	6
Gambar 1.4 Pengguna Akun Instagram Utama Dan Alternatif(2).....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 5.1 Informan Pertama menunjukkan bahwa mereka setuju untuk diwawancara	61
Gambar 5.2 Informan Kedua menunjukkan bahwa mereka setuju untuk diwawancara	61
Gambar 5.3 Akun Pertama Dan Kedua Informan Pertama	62
Gambar 5.4 Akun Pertama Dan Kedua Informan Kedua.....	62
Gambar 5.5 Unggahan Mengenai Kegiatan Sebagai Dosen Dari Informan Pertama.....	64
Gambar 5.6 Unggahan Informan Pertama dalam Kegiatan Perkuliahan	65
Gambar 5.7 Informan Kedua Dalam Kegiatan Perkuliahan	67
Gambar 5.8 Unggahan Yang Tidak Menunjukkan Kegiatan Perkuliahan	68
Gambar 5.9 Unggahan Informan Pertama Menggunakan <i>Filter</i> Dalam <i>Story</i>	69
Gambar 5.10 Contoh Unggahan Pribadi Di Akun Kedua	75
Gambar 5.11 Unggahan Yang Bersifat Kurang Formal.....	76
Gambar 5.12 Video Perkuliahan yang Diunggah oleh Informan Kedua.....	82
Gambar 5.13 Unggahan Pada Akun Kedua.....	86

Daftar Lampiran

Lampiran1. Pedoman wawancara.....	77
-----------------------------------	----

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala rahmat, karunia, dan bimbingan-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Dramaturgi Dosen Kota Palembang Dalam Representasi Diri pada Instagram" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan tulus hati, saya mengucapkan terima kasih dan juga mendoakan agar diberikan balasan yang terbaik dari Allah SWT kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
3. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mendukung penulis.
4. Bapak Eko Pebryan Jaya., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mendukung penulis.
5. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan dan saran untuk penulis.
6. Ibu Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan saran untuk penulis.
7. Seluruh jajaran dosen dan staff Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan telah membantu dalam berbagai hal akademik selama masa perkuliahan.
8. Ayah dan Ibu tercinta Dedi ambardi dan Desi Zulyani, dua orang yang sangat berjasa dalam kehidupan penulis, terima kasih atas segala kasih sayang, doa, kepercayaan, dan segala kebaikan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah Subhanahu Wata'ala memberikan keberkahan di dunia dan di akhirat.
9. Kakak, saudari-saudari sepupu penulis, Sherly Wulan Ramadhanty yang telah membantu, mendoakan, serta menyemangati penulis, kemudian Anggia Calista Salsabila, Aurel Vania Khairunissa dan Novia Liana Maladevisyah yang juga menyemangati penulis.
10. Mayen, Mayong, Dawi, Papi Anchuen, Papa Fauzi, Papa Harry, keluargaku yang aku sayangi yang selalu memberi motivasi dari awal kuliah.
11. Teman-teman SMP penulis, Devin Aryo Seno, Muhamad Dicky Ikhwan

Muslimin, Muhaimin Sasni Arita, Muhammad Arif Rahmanda, Muhamad Raihan Panji Raharjo, Julio Evan Desnito, Adrian Ilyas Riyanto dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang menemani penulis sejak perkuliahan dimulai pada masa COVID-19 dan menyemangati penulis.

12. Teman-teman SMA penulis, Monicha Apriyanti, Christefanny Angelia Gultom, Verel Eksanda Rionaldy, Bobby Ardian Wijaya Arafah, Raditya Rafly Ramadhan, dan Irdy Arridh Azzahri. Terima kasih telah menemani dan menyemangati penulis.
13. Teman perkuliahan penulis, Alda Aulia Ali, Muhammad Alyuda Tri Utama, Annisa Bakhithah Fakhirah, Auliandri Syafitra, Bayu laksono, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat di sebut satu persatu. Terima kasih telah menemani dan menyemangati penulis dalam masa dan proses pembuatan skripsi.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah menyemangati penulis dalam penelitian skripsi hingga selesai.
15. Terima kasih kepada diri saya karena selalu kuat dan teguh hingga saat ini. Terima kasih sudah berjuang sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi analisis maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang kajian keamanan dan hubungan internasional, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Palembang, 25 januari 2025

