



Strategi Mahasiswa dalam Mengelola Citra Diri di Instagram (Studi Naratif 5 Mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Indonesia)

Sasta Intan Nafisa^{1*}, Efina Engelica Putri², Jovanka Tarisa³, Ryandika Christian Nugroho⁴

¹⁻⁴Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

*Penulis korespondensi: sastaintn@gmail.com¹

Abstract. *The development of social media has transformed the way individuals construct and present their social identities, particularly among university students. Instagram has evolved beyond a mere visual content-sharing platform into a strategic arena where individuals actively shape and manage their self-image before digital audiences. This study aims to examine students' strategies in presenting self-image on the front stage, to explore the role of Back stage in maintaining image consistency, and to understand how students perceive the difference between their online and offline selves. A qualitative approach with a narrative inquiry method was employed, involving five active students from the Public Relations Study Program at Universitas Indonesia, class of 2024, selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, documentation, and literature review, with source triangulation applied for data validation. The analysis was conducted through Erving Goffman's dramaturgical perspective, encompassing four key concepts: front stage, Back stage, Impression management, and Audience segregation. The findings reveal that self-image management on Instagram is a deliberate and strategic process, manifested through rigorous content curation, multi-account ownership as a means of separating public and private spaces, and the archiving of posts as a corrective image mechanism. All informants exhibited tension between the desire for authentic self-expression and the performative demands of digital social norms. Instagram was assigned diverse meanings, ranging from a social medium and personal branding tool to a canvas of personal identity. This study affirms the enduring relevance of dramaturgical theory in digital contexts and implies the need for digital literacy education.*

Keywords: *Audience Segregation; Dramaturgical Theory; Impression Management; Instagram; Self-Image*

Abstrak. Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu membangun dan menampilkan identitas sosialnya, khususnya di kalangan mahasiswa. Instagram tidak lagi sekadar platform berbagi konten visual, melainkan telah berkembang menjadi arena strategis bagi individu untuk membentuk dan mengelola citra diri di hadapan audiens *digital*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi mahasiswa dalam menampilkan citra diri di *front stage*, menelusuri peran *Back stage* dalam menjaga konsistensi citra, serta memahami pemaknaan mahasiswa atas perbedaan antara diri yang ditampilkan di media sosial dengan diri di kehidupan nyata. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi naratif, melibatkan lima mahasiswa aktif Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Indonesia angkatan 2024 sebagai informan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan kajian literatur, dengan triangulasi sumber sebagai teknik validasi data. Analisis menggunakan perspektif dramaturgi Erving Goffman yang mencakup empat konsep utama, yaitu *front stage*, *Back stage*, *Impression management*, dan *Audience segregation*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan citra diri di Instagram dilakukan secara sadar dan terencana melalui kurasi konten yang ketat, kepemilikan multi-akun sebagai bentuk pemisahan ruang publik dan privat, serta praktik pengarsipan unggahan sebagai mekanisme koreksi citra. Seluruh informan menunjukkan tegangan antara kebutuhan tampil autentik dan tuntutan performatif dari norma sosial digital. Instagram dimaknai secara beragam, mulai dari medium sosial, alat personal branding, hingga kanvas identitas diri. Penelitian ini menegaskan relevansi teori dramaturgi dalam konteks digital dan mengimplikasikan perlunya pendidikan literasi digital.

Kata kunci: *Audience segregation; Citra Diri; Dramaturgi; Impression management; Instagram*

1. LATAR BELAKANG

Dalam dua dekade terakhir, perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah cara individu membangun identitas sosialnya. Media sosial kini tidak hanya menjadi ruang berbagi informasi, tetapi juga menjadi panggung utama di mana individu menampilkan versi

terbaik dari dirinya. Di kalangan mahasiswa, terutama mereka yang aktif di bidang komunikasi seperti Program Studi Hubungan Masyarakat (Humas), media sosial seperti Instagram telah menjadi sarana strategis dalam membangun dan mengelola citra diri (*self-image*).

Instagram tidak lagi sekadar tempat berbagi foto, melainkan wadah representasi diri yang penuh perhitungan. Melalui unggahan, caption, dan interaksi, mahasiswa berusaha membentuk persepsi tertentu di mata publik. Fenomena ini sejalan dengan apa yang disebut oleh Erving Goffman (1959) sebagai bentuk pertunjukan sosial (*social performance*), di mana setiap individu memainkan peran tertentu untuk menciptakan kesan yang diinginkan di hadapan audiens. Dalam konteks media sosial, setiap unggahan dapat dipahami sebagai bagian dari “pementasan” diri, sebuah konstruksi citra yang dikurasi secara sadar.

Mahasiswa Humas, sebagai calon praktisi komunikasi, memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya membangun citra diri yang profesional, menarik, dan kredibel. Mereka paham bahwa dalam dunia kerja, citra diri di media sosial dapat menjadi portofolio digital yang dinilai oleh pihak lain seperti dosen, rekan organisasi, bahkan calon perekrut kerja. Oleh karena itu, strategi dalam memilih konten, mengatur estetika feed, hingga menggunakan fitur close friends bukan sekadar aktivitas personal, tetapi merupakan bagian dari strategi komunikasi simbolik.

