



## Konstruksi Identitas Virtual Melalui Media Sosial: Kajian Dramaturgi pada Akun Facebook Rima Susanti

Yayu R. Mayangsari<sup>1\*</sup>, Firdaus<sup>2</sup>, Rahmi<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mbojo Bima, Indonesia

Email: [yrahawatimayangsari@gmail.com](mailto:yrahawatimayangsari@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [firdaus2magister@gmail.com](mailto:firdaus2magister@gmail.com)<sup>2</sup>, [Rahmi\\_maman@gmail.com](mailto:Rahmi_maman@gmail.com)<sup>3</sup>

\*Penulis Korespondensi: [yrahawatimayangsari@gmail.com](mailto:yrahawatimayangsari@gmail.com)

**Abstract.** Social media has now changed the way individuals construct, display, and manage their identities in public spaces. Rima Susanti's professional Facebook account is interesting to study using Ervin Goffman's dramaturgical theory because it represents a person's identity in the digital world. The purpose of this study is to determine how dramaturgy works behind the management of Rima Susanti's professional Facebook account. This study uses a descriptive qualitative approach. The study was conducted by observing the contents of "Rima Susanti's" Facebook social media. Data collection techniques were taken through interviews, observations, and documentation. In the analysis of research data content, data analysis techniques were carried out based on an interactive analysis model. The results of this study are Facebook as Rima Susanti's digital front stage. She emphasizes her image as a funny, hardworking, and stylish content creator on her Facebook account. This can be seen from the funny videos she makes and posts on her Facebook account to get many likes and comments from her followers. However, from her various posts that entertain people, on the backstage Rima leaves her attributes and identity as a comedy content creator and behaves without any particular impression management. Rima Susanti is herself as a single mother who tries to support her two children by working as a content creator, trader and a farmer.

**Keywords:** Content Creator; Digital Identity; Dramaturgy; Facebook; Impression Management.

**Abstrak.** Media sosial sekarang telah mengubah cara individu membangun, menampilkan, dan mengelola identitas diri di ruang publik. Akun Facebook profesional Rima Susanti menjadi menarik untuk dikaji menggunakan teori dramaturgi Ervin Goffman karena merepresentasikan identitas diri seseorang di dunia digital. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dramaturgi bekerja di balik pengelolaan akun Facebook profesional Rima Susanti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan dengan mengamati isi sosial media facebook "Rima Susanti." Teknik pengumpulan data yang diambil melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam analisis isi data penelitian, teknik analisis data dilakukan berdasarkan model analisis interaktif. Hasil Penelitian ini adalah Facebook sebagai panggung depan (*front stage*) digital Rima Susanti. Ia dalam akun facebooknya sangat menonjolkan Kesan dirinya sebagai konten kreator yang lucu, pekerja keras serta *stylish*. Hal ini dapat dilihat dari video-video lucu yang ia buat dan posting di akun facebooknya hingga menapatkan banyak *like* dan *comment* dari para *followers*nya. Namun, dari berbagai postingannya yang membuat orang terhibur, Pada panggung belakang Rima meninggalkan atribut dan identitas dirinya sebagai konten kreator komedi dan berperilaku tanpa ada pengelolaan Kesan tertentu. Rima Susanti menjadi dirinya sendiri sebagai seorang ibu tunggal yang berusaha menghidupi kedua anaknya dengan bekerja sebagai kontek creator, pedagang dan juga petani.

**Kata Kunci:** Dramaturgi; Facebook; Identitas Digital; Kreator Konten; Manajemen Kesan.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu membangun, menampilkan, dan mengelola identitas diri di ruang publik. Salah satu platform yang paling berpengaruh dalam proses tersebut adalah Facebook. Seiring perkembangan teknologi, facebook saat ini mengembangkan fitur Facebook Professional atau yang dikenal dengan Facebook Pro. Facebook Pro Adalah fitur yang disediakan oleh facebook untuk akun Professional. Dengan mengaktifkan mode Professional, pengguna dapat membangun eksistensi publik sebagai kreator dan berinteraksi dengan audiens secara lebih luas. Facebook Profesional atau yang lebih di kenal sebagai FB Pro kini menjadi primadona di kalangan warganet.

Bagaimana tidak, fitur ini memungkinkan panggunanya, terutama para konten kreator, untuk menghasilkan pundi-pundi rupiah dari karya mereka.