(Ezardy Rahman)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada ranah komunikasi, terdapat berbagai macam atau bentuk medium atau perantara yang digunakan dalam pertukaran pesan. Sebagai contoh, media massa menjadi salah satu bentuk medium yang efektif, di mana proses penyampaian informasi dilakukan melalui alat atau media seperti televisi dan radio. Fenomena ini menunjukkan cara tradisional komunikasi massa yang bersifat satu arah, dengan pesan yang disampaikan dari penyedia informasi kepada audiensnya. Namun, dengan adanya perkembangan komunikasi masa kini, terjadi transformasi dari media massa ke *new media* atau media baru, yang berpengaruh dengan berubahnya cara sebuah informasi tersampaikan dan bagaimana individu dapat berinteraksi dengan informasi atau pesan tersebut. Kehadiran media baru mengubah signifikan proses komunikasi manusia. Dengan media baru, komunikasi melalui media dapat berubah dari arus satu arah menjadi arus dua arah bahkan multi-arah (Luik, 2020).

Perkembangan era media baru, termasuk internet, telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi dan cara masyarakat memperoleh informasi. Media baru ini memfasilitasi konvergensi media, di mana berbagai format dan platform dapat disatukan untuk menciptakan presentasi yang beragam dan menarik. Proses konvergensi media ini mengintegrasikan elemen visual, audio, animasi, serta grafik ke dalam satu kesatuan yang memungkinkan penyampaian pesan menjadi lebih efektif dalam komunikasi. Khalayak sudah semakin familiar dengan media baru yang mudah

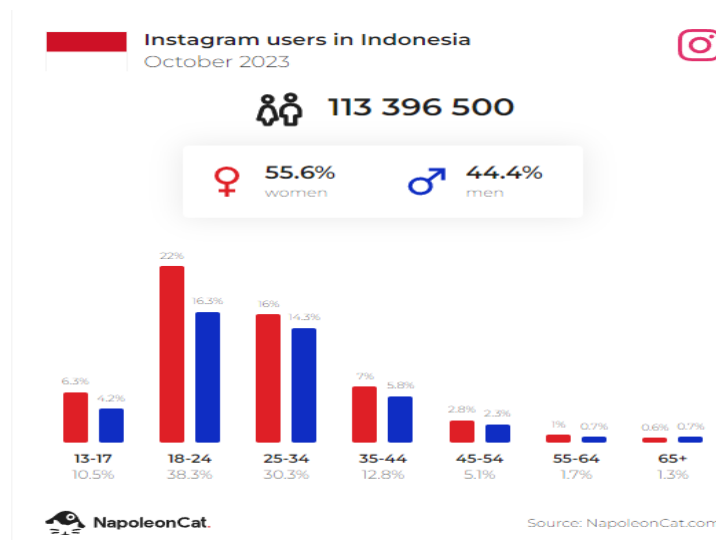
diakses secara online. Salah satu aspek dari media baru yang paling populer di kalangan masyarakat adalah media sosial, yang berfungsi melalui koneksi internet. Media sosial ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengakses informasi, tetapi juga memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi dengan orang lain, mengembangkan bisnis, serta membangun hubungan sosial secara virtual dengan sesama pengguna internet. Media massa, yang mencakup surat kabar dan televisi, secara umum bersifat *top-down*, yaitu informasi disajikan secara formal dan linear kepada audiens. Respons atau umpan balik dari penerima pesan seringkali sulit atau bahkan tidak dapat disampaikan. Di sisi lain, media sosial menawarkan platform di mana masyarakat dapat dengan lebih mudah menyampaikan pesan mereka. Aksesibilitas terhadap informasi juga menjadi lebih mudah dengan adanya media sosial.