Fenomena ini menunjukkan adanya tensi antara otentisitas dan performativitas. Di satu sisi, mahasiswa ingin menampilkan diri yang “asli”, namun di sisi lain mereka merasa perlu menyesuaikan diri dengan norma sosial dan ekspektasi publik digital. Seperti dijelaskan oleh Turkle (2011), media sosial menciptakan ruang ambivalen di mana individu “sendiri namun bersama” (*alone together*): mereka terus berusaha tampil sempurna di depan publik sambil menyembunyikan sisi personalnya. Dalam konteks ini, kehadiran front stage dan *Back stage* menjadi relevan di mana front stage berfungsi sebagai ruang performatif untuk membangun citra ideal, sementara *Back stage* menjadi area privat untuk mengekspresikan diri yang lebih autentik.

Mahasiswa Humas UI, yang setiap hari bergelut dengan teori komunikasi, personal branding, dan citra publik, menjadi aktor yang menarik untuk diamati dalam konteks ini. Mereka tidak hanya “menggunakan” Instagram, tetapi manajemen diri melalui berbagai strategi dramaturgis misalnya dengan memilah konten profesional dan personal, menjaga konsistensi visual, serta menyesuaikan interaksi dengan audiens tertentu. Seperti diungkapkan Goffman, “individu tidak hanya menampilkan diri, tetapi juga terus mengatur cara mereka dilihat oleh orang lain” (Goffman, 1959:22).

Di sinilah menariknya mengkaji strategi mereka melalui kacamata dramaturgi: bagaimana mahasiswa bernegosiasi antara peran sosial dan perasaan pribadi; antara tuntutan audiens dan keinginan untuk tampil apa adanya. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk memahami strategi mahasiswa dalam mengelola citra diri di media sosial Instagram, dengan menggunakan perspektif dramaturgi Erving Goffman. Dengan mengkaji pengalaman lima mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Indonesia, penelitian ini diharapkan mampu mengungkap dinamika antara panggung depan dan panggung belakang, serta strategi pengelolaan kesan yang mereka gunakan dalam konteks digital yang sarat dengan tuntutan performatif.

2. KAJIAN TEORITIS

Landasan teoritis dalam penelitian ini bertumpu pada teori dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman dalam karyanya *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959). Goffman memandang kehidupan sosial manusia sebagai sebuah pertunjukan teatrikal, di mana setiap individu secara sadar memainkan peran tertentu di hadapan audiens demi menciptakan kesan yang diinginkan. Dalam kerangka ini, individu dipahami bukan hanya sebagai aktor sosial yang bertindak secara spontan, melainkan sebagai subjek yang secara aktif mengelola cara dirinya dipersepsikan oleh orang lain.

Goffman (1959) menegaskan bahwa ketika seseorang tampil di hadapan orang lain, terdapat berbagai motif yang mendorong individu tersebut untuk mengendalikan kesan yang diterima oleh audiensnya. Penampilan sosial dengan demikian bersifat terencana, strategis, dan penuh perhitungan. Teori ini menjadi relevan tidak hanya dalam konteks interaksi tatap muka, tetapi juga dalam ruang digital, di mana mekanisme presentasi diri berlangsung melalui medium yang lebih terstruktur dan dapat dikurasi secara lebih hati-hati. Dalam konteks platform media sosial seperti Instagram, teori dramaturgi dapat dioperasionisasikan melalui empat konsep utama: *front stage*, *Back stage*, *Impression management*, dan *Audience segregation*.

Back stage atau panggung belakang, sebaliknya, merupakan ruang di mana individu dapat bersikap lebih natural dan lepas dari tekanan audiens. Di media sosial, dimensi ini mengambil bentuk akun kedua (*second account*), fitur *close friends*, maupun konten yang sengaja tidak dipublikasikan. Ruang ini penting untuk dipahami karena mencerminkan adanya sisi diri yang lebih autentik, yang tidak selalu selaras dengan citra yang dibangun di ranah publik.

Impression management adalah proses strategis di mana individu menyesuaikan tindakan dan simbol-simbol komunikasinya untuk menampilkan citra tertentu kepada pihak lain. Leary dan Kowalski (1990) mendefinisikan pengelolaan kesan sebagai upaya sadar individu untuk memengaruhi persepsi orang lain terhadap dirinya. Dalam konteks Instagram, strategi ini meliputi pemilihan konten, penataan estetika *feed*, pengarsipan unggahan yang dianggap tidak relevan, hingga respons terhadap interaksi audiens.

Audience segregation menjelaskan bagaimana individu memisahkan berbagai kelompok audiens agar dapat memainkan peran sosial yang berbeda tanpa menimbulkan konflik representasi. Konsep ini berkaitan erat dengan apa yang oleh boyd (2014) disebut sebagai *context collapse*, yaitu kondisi ketika berbagai audiens dengan norma dan ekspektasi yang berbeda-beda bertemu dalam satu ruang digital yang sama. Untuk mengatasi potensi konflik tersebut, individu kerap membagi audiens berdasarkan kedekatan relasi dan tujuan komunikasi.