Dalam konteks media sosial, interaksi dalam komunikasi menjadi dua arah. Pemberi pesan dapat menyampaikan informasi, dan sebaliknya, penerima pesan memiliki kesempatan untuk memberikan umpan balik atau tanggapan. Hal ini menciptakan dinamika yang lebih demokratis dalam pertukaran informasi, di mana setiap individu memiliki peran aktif dalam proses komunikasi. Media sosial memiliki dampak sosial yaitu kemudahan interaksi dengan sejumlah besar individu, memperluas lingkaran pergaulan, mengatasi kendala jarak dan waktu, memfasilitasi ekspresi diri yang lebih mudah, memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat, dan mengurangi biaya yang diperlukan. (Cahyono, 2016) Dengan adanya media sosial, individu dapat lebih bebas menyuarakan pendapat, berbagi pengalaman, dan berpartisipasi dalam dialog publik. Fleksibilitas ini menjadi nilai tambah dalam era di mana partisipasi dan keterlibatan aktif dalam komunikasi dianggap penting. Dengan kata lain, transformasi

dari media massa ke media sosial telah menghadirkan perubahan signifikan dalam paradigma komunikasi, membuka peluang baru untuk interaksi dan pertukaran informasi yang lebih inklusif dan dinamis.

Media sosial berperan sebagai salah satu sarana dalam mengekspresikan diri atau aktualisasi diri seorang penggunanya, Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia tentunya memiliki kontribusi dalam hal ini, salah satu caranya adalah dengan dapat membagikan *post* dalam bentuk foto ataupun video. Berdasarkan data digital 2023 : Indonesia Oktober 2023 dalam [napoleoncat.com](https://www.napoleoncat.com)., ditunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram di Indonesia memiliki total sebanyak 113 juta pengguna dengan pengguna terbanyak yaitu, perempuan dengan presentase 55.6% dan laki-laki memiliki presentase sebanyak 44.4%

Gambar 1.1
Data pengguna Media Sosial Instagram Oktober Tahun 2023



Sumber : Napoleoncat.com

Diakses pada tanggal 12 Agustus 2023

Instagram, yang merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan data digital dari [napoleoncat.com](https://www.napoleoncat.com) terbukti

bahwa Instagram memiliki banyak kalangan pengguna. Dalam hal ini, pengguna terbanyak berasal dari kalangan generasi muda, yaitu generasi Z yang terdiri dari remaja-remaja berusia 18 hingga 22 tahun. Pada rentang usia tersebut, sebagian besar adalah mahasiswa atau mahasiswi, kemudian diikuti oleh kalangan generasi berusia 25 hingga 34 tahun dan generasi berusia 35 hingga 44 tahun. Berdasarkan statistik jumlah dosen menurut kelompok umur tiap provinsi dari Kemendikbud, jumlah dosen terbanyak berada di jenjang usia 26 hingga 35 tahun dan usia 36 hingga 45 tahun. Jika dilihat dari data statistik dari napoleoncat.com, dapat dikatakan bahwa dosen juga merupakan salah satu profesi yang pemilikinya banyak menggunakan Instagram. Instagram menyediakan medium atau wadah yang memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi, menyebarkan informasi, berinteraksi, dan juga mengekspresikan diri secara bebas dan mudah melalui konten yang mereka buat di Instagram. Instagram sendiri menarik perhatian para penggunanya atau masyarakat Indonesia karena sarana-sarana yang diberikan untuk mengekspresikan identitas, seperti *reels*, komentar, dan lain-lain, sehingga pengguna dapat memberikan atau menyampaikan pesan mereka dengan fleksibel atau mudah. Dalam konteks pertukaran informasi, Instagram juga memudahkan para penggunanya dengan fitur *share*, dan melalui fitur komentar, para pengguna dapat berpartisipasi dalam komunikasi online.

Gambar 1.2
Jumlah Dosen Berdasarkan Umur

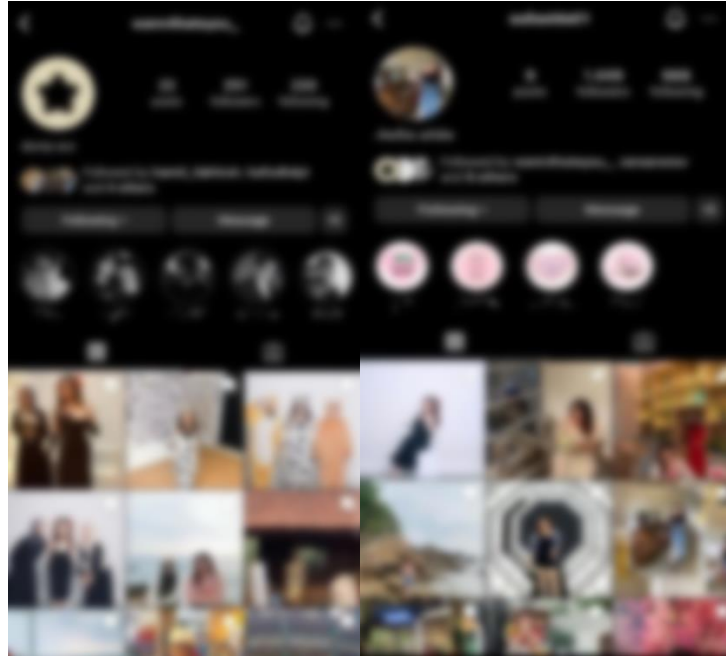
Provinsi Province	≤ 25 th	26 - 35 th	36 - 45 th	46 - 55 th	56 - 65 th	> 65	Jumlah Total
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
D.K.I. Jakarta	136	6.712	9.088	8.970	5.585	1.646	32.137
Jawa Barat	131	9.697	11.153	10.250	7.086	1.279	39.596
Banten	28	3.599	3.893	2.857	1.550	253	12.180
Jawa Tengah	74	7.079	7.074	5.990	4.256	672	25.145
D.I. Yogyakarta	38	3.992	3.540	3.525	2.595	578	14.268
Jawa Timur	110	13.185	11.047	8.941	6.352	1.235	40.870
Aceh	19	2.856	3.414	2.455	1.116	155	10.015
Sumatera Utara	116	5.765	5.289	4.049	2.629	391	18.239
Sumatera Barat	33	2.968	2.497	1.928	1.561	187	9.174
Riau	25	2.448	1.951	1.340	647	80	6.491
Kepulauan Riau	26	995	737	523	142	19	2.442
Jambi	17	1.419	966	846	517	28	3.793
Sumatera Selatan	43	2.359	2.222	1.842	1.256	153	7.875
Bangka Belitung	4	364	299	158	45	10	880
Bengkulu	8	869	676	551	574	15	2.693
Lampung	49	2.782	1.758	1.390	969	93	7.041
Kalimantan Barat	22	1.352	1.172	842	466	32	3.886
Kalimantan Tengah	7	684	689	577	393	31	2.381
Kalimantan Selatan	16	1.559	1.290	1.139	684	70	4.758
Kalimantan Timur	21	1.340	1.398	1.146	679	101	4.685
Kalimantan Utara	1	246	242	114	32	4	639
Sulawesi Utara	11	906	1.218	1.492	1.440	125	5.192
Gorontalo	19	775	683	457	176	10	2.120
Sulawesi Tengah	14	1.114	1.058	1.105	601	51	3.943
Sulawesi Selatan	41	5.305	4.443	4.069	2.648	410	16.916
Sulawesi Barat	8	655	482	271	92	23	1.531
Sulawesi Tenggara	16	1.676	1.320	986	433	46	4.477
Maluku	9	661	1.058	947	493	25	3.193
Maluku Utara	2	657	881	543	124	18	2.225
Bali	47	2.314	1.651	1.732	1.739	153	7.636
Nusa Tenggara Barat	31	2.543	1.800	1.053	640	33	6.100
Nusa Tenggara Timur	13	1.624	1.578	1.110	712	66	5.103
Papua	11	817	1.105	895	378	54	3.260
Papua Barat	15	617	695	464	195	20	2.006
INDONESIA	1.161	91.934	88.367	74.557	48.805	8.066	312.890

Sumber : |STATISTIK PENDIDIKAN TINGGI *HIGHER EDUCATION STATISTIC* 2020

Diakses pada tanggal 28 Maret 2024

Salah satu fenomena menarik yang muncul di Instagram adalah penggunaan *second account* atau akun kedua, akun kedua ini mengarah kepada akun alternatif yang digunakan oleh sebuah pengguna Instagram, jumlah akun alternatif yang dapat digunakan oleh sebuah pengguna dapat bervariasi yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan lebih dari dua akun.