Perkembangan media sosial telah menggeser konteks teori dramaturgi dari ranah fisik menuju ruang digital. Hogan (2010) menegaskan bahwa media sosial merupakan bentuk *digital exhibition*, di mana pengguna tidak menampilkan dirinya secara spontan, melainkan melalui proses kurasi dan seleksi yang cermat. Berbeda dengan interaksi tatap muka yang bersifat real-time dan sulit dikendalikan, media sosial memberikan keleluasaan bagi individu untuk merancang, mengedit, bahkan menghapus penampilan dirinya sebelum sampai ke tangan audiens. Instagram, sebagai salah satu platform visual yang paling banyak digunakan, menjadi arena ideal bagi praktik semacam ini.

Turkle (2011) menggambarkan kondisi paradoksal yang muncul dari penggunaan media sosial ini sebagai fenomena *alone together*, yakni keadaan di mana individu terus berupaya tampil sempurna di depan publik digital sambil menyembunyikan sisi-sisi pribadinya yang lebih autentik. Kondisi ini menciptakan tegangan antara kebutuhan ekspresi diri yang sesungguhnya di satu sisi, dan tuntutan performatif dari norma sosial digital di sisi lain. Tegangan inilah yang menjadi salah satu persoalan mendasar dalam penggunaan media sosial di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa.

Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk memahami praktik presentasi diri dan pengelolaan citra di media sosial dalam bingkai teori dramaturgi. Azhari dan Khairussalam (2024) dalam penelitian mereka yang dipublikasikan di *Huma: Jurnal Sosiologi* dengan judul *Self-Presenting Pada Instagram Dalam Perspektif Dramaturgi di Kalangan Mahasiswa ULM* menemukan bahwa mahasiswa cenderung menampilkan sisi ideal dirinya di *front stage* melalui unggahan yang telah diseleksi dan disesuaikan dengan ekspektasi audiens, sementara kehidupan pribadi yang dianggap tidak relevan disembunyikan di *Back stage*.

Juliana, Safitri, dan kawan-kawan (2023) dalam kajian mereka yang dipublikasikan di *Journal Sains Student Research* dengan judul *Manajemen Kesan Mahasiswa dalam Media Sosial Instagram* menemukan bahwa mahasiswa menggunakan berbagai strategi konkret dalam mengelola kesan digital, mulai dari pemilihan unggahan, pengaturan estetika *feed*, penggunaan caption yang menarik, hingga pemanfaatan fitur *close friends* untuk mengontrol jangkauan audiens.

Saidah dan Trianutami (2023) dalam penelitian mereka yang dipublikasikan di *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* dengan judul *Dramaturgy in Identity Formation on Social Media: A Study on Second Account Ownership on Instagram* meneliti fenomena penggunaan akun kedua (*second account*) sebagai manifestasi *Back stage* dalam teori Goffman. Temuan mereka menunjukkan bahwa pengguna media sosial kerap membagi identitas digital mereka antara akun utama yang berfungsi sebagai *front stage* dan akun kedua yang berperan sebagai *Back stage*, tempat mereka dapat menampilkan sisi diri yang lebih autentik tanpa tekanan ekspektasi publik. Penelitian ini memperkuat argumen bahwa media sosial memungkinkan seseorang mengelola berbagai peran sosial secara simultan, bergantung pada audiens dan konteks yang dihadapi.

Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat diidentifikasi bahwa studi mengenai pengelolaan citra diri di Instagram telah cukup banyak dilakukan dengan menggunakan perspektif dramaturgi. Namun, kajian yang secara spesifik menyoroti mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat sebagai kelompok sosial dengan kesadaran komunikasi yang tinggi, serta menggunakan metode studi naratif untuk menggali pengalaman personal secara lebih mendalam, masih relatif terbatas. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut, dengan menelaah bagaimana mahasiswa Humas yang memiliki kompetensi di bidang manajemen citra dan komunikasi publik menjalankan praktik dramaturgi digital dalam kehidupan nyata mereka di Instagram.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi naratif. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami makna yang dibangun oleh individu atas pengalaman sosialnya secara mendalam dan kontekstual (Creswell, 2014). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pengalaman personal mahasiswa dalam mengelola citra diri di media sosial Instagram, serta memahami makna yang mereka ciptakan dari proses tersebut.

Sementara itu, metode studi naratif dipilih karena fokusnya terletak pada kisah dan pengalaman hidup individu. Seperti dikemukakan oleh Clandinin dan Connelly (2000), penelitian naratif membantu peneliti menafsirkan pengalaman manusia melalui cerita yang diceritakan sendiri oleh subjek. Narasi menjadi bentuk ekspresi sosial di mana individu menjelaskan siapa dirinya, bagaimana ia berinteraksi dengan orang lain, serta bagaimana ia memahami peran sosialnya di masyarakat. Dengan demikian, melalui studi naratif ini, peneliti tidak hanya melihat fenomena “menampilkan diri di media sosial” sebagai perilaku komunikasi, tetapi juga sebagai konstruksi identitas sosial yang memiliki dinamika emosional, simbolik, dan moral.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan pada rentang waktu Oktober hingga November 2025 di lingkungan Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat. Wawancara mendalam dilakukan di dua lokasi berbeda yang dipilih secara purposive agar memberikan suasana nyaman bagi informan. Sesi wawancara pertama hingga ketiga dilaksanakan pada 30 Oktober 2025 di Kantin Vokasi Universitas Indonesia, sementara sesi keempat dan kelima dilaksanakan pada 18 November 2025 di Balai Purnomo Prawiro, Universitas Indonesia. Masing-masing sesi wawancara berlangsung selama kurang lebih 40 menit per informan.

Penelitian ini melibatkan lima informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria aktif menggunakan Instagram minimal dua tahun terakhir, rutin melakukan unggahan dan interaksi digital, serta menunjukkan kesadaran terhadap pengelolaan citra diri. Seluruh informan merupakan mahasiswa aktif Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Indonesia angkatan 2024. Profil lengkap informan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian.

No	Nama	Usia	Mulai Aktif di Instagram	Intensitas Penggunaan
1	Najma	20 Tahun	Sejak SMA	±1 kali sehari
2	Vania	20 Tahun	Sejak SD (aktif saat SMA)	Hampir setiap jam
3	Mugi	20 Tahun	Sejak 2016	±4 jam sehari
4	Fatina	20 Tahun	Sejak kelas 5 SD	Lumayan sering
5	Qonita	20 Tahun	Sejak 2017/2018	Lumayan sering

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2026).

Data dikumpulkan melalui tiga teknik yang saling melengkapi, yaitu wawancara mendalam tidak terstruktur, dokumentasi berupa tangkapan layar akun Instagram informan dan catatan lapangan (*field notes*), serta kajian literatur sebagai pembanding analitis. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber yang melibatkan kelima informan secara bersama.

Hasil Penelitian

Pola Penggunaan Instagram di Kalangan Mahasiswa Humas UI

Seluruh informan telah mengenal Instagram sejak usia sekolah dasar hingga sekolah menengah pertama, menunjukkan bahwa paparan terhadap platform ini terjadi pada masa perkembangan identitas yang sangat dini. Meski demikian, intensitas dan tujuan penggunaan di antara kelima informan menunjukkan variasi yang cukup signifikan, seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Pola Penggunaan Instagram per Informan.

Informan	Waktu Mulai AKtif	Intensitas Harian	Aktivitas Utama	Orientasi Penggunaan
Najma	Sejak SMA	Minimal 1 kali sehari	Melihat Instastory teman	Sosial & personal branding
Vania	Sejak SD (aktif saat SMA)	Hampir setiap jam	Mencari info lomba & <i>life update</i>	Fungsional & inspiratif
Mugi	Sejak 2016	±4 jam sehari	Menonton reels Instagram & melihat tren	Rekreatif & hiburan
Fatina	Sejak kelas 5 SD	Lumayan sering	Mengunggah kegiatan	Dokumentasi & personal branding
Qonita	Sejak 2017/2018	Lumayan sering	Mengunggah Instastory	Ekspresi diri

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2026).

a) Variasi Intensitas dan Orientasi Penggunaan

Najma menggunakan Instagram secara selektif dengan frekuensi minimal sekali sehari, terutama untuk memantau aktivitas teman-temannya melalui fitur *story*. Pola penggunaan yang rendah ini tidak mencerminkan ketidaktertarikan, melainkan pendekatan yang disiplin terhadap platform. Berbeda dengan Najma, Vania mengakses Instagram hampir setiap jam dengan orientasi fungsional yang kuat, yakni mencari informasi kompetisi, mengikuti konten inspiratif, serta memantau perkembangan lingkungan sosialnya. Mugi menunjukkan pola yang lebih

rekreatif dengan menghabiskan sekitar empat jam sehari untuk menonton Reels dan mengikuti tren. Sementara itu, Fatina menjadikan Instagram sebagai medium dokumentasi perjalanan hidupnya, sedangkan Qonita lebih banyak memanfaatkan fitur *story* dibandingkan unggahan permanen di *feed* untuk mengekspresikan keseharian.

Strategi Front Stage: Penampilan Citra Diri di Ruang Publik

Front stage dalam konteks Instagram terwujud melalui serangkaian keputusan strategis yang dibuat informan sebelum sebuah konten dipublikasikan. Temuan menunjukkan bahwa seluruh informan melakukan proses kurasi konten yang cukup ketat, meskipun dengan kriteria dan pertimbangan yang berbeda-beda. Ringkasan strategi *front stage* masing-masing informan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Strategi *Front Stage* per Informan.

Informan	Kriteria Seleksi Konten	Pertimbangan Utama	Citra yang Ingin Dibangun
Najma	Konten positif dan menginspirasi	Persepsi publik terhadap dirinya	Aktif, komunikatif, dan profesional
Vania	Layak, informatif, dan sesuai institusi	Audiens (anak SMA) & representasi organisasi	Inspiratif, berprestasi, dan asal dari daerah
Mugi	Sesuai norma kesopanan & etika	Potensi komentar negatif dari keluarga	Sopan, profesional, dan positif
Fatina	Sesuai persona & berkualitas visual	Kesesuaian dengan citra yang ingin ditampilkan	Aktif, kreatif, berprestasi
Qonita	Kualitas visual yang baik	Estetika & konsistensi	Produktif, autentik, dan konsisten

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2026).