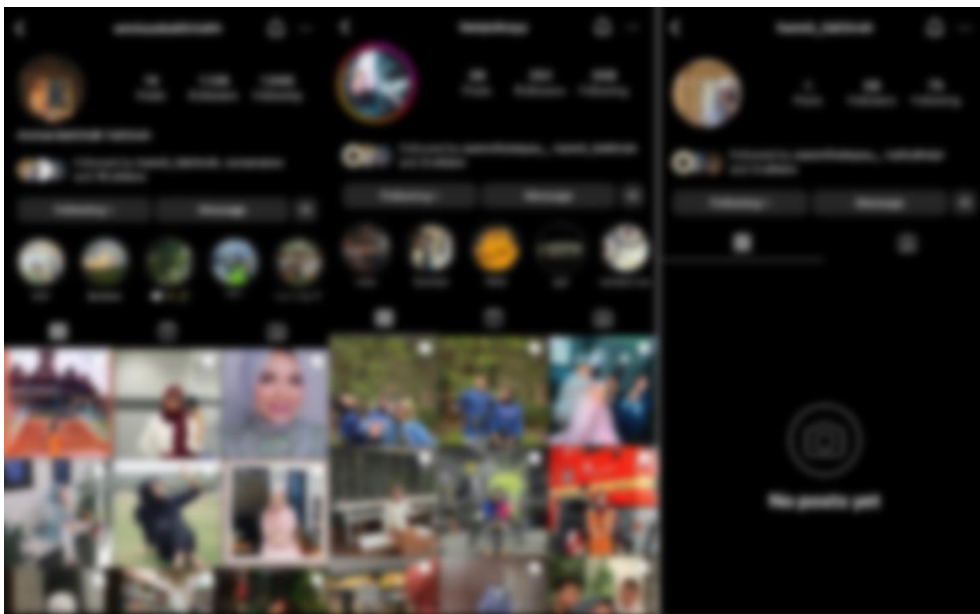
Gambar 1.3
Pengguna Akun Instagram Utama dan Alternatif (1)



Sumber : Instagram
Diakses pada tanggal 13 Maret 2024

Dari foto di atas dapat dilihat bahwa seorang pengguna Instagram menggunakan dua akun, akun pertama (*first account*) menjadi akun utama, dan akun kedua (*second account*) menjadi akun alternatifnya.

Gambar 1.4
Pengguna Akun Instagram Utama dan Alternatif (2)



Sumber : Instagram

Diakses pada tanggal 29 Februari 2024

Dan kemudian jika dilihat dari foto di atas pengguna Instagram ini menggunakan 3 akun, pada hal ini dua akun yang lainnya menjadi akun alternatif.

Terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang telah meneliti fenomena akun kedua (alternatif) yang mengatakan bahwa, faktor seseorang memiliki *second Account* ialah untuk memiliki ruang privasi, di dalam ruang itu hanya terdapat orang-orang terdekat saja (Husain, 2023), kemudian menurut penelitian (Iksandy, 2022) hal yang mendorong pemilik akun untuk memiliki akun kedua adalah pemilik akun sadar jika akun Instagramnya akan memiliki dampak terhadap penilaian terhadap diri mereka. Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh (Andriani, 2023) ditemukan bahwa sebagian orang merasa bahwa mereka ingin menampilkan dirinya dalam versi yang lain, oleh karena mereka tau akan adanya kontroversi dan berbagai tanggapan dari para pengikutnya maka mereka membuat akun kedua.

Penggunaan akun kedua ini sering kali menjadi ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan sisi lain dari diri mereka yang mungkin tidak mereka tunjukkan di akun utama mereka. Fenomena ini membuka pintu untuk memahami lebih dalam tentang bagaimana dan pencitraan atau representasi diri di dunia maya. Penggunaan *second account* di Instagram dapat bervariasi dari satu individu ke individu lainnya. Ada yang menggunakan akun kedua sebagai wadah untuk mengekspresikan hobi atau minat khusus, seperti seni fotografi, desain, atau bahkan kegiatan memasak. Dengan akun kedua, pengguna merasa lebih bebas untuk mengeksplorasi minatnya tanpa terikat pada ekspektasi atau citra

yang telah mereka bangun di akun utama.