a) Seleksi Konten Berbasis Persona

Najma secara eksplisit menyatakan bahwa setiap keputusan unggahan didasarkan pada pertimbangan bagaimana ia ingin dipandang oleh publik. Ia hanya membagikan momen-momen positif seperti pencapaian akademik, kegiatan organisasi, dan perjalanan wisata, seraya

menghindari konten yang berpotensi menimbulkan kesan negatif. Vania mengembangkan pertimbangan yang lebih kompleks karena mayoritas pengikutnya adalah pelajar SMA, sehingga setiap unggahan harus layak, informatif, dan tidak bertentangan dengan citra institusi yang ia wakili. Fatina menerapkan pendekatan yang paling terstruktur di antara seluruh informan: ia telah memiliki gambaran jelas tentang sosok seperti apa yang ingin ia proyeksikan, dan menjadikan gambaran tersebut sebagai patokan tetap dalam menyeleksi konten.

b) Strategi Visualisasi Konten dan Manajemen Waktu Publikasi

Selain seleksi konten, aspek visual menjadi perhatian serius bagi sebagian informan. Qonita menempatkan kualitas visual sebagai elemen utama dalam pembentukan citra diri, mengingat tampilan yang jernih dan menarik dinilai lebih menentukan kesan pertama audiens dibandingkan narasi tekstual. Mugi memiliki kebiasaan menyesuaikan tema unggahan baru dengan postingan sebelumnya, misalnya tema alam atau kegiatan pengabdian masyarakat agar tampilan akun tetap selaras dan harmonis. Vania bahkan mempertimbangkan waktu unggah sebagai bagian dari strategi agar konten mendapatkan *engagement* yang optimal dari audiens sasarannya.

Strategi Back stage: Ruang Privat dan Pengelolaan Identitas Personal

Seluruh informan tanpa terkecuali memiliki dimensi *Back stage* dalam aktivitas bermedia sosial mereka. Dimensi ini mengambil berbagai bentuk, mulai dari kepemilikan akun kedua hingga pembatasan ketat terhadap jenis konten yang dibagikan. Tabel 4 merangkum bentuk *Back stage* yang dimiliki masing-masing informan.

Tabel 4. Bentuk *Back stage* per Informan.

Informan	Bentuk <i>Back stage</i>	Konten yang Disembunyikan	Alasan Pembatasan
Najma	<i>Second account</i> (hanya teman dekat)	Konten pribadi & konten bebas berekspresi	Privasi & citra diri di akun pertama
Vania	<i>Second account & third account (dump)</i>	Konten santai & foto “alay” saat SMA	Kerapihan <i>feeds</i> & privasi
Mugi	<i>Second account</i> (tetap berhati-hati)	Kehidupan keluarga & asmara	Banyak dosen/guru yang mulai <i>follow</i>
Fatina	<i>Second account</i> (tersaring)	Konten random & konten sisi lucu	Konsistensi citra diri di akun utama
Qonita	<i>Second account</i> (lingkaran dekat)	Sisi diri yang apa adanya	Menjaga citra di publik

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2026).

a) Fungsi Second Account sebagai Ruang Autentisitas

Bagi Najma, *second account* berfungsi sebagai "tempat aman" (*safe place*) untuk berbagi cerita, mengekspresikan pikiran yang tidak cocok untuk konsumsi publik, atau sekadar menampilkan sisi diri yang lebih santai tanpa kekhawatiran dinilai negatif. Vania membawa konsep ini lebih jauh dengan memiliki tiga akun sekaligus: akun utama untuk personal branding profesional, akun kedua untuk pertemanan yang lebih luas namun tetap terkontrol, dan akun ketiga (*dump account*) sebagai ruang ekspresi tanpa batasan estetika apa pun. Mugi, meski memiliki *second account*, tetap menerapkan standar kehati-hatian yang hampir serupa dengan akun utamanya, yang menunjukkan bahwa baginya pengelolaan citra bukan sekadar strategi melainkan sudah menjadi bagian dari nilai personal.

Strategi Impression management: Taktik Konkret Pengelolaan Kesan

Di luar strategi seleksi konten dan pemisahan akun, seluruh informan juga menerapkan taktik pengelolaan kesan yang bersifat reaktif, yakni melalui praktik pengarsipan unggahan. Tabel 5 menggambarkan pola pengarsipan yang dilakukan masing-masing informan.

Tabel 5. Pola Pengarsipan Unggahan per Informan.

Informan	Pernah Mengarsipkan?	Alasan Pengarsipan	Jenis Konten yang Diarsipkan
Najma	Jarang	Poster kegiatan yang sudah tidak relevan	Poster kepanitiaan dan <i>event</i>
Vania	Ya	Tidak sesuai citra diri yang sudah lebih matang	Foto “alay” saat SMP dan SMA
Mugi	Ya	Terasa kurang dewasa ketika dilihat lagi	Unggahan masa awal memulai Instagram
Fatina	Ya (selektif)	Mengganggu estetika <i>Feeds</i> Instagram	Twibbon dan konten sementara
Qonita	Ya	Konten berpotensi menimbulkan salah tafsir	Unggahan dengan audio berkonotasi negatif

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2026).

a) Pengarsipan sebagai Tindakan Koreksi Citra

Praktik pengarsipan yang dilakukan informan mencerminkan dua motif yang berbeda namun saling berkaitan. Motif pertama bersifat proaktif, yakni merapikan tampilan akun agar sesuai dengan citra diri yang sedang dibangun, sebagaimana dilakukan Vania yang mengarsipkan foto-foto dari masa SMA yang dianggap tidak lagi merepresentasikan

identitasnya yang lebih matang. Motif kedua bersifat reaktif, sebagaimana dialami Qonita yang mengarsipkan unggahan setelah menyadari bahwa audio yang dipilih berkonotasi negatif dan berpotensi merusak citra positifnya sebagai relawan. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan jejak digital merupakan bagian tidak terpisahkan dari strategi *Impression management* mahasiswa.