Selain itu, beberapa pengguna menggunakan *second account* sebagai sarana untuk mengekspresikan sisi lain dari kepribadian mereka yang mungkin berbeda dari citra yang mereka tampilkan di akun utama. Contohnya seperti seseorang yang memiliki citra yang serius dan profesional di akun utama mereka mungkin menggunakan akun kedua untuk menunjukkan sisi yang lebih santai dan humoris dari diri mereka. Fenomena ini mencerminkan kompleksitas identitas manusia yang tidak selalu terlihat dalam satu dimensi. Namun, penggunaan *second account* juga dapat menimbulkan beberapa pertanyaan dan dilema. Misalnya, sejauh mana pemisahan antara akun utama dan kedua dapat memengaruhi interaksi sosial dan hubungan antar pengguna? Bagaimana penggunaan akun kedua dapat memengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas dan pencitraan diri pengguna? Selain itu, ada juga isu privasi dan keamanan yang perlu diperhatikan. Penggunaan *second account* dapat meningkatkan risiko eksposur yang tidak diinginkan atau penyalahgunaan informasi pribadi, terutama jika penggunaan kedua akun tersebut melibatkan interaksi dengan orang asing atau pengguna yang tidak dikenal.

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa interaksi pada media sosial Instagram sangat fleksibel, karena fitur-fitur yang disediakan, namun pengguna Instagram dapat juga membatasi atau memilah interaksi-interaksi mereka atau konten yang mereka tunjukkan dengan menggunakan akun kedua atau *second account* untuk berinteraksi dengan pengguna-pengguna yang mereka pilih. Dengan adanya *first account* (akun pertama) dan *second Account* (akun kedua) berarti ada perbedaan konten atau hal yang ditunjukkan diantara kedua

akun tersebut, dan pengguna-pengguna yang dapat melihat konten tersebut juga berbeda, hal ini menunjukkan bahwa seorang pengguna menggunakan akun kedua sebagai kepribadian yang lain yang tidak ditunjukkan di akun pertamanya.

Pada era digital ini tentunya banyak sekali individu-individu yang menggunakan media sosial dari berbagai kalangan dan profesi-profesi yang berbeda, salah satunya adalah dosen, Dosen memiliki peran penting dalam menyampaikan pengetahuan dan mempengaruhi pandangan serta perilaku mahasiswa. Dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mengajar, mentransformasikan, mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam era digital saat ini, media sosial, termasuk Instagram, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Memahami bagaimana para dosen merepresentasikan diri mereka di media sosial dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mereka memanfaatkan platform ini untuk berkomunikasi dengan mahasiswa dan masyarakat secara lebih luas.

Representasi diri dosen di Instagram dapat berdampak signifikan pada persepsi dan pandangan mahasiswa terhadap dosen, mata kuliah, dan jurusan yang dipilih secara keseluruhan. Dosen yang aktif dan terlibat di media sosial dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat dengan mahasiswa, meningkatkan keterlibatan mereka dalam pembelajaran, Dengan menggunakan media sosial, dosen dapat membangun citra (*image*) mereka dan membangun citra positif tentang program studi dan institusi tempat mereka mengajar. Menurut (Fitriana Andi, Dkk, 2022) Pengelolaan *personal branding* oleh dosen dalam menjalankan tanggung jawabnya memberikan berbagai manfaat. Salah satu manfaat utamanya

adalah membantu membangun dan meningkatkan kredibilitas mereka di lingkungan akademik maupun sosial. Citra yang ditunjukkan oleh seorang individu pada media sosial dapat berpengaruh terhadap diri mereka dan bagi individu seperti dosen hal ini dapat juga berpengaruh terhadap citra institusi mereka hal ini juga dikatakan oleh (Fitriana Andi, Dkk, 2022) bahwa pengelolaan personal branding yang baik oleh dosen dapat meningkatkan reputasi akademik institusi, penting bagi dosen untuk memanfaatkan media sosial dengan bijak, agar dapat menciptakan citra yang tidak hanya positif bagi diri mereka sendiri, tetapi juga bagi institusi tempat mereka bekerja.