Audience segregation: Pemisahan Audiens dalam Konteks Digital

Praktik pemisahan audiens yang dilakukan seluruh informan tidak hanya terwujud dalam kepemilikan multi-akun, tetapi juga dalam cara mereka menyesuaikan konten berdasarkan karakteristik audiens yang berbeda. Vania secara sadar menyusun konten yang relatable bagi pelajar SMA karena kelompok itulah yang mendominasi daftar pengikutnya, sementara konten yang lebih personal ia simpan di akun ketiga yang hanya diakses oleh kalangan sangat terbatas. Mugi menghindari konten yang berkaitan dengan kehidupan keluarga atau romantis karena banyak dosen dan guru yang mengikuti akun utamanya. Fatina membedakan secara tegas antara akun utama yang mencerminkan versi dirinya yang formal dan akun kedua yang menampilkan sisi santai dan spontan.

a) Context Collapse dan Respons Informan

Fenomena *context collapse* (boyd, 2014) kondisi di mana berbagai audiens dengan norma yang berbeda bertemu dalam satu ruang digital tampak nyata dalam keseharian seluruh informan. Kehadiran keluarga, dosen, guru, teman dekat, dan rekan organisasi secara bersamaan sebagai pengikut akun utama menciptakan tekanan normatif yang membuat informan harus secara konstan menegosiasikan konten yang mereka tampilkan. Respons yang paling umum terhadap tekanan ini adalah pemisahan akun sebagai strategi mereduksi risiko *context collapse*, di mana setiap akun dirancang untuk melayani segmen audiens tertentu dengan norma dan ekspektasi yang homogen.

Pembahasan Penelitian

Keterkaitan Temuan dengan Teori Dramaturgi Goffman

Temuan penelitian ini secara konsisten mengkonfirmasi relevansi teori dramaturgi Erving Goffman (1959) dalam memahami perilaku mahasiswa di media sosial Instagram. Seluruh informan menjalankan praktik *front stage* dan *Back stage* secara simultan dan sadar, sebuah kondisi yang menunjukkan bahwa kehidupan digital tidak berbeda secara substansial dari kehidupan sosial yang digambarkan Goffman dalam konteks tatap muka.

a) Transformasi Dramaturgi ke Ranah Digital

Hal utama yang membedakan dramaturgi digital dari konsep aslinya adalah tingkat kontrol yang jauh lebih tinggi yang dimiliki oleh aktor. Dalam interaksi tatap muka, kesalahan

penampilan sulit untuk ditarik kembali. Namun di Instagram, mahasiswa memiliki kemampuan untuk mengedit, mengarsipkan, bahkan menghapus "penampilan" mereka setelah dipublikasikan—sebagaimana tercermin dalam praktik pengarsipan yang dilakukan seluruh informan. Hal ini sejalan dengan argumen Hogan (2010) yang menyebut media sosial sebagai *digital exhibition*, di mana penampilan diri bukan bersifat spontan melainkan melalui kurasi yang matang. Instagram memberikan panggung yang lebih dapat dikendalikan dibandingkan panggung fisik, namun justru karena kemampuan kendali itulah ekspektasi terhadap kesempurnaan tampilan menjadi semakin tinggi.

b) Tegangan Antara Autentisitas dan Performativitas

Seluruh informan menunjukkan kesadaran terhadap tegangan yang diidentifikasi Turkle (2011) sebagai kondisi *alone together*, yakni upaya terus-menerus untuk tampil sempurna di depan publik digital sambil menyembunyikan sisi-sisi pribadinya. Najma mengakui bahwa dirinya merasa perlu menampilkan hanya hal-hal yang berhasil agar dapat menginspirasi pengikutnya, sementara di sisi lain ia memiliki *second account* sebagai ruang untuk mengekspresikan hal-hal yang lebih "apa adanya". Fatina secara eksplisit membayangkan terlebih dahulu sosok seperti apa yang ingin ia tampilkan, kemudian menyesuaikan seluruh kontennya dengan bayangan tersebut. Tegangan ini menunjukkan bahwa mahasiswa Humas UI tidak sekadar menggunakan Instagram secara pasif, melainkan secara aktif bernegosiasi antara kebutuhan ekspresi yang autentik dan tuntutan performatif dari norma sosial digital.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

a) Kesesuaian dengan Temuan Penelitian Sebelumnya

Temuan penelitian ini memiliki kesejajaran yang kuat dengan sejumlah kajian terdahulu. Saidah dan Trianutami (2023) dalam penelitian mereka tentang kepemilikan *second account* di Instagram menemukan bahwa sebagian besar pemilik akun kedua menggunakannya sebagai venue ekspresi diri, namun tanpa mempertimbangkan efek samping yang mengancam privasi. Temuan tersebut sebagian dikonfirmasi oleh penelitian ini: seluruh informan menggunakan *second account* sebagai ruang yang lebih bebas, namun tiga dari lima informan (Najma, Mugi, dan Fatina) tetap mempertahankan kontrol atas siapa yang dapat mengakses akun tersebut, menunjukkan kesadaran yang lebih matang terhadap risiko privasi. Sementara itu, kajian Irma Juliana dkk. (2023) yang menemukan bahwa mahasiswi cenderung hanya menampilkan kesan positif untuk membangun citra diri yang baik juga terkonfirmasi secara konsisten dalam temuan penelitian ini, di mana seluruh informan tanpa terkecuali menerapkan standar seleksi konten yang ketat pada akun utama mereka.

b) Dimensi Baru yang Ditemukan

Di luar kesejalaran tersebut, penelitian ini menghadirkan dimensi analitis baru yang tidak sepenuhnya tereksplorasi oleh penelitian terdahulu. Pertama, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan latar belakang pendidikan komunikasi (Humas) memiliki tingkat kesadaran dramaturgis yang lebih tinggi dan lebih terstruktur dibandingkan mahasiswa dari program studi lain yang menjadi subjek kajian sebelumnya. Mereka tidak hanya secara intuitif mengelola citra, tetapi melakukannya dengan kesadaran eksplisit terhadap mekanisme personal branding dan manajemen persepsi publik. Kedua, fenomena *triple account*—sebagaimana dipraktikkan Vania dengan tiga akun yang masing-masing memiliki fungsi berbeda—menunjukkan kompleksitas *Audience segregation* digital yang melampaui dikotomi sederhana *front stage/Back stage* dalam teori Goffman, dan mendekatkan praktik ini pada gagasan multi-identitas digital dalam ekosistem media sosial kontemporer.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

a) Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat posisi teori dramaturgi Goffman sebagai kerangka analisis yang tetap relevan dan produktif dalam kajian komunikasi digital, meski teori tersebut dirumuskan jauh sebelum era media sosial. Temuan penelitian ini mengusulkan bahwa konsep *Back stage* dalam konteks digital perlu diperluas, tidak hanya sebagai ruang tunggal yang kontras dengan *front stage*, melainkan sebagai spektrum ruang dengan gradasi tingkat privasi yang dapat dikelola secara bersamaan melalui fitur-fitur platform seperti *close friends*, *second account*, dan *dump account*. Temuan ini membuka ruang bagi pengembangan konsep "dramaturgi berlapis" (*layered dramaturgy*) yang lebih sesuai dengan kompleksitas representasi diri dalam ekosistem media sosial multi-platform.

b) Implikasi Praktis

Dari perspektif praktis, temuan penelitian ini memiliki relevansi penting bagi pengembangan literasi digital di lingkungan perguruan tinggi. Meski seluruh informan menunjukkan kesadaran yang cukup tinggi terhadap pengelolaan citra diri, sebagian diantaranya masih mengalami kecemasan sosial (*social anxiety*) yang berlebihan akibat ketakutan terhadap penilaian negatif dari audiens—sebagaimana diungkapkan Najma yang menyebut perlunya peningkatan kepercayaan diri dalam mengunggah konten. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pendidikan literasi digital yang baik bukan hanya mencakup pemahaman tentang strategi presentasi diri, tetapi juga pembangunan resiliensi psikologis agar mahasiswa dapat menggunakan media sosial secara lebih sehat dan autentik. Mugi, Fatina, dan Qonita yang menyatakan tidak terlalu terpengaruh tekanan eksternal dalam mengelola citra diri

menunjukkan bahwa internalisasi nilai diri yang kuat merupakan faktor protektif penting dalam penggunaan media sosial yang sehat di kalangan mahasiswa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Indonesia dalam mengelola citra diri di media sosial Instagram melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman. Berdasarkan analisis naratif terhadap lima informan, penelitian ini menemukan bahwa pengelolaan citra diri di Instagram bukan merupakan aktivitas yang bersifat spontan atau impulsif, melainkan sebuah proses yang disadari, terencana, dan dijalankan secara strategis.

Terkait *front stage*, seluruh informan menerapkan standar seleksi konten yang ketat sebelum mempublikasikan sesuatu di akun utama mereka. Pertimbangan yang digunakan meliputi kesesuaian konten dengan persona yang ingin dibangun, potensi penilaian dari beragam audiens termasuk keluarga dan tenaga pendidik, kualitas visual, serta relevansi terhadap tujuan personal branding masing-masing. Temuan ini menjawab pertanyaan penelitian pertama dengan menegaskan bahwa *front stage* di Instagram terwujud melalui kurasi yang berlapis, bukan sekadar penyaringan sederhana antara konten yang "baik" dan "buruk."

Terkait *Back stage*, seluruh informan tanpa terkecuali memiliki ruang privat digital dalam bentuk *second account*, yang oleh sebagian informan bahkan dikembangkan menjadi sistem multi-akun dengan fungsi yang berbeda-beda. Ruang ini memungkinkan mereka mengekspresikan sisi diri yang lebih autentik, santai, dan personal tanpa tekanan norma publik yang melekat pada akun utama. Dengan demikian, pertanyaan penelitian kedua terjawab: *Back stage* memainkan peran penting sebagai katup ekspresi yang menjaga konsistensi citra di ruang publik sekaligus memelihara kebutuhan autentisitas pribadi.