Teori dramaturgi memegang peranan penting dalam memahami berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam konteks sosial dan budaya. Pendekatan ini, yang memeriksa elemen-elemen teater dan pertunjukan, telah menjadi alat yang berharga dalam menganalisis fenomena sosial. Dalam konteks penelitian, urgensi penelitian dramaturgi sangat relevan, terutama dalam memahami kompleksitas interaksi manusia dan representasi diri dalam platform media sosial seperti Instagram. Dengan kemampuan untuk mengungkap bagaimana individu mempresentasikan diri mereka dalam dunia digital yang semakin terhubung. Dengan analisis dramaturgi, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana individu memilih, menyusun, dan menampilkan identitas mereka dalam platform media sosial. Ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana manusia membangun narasi tentang diri mereka dalam ruang digital yang terbuka.

Maka dari penjelasan di atas penggunaan akun pertama dan kedua (alternatif) Instagram berkaitan dengan teori Dramaturgi, yang menjelaskan

bahwa kehidupan dan interaksi sosial sama seperti dengan pertunjukan panggung atau teater (Suko, 2010), pada panggung-panggung ini yang ditunjukkan adalah kepribadian nya pada saat dia berada di *Front Stage* (panggung depan) dan *Back Stage* (panggung belakang). Akun pertama di sini berperan sebagai pribadi yang ia tunjukkan di panggung depan, unggahan-unggahan, komentar, hingga cara mereka berkomentar dapat mempengaruhi bagaimana mereka menunjukkan kepribadian mereka, sedangkan akun kedua berperan sebagai pribadi yang ia tunjukkan di panggung belakang, dikarekan pengguna dapat membatasi siapa saja yang dapat melihat unggahan-unggahannya, kemudian unggahan apa yang mereka unggah, dan juga cara mereka berinteraksi membedakan bagaimana kepribadian mereka saat berada di panggung belakang. Namun bisa saja pengguna akun tersebut membalik penggunaan kedua akunnya, akun pertama digunakan untuk berperan sebagai kepribadian di belakang panggung, sedangkan akun kedua merupakan kepribadian yang berada di depan panggung. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mengkaji bagaimana dosen sebagai pengguna Instagram, menggunakan akun kedua sebagai kepribadian lain yang tidak ia tunjukkan pada akun utamanya.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian di bagian latar belakang, penulis merumuskan masalah sebagai berikut, Bagaimana dramaturgi Dosen Palembang pada media sosial Instagram?

1.3 Tujuan penelitian

Untuk mengetahui dramaturgi pada akun pertama dan alternatif dalam

Instagram.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Memberikan informasi dan gambaran tentang cara seseorang mempresentasikan dirinya melalui akun kedua, dan bagaimana mereka membedakan cara mereka mempresentasikan dirinya melalui akun pertama dan kedua.
2. Manfaat praktis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan tema penelitian yang dikaji oleh penulis.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana wawasan terhadap dramaturgi dalam media sosial Instagram.

Daftar Pustaka

- Abdul Karim Batubara Ssos. (2011). *MEDIA KOMUNIKASI*.
- Ahmadi, Farid., & Hamidulloh, Ibda. (2018). *Media Literasi Sekolah*. CV Pilar Nusantara.
- Bali, M. M. (2013). *PERAN DOSEN DALAM MENGEMBANGKAN KARAKTER MAHASISWA* (Vol. 4, Issue 2).
- Bolter, D. J., & Grusin, R. (2005). *Remediation*.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons, Inc.
- Cahyono, A. S. (2016). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA*.
- Dr. Rulli Nasrullah, M. S. (2014). *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenada Media Group.
- Fitriana, A. D., Sahid, M., Fathiyah, F., & Muhtar, M. (2022b). Personal Branding: Strategi Membangun Reputasi Dosen di Media Digital. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 121–133. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i2.12792>
- Fransiska Andriani dan, Y. (2023). *DRAMATURGI DALAM PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Pada Paguyuban Ikatan Mahasiswa Labuhanbatu)*.
- Gane, N. , B. D. (2008). *New Media: The Key Concepts*. Berg Publishers.
- Goffman, Erving. (2021). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Hatmawan, A. Aglis., & Riyanto, Slamet. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV Budi Utama.
- Holmes, David. (2005). *Teori Komunikasi (Media, Teknologi, dan Masyarakat)*. Pustaka Belajar.
- Husain, F. P. Ananda., Randang, K. L. Julius., & Tulung, L. E. (2023). *Dramaturgi Pengguna Second Account Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat Manado)*.

5(1).

- Indrawan, J., & Ilmar, A. (n.d.). *KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK*.
- Lexy J. Moleong. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy J. Moleong. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Luik, J., & Pengantar, S. (2020). *MEDIA BARU*. www.prenadamedia.com
- McNally, David., & Speak, K. D. (2002). *Be Your Own Brand*. Berret Koehler Publisher.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 2*. 148. http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=10487
- McQuail, Denis. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage Publications.
- Muamar, J. (2022). Instagram Sebagai Medium Komunikasi Risiko Orang Tua Kepada Anak Selama Pandemi Covid-19: Studi Netnografi Komunitas Pola Asuh Virtual. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(01), 27–46. <https://doi.org/10.46937/20202238987>
- Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Absolute Media.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. B. Simbiosis Rekatama Media.
- Partowisastro, R. (2003). *Perbandingan konsep diri dan Interaksi Sosial anak-anak remaja WNI asli dengan keturunan Tionghoa*.
- Prastowo, Andi. (2010). *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. DIVA Press.
- Prihatiningsih, W. (2017). MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA. In *Jurnal Communication VIII, Nomor (Vol. 1)*. <http://techno.okezone.com/read/2016/0>
- Riana Sari, M., Nugroho, W., & Kamajaya, G. (2021). DRAMATURGI PARA MODEL DI KOTA DENPASAR DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI. *JURNAL ILMIAH SOSIOLOGI: SOROT*, 1(01), 65-

78..

- Putri, E. (2016). FOTO DIRI, REPRESENTASI IDENTITAS DAN MASYARAKAT TONTONAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. In *Jurnal Pemikiran Sosiologi* (Vol. 3, Issue 1).
- Rahayu, M. (n.d.). *DRAMATURGI DALAM SOSIAL MEDIA: PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT DI INSTAGRAM PADA KALANGAN MAHASISWA/I FORUM STUDI ISLAM (FSI) UNIVERSITAS ISLAM RIA*.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. London : The Free Press.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Saldana., M. & Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Satyanandani, K. A., Palupi, M. F. T., & Romadhan, M. I. (2023). Citra Diri Virtual pada Pengguna Instagram (Studi Dramaturgi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya). *Representamen*, 9(01), 87–97. <https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.7446>
- Shinta, A., & Putri, ; K Y S. (2022). Penggunaan Multiple Account Media Social Instagram sebagai Dramaturgi Pada Perempuan Milenial. In *Jurnal Ilmu Komunikasi Jurnal Communicology* (Vol. 10, Issue 2). <http://journal.unj.ac.id/>
- Soerjono, Soekanto. (2002). *Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas*. CV Rajawali.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suko, W. (2010). *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Aditya Media Publishing, Malang.
- Suparno, A. Basuki., Muktiyo, Widodo., & Susilastuti DN, RR. (2018). *Media Komunikasi Representasi Budaya dan Kekuasaan*.
- Syam, Nur. (2010). *AGAMA PELACUR :Dramaturgi Trasendental*. LKiS Yogyakarta.
- Tiara Ardiesty, M., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (2022). *MOTIF*

*DAN MAKNA SECOND ACCOUNT INSTAGRAM BAGI
MAHASISWA DI KOTA KARAWANG 1.*

<https://doi.org/10.31604/jips.v9i8.2022.3118-3126>

Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Kencana.

Walgito, B. (2007). *Piskologi Sosial: Suatu Pengantar*. . Andi Offset.

Watuseke, Calvin. (2023). *MOTIF GENERASI Z DALAM BEREKSPRESI
DIRI MELALUI SECOND ACCOUNT DI INSTAGRAM*.

Wibowo, G., & Soraya, I. (2023). Dramaturgi Dalam Membentuk
Persentasi Diri Presenter. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 59–72.

<https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14650>

Wulandari, D., Arcana, I. N., & Kuncoro, K. S. (2022). Pengembangan
Instagram Reels Pembelajaran Pokok Bahasan Persamaan Garis
Lurus untuk SMP. *UNION: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*,
10(1), 1–14. <https://doi.org/10.30738/union.v10i1.12138>

Yudhistira Iksandy, D. (2022). *DRAMATURGI PENGGUNA SECOND
ACCOUNT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.

<http://jurnal.utu.ac.id/jsourc>