Adapun terkait pemaknaan perbedaan antara diri yang ditampilkan di media sosial dengan diri di kehidupan nyata sebagaimana dimaksud dalam pertanyaan penelitian ketiga seluruh informan menunjukkan kesadaran yang cukup tinggi terhadap adanya jarak antara kedua dimensi tersebut. Instagram dimaknai secara beragam, mulai dari medium sosial yang menjaga koneksi, alat personal branding profesional, *first gate* pembentuk kesan pertama, hingga *display diri* atau kanvas identitas. Keragaman pemaknaan ini mencerminkan bahwa Instagram bukan sekadar platform berbagi konten, tetapi telah menjadi arena negosiasi identitas yang kompleks bagi mahasiswa.

Perlu dicatat bahwa temuan penelitian ini dihasilkan dari studi yang bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara luas. Subjek penelitian merupakan

kelompok yang sangat spesifik, yakni mahasiswa Humas yang secara akademis telah terpapar konsep komunikasi publik dan personal branding, sehingga tingkat kesadaran dramaturgis mereka kemungkinan lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dari program studi lain. Generalisasi terhadap populasi mahasiswa yang lebih luas karenanya harus dilakukan dengan kehati-hatian.

Sebagai saran praktis, penelitian ini merekomendasikan agar perguruan tinggi mengintegrasikan pendidikan literasi digital yang tidak hanya berfokus pada strategi presentasi diri, tetapi juga pada pembangunan kesehatan psikologis dalam bermedia sosial. Hal ini relevan mengingat sebagian informan masih mengalami kecemasan berlebihan terhadap penilaian audiens, yang dapat membatasi ekspresi diri secara autentik. Bagi mahasiswa itu sendiri, temuan penelitian ini menganjurkan agar pengelolaan citra diri di media sosial didasarkan pada kesadaran diri yang kuat dan nilai-nilai personal yang jelas, bukan semata-mata pada tekanan eksternal atau arus tren digital.

Untuk penelitian yang akan datang, terdapat beberapa arah pengembangan yang dapat dipertimbangkan. Pertama, penelitian dengan cakupan subjek yang lebih luas dan beragam secara program studi maupun institusi akan menghasilkan temuan yang lebih dapat digeneralisasi. Kedua, pendekatan longitudinal yang mengikuti perkembangan strategi pengelolaan citra informan dalam rentang waktu yang lebih panjang akan mampu menangkap dinamika perubahan identitas digital yang tidak dapat dijangkau oleh desain studi naratif satu titik waktu seperti penelitian ini. Ketiga, penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi dampak psikologis dari praktik dramaturgi digital secara lebih mendalam, khususnya kaitannya dengan harga diri, kecemasan sosial, dan kesejahteraan mental mahasiswa di era media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini merupakan hasil pengembangan dari makalah penelitian yang disusun dalam rangka memenuhi tugas akhir mata kuliah Metode Penelitian Kualitatif, Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Asep Suryana, M.Si. dan Devi Yulianita Victorine Beta Querida, M.A. selaku dosen pengampu mata kuliah Metode Penelitian Kualitatif, atas bimbingan, masukan, dan arahan yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tulus kepada kelima informan penelitian, yaitu Najma Mumtaz Iskandar, Vania Putri Arfanda Kurnia, Muhammad Mushlih Nugraha, Fatina Alya Deandra, dan Qonita, mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat

Universitas Indonesia, atas kesediaan, keterbukaan, dan waktu yang telah diberikan selama proses wawancara berlangsung. Partisipasi aktif para informan merupakan kontribusi yang tidak ternilai bagi kedalaman dan kekayaan data dalam penelitian ini.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tua dari masing-masing anggota tim peneliti, atas segala dukungan moral maupun finansial, doa, dan semangat yang senantiasa diberikan selama proses penelitian dan penulisan artikel ini berlangsung.

DAFTAR REFERENSI

- APJII. (2024). *Laporan survei internet APJII 2024*. APJII. <https://apjii.or.id/survei2024>
- Azhari, M., & Khairussalam. (2024). Self-presenting pada Instagram dalam perspektif dramaturgi di kalangan mahasiswa ULM. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 3(1), 64–76. <https://ppis.ulm.ac.id/index.php/JH/article/view/207>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Clandinin, D. J., & Connelly, F. M. (2000). *Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research*. Jossey-Bass.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Ellison, N. B., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377–386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Irawan, E., & Yusuf, Y. (2017). Instagram sebagai gaya hidup masyarakat Kota Pekanbaru (Studi komunitas Instagram di Kota Pekanbaru). *JOM FISIP*, 4(2), 1–14.
- Juliana, I., Safitri, N. L., Haq, M. R. I., & Ardiansyah, M. (2023). Manajemen kesan mahasiswa dalam media sosial Instagram. *Journal Sains Student Research*, 1(2). <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jssr/article/view/261>
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34–47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>

- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Papacharissi, Z. (2002). The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643–660. <https://doi.org/10.1177/107769900207900307>
- Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti, P. (2020). Penggunaan Instagram terhadap citra diri mahasiswa. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 105–116.
- Saidah, M., & Trianutami, H. (2023). Dramaturgy in identity formation on social media: A study on second account ownership on Instagram. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 267–278. <https://ejournals.umh.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/2819>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584–590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- Wijaya, A. I., & Kurniadi, H. (2022). Impression management: Identitas dan harga diri dalam motivasi penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 4(1), 13–29.