Kehadiran Facebook Pro yang menjanjikan pundi-pundi rupiah hanya dengan cara membuat konten pada akhirnya menarik perhatian para pengguna Facebook, khususnya pengguna Facebook di daerah Bima Dompu. Banyak sekali bermunculan konten-konten menarik yang dibuat oleh Masyarakat Bima Dompu untuk menarik mata memberikan dolarnya. Salah satu yang ikut masuk ke dalam Facebook Profesional dan membuat konten Adalah Rima Susanti. Rima Susanti Adalah salah seorang konten kreator yang berasal dari Desa Renda Kecamatan Belo kabupaten Bima. Di Facebook Pronya, ia sering mengupload Video-video lucu yang ia buat Bersama adik dan orang tuanya.

Dramaturgi merupakan penciptaan, pemeliharaan, dan memusnahkan pemahaman umum realitas oleh orang-orang yang bekerja secara individual dan kolektif untuk menyajikan gambaran yang satu dan sama dengan realitas. Dramaturgi adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia. Situasi dramatik yang seolah-olah terjadi diatas panggung sebagai ilustrasi untuk menggambarkan individu-individu dan interaksi yang dilakukan mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Akun Facebook profesional Rima Susanti menjadi menarik untuk dikaji karena merepresentasikan identitas diri seseorang di dunia digital dibangun melalui pilihan konten, gaya komunikasi, visualisasi, serta interaksi dengan pengikut. Setiap unggahan, foto, video maupun narasi yang ditampilkan dapat dipahami sebagai bagian dari “panggung depan” yang dirancang untuk membentuk kesan tertentu, baik sebagai profesional, figur publik, maupun individu dengan nilai dan citra tertentu. Sementara itu, aspek kehidupan yang tidak ditampilkan atau di tutupi mencerminkan adanya “panggung belakang” yang tersembunyi dari audiens. tidak semua aspek kehidupan ditampilkan secara terbuka. Terdapat kemungkinan adanya proses seleksi yang menunjukkan bahwa apa yang terlihat di media sosial belum tentu sepenuhnya merepresentasikan realitas kehidupan yang sebenarnya.

Fenomena ini dapat dianalisis menggunakan teori dramaturgi yang digagas oleh Erving Goffman dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life*. Goffman memandang kehidupan sosial sebagai sebuah panggung pertunjukan, di mana individu berperan sebagai aktor yang menampilkan diri (*front stage*) untuk audiens, sekaligus memiliki ruang pribadi (*back stage*) yang tidak sepenuhnya diperlihatkan kepada publik. Dalam konteks media sosial, konsep ini menjadi semakin relevan karena pengguna memiliki kontrol yang lebih besar terhadap bagaimana mereka dikonstruksikan dan dipersepsikan oleh khalayak.

Rima Susanti adalah seorang janda muda memiliki dua anak laki-laki, anak pertamanya umur enam tahun dan anak keduanya umur tiga tahun, mereka berpisah karna suaminya selingkuh (nikah lagi) dengan posisi Rima hamil anak kedua dan mereka belum pisah sampai sekarang (pisah ranjang). Kegiatan Rima sehari-hari hanya befokuskan di dunia perkontenan, endors, ngurus anak, petani, dan jalan-jalan. Selain menjadi seorang konten kreator Rima juga memiliki usaha sampingan yaitu menjual Salome karibu dan es lumut berjualan keliling dari tempat ke tempat (Dompu, kabupaten bima, kota Bima, maupun Sumbawa). Seorang konten kreator ini juga memiliki ciri khas logatnya yaitu logat Renda ciri khas tersebut berfungsi sebagai penanda identitas daerah asal penuturnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana dramaturgi bekerja di balik pengelolaan akun Facebook profesional Rima Susanti. Apakah citra yang ditampilkan merupakan representasi autentik dari kehidupan sehari-hari, atautkah merupakan hasil konstruksi sosial yang telah melalui proses manajemen kesan? Selain itu, bagaimana batas antara *front stage* dan *back stage* dibentuk dan dipertahankan dalam ruang digital? Permasalahan ini penting untuk dikaji karena media sosial memiliki pengaruh besar terhadap cara individu dipersepsikan dan dinilai oleh masyarakat.

Kajian dramaturgi dalam konteks akun Facebook profesional ini penting untuk memahami bagaimana media sosial tidak sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang produksi makna, pencitraan, dan negosiasi identitas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai strategi presentasi diri, pengelolaan kesan (*impression management*), serta dinamika antara identitas pribadi dan identitas publik di era digital.

Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana media sosial menciptakan batas yang kabur antara ruang publik dan ruang privat. Selain itu, analisis ini relevan dalam melihat bagaimana individu beradaptasi dengan tuntutan eksistensi di era digital, di mana visibilitas, respons audiens, dan algoritma platform turut memengaruhi cara seseorang menampilkan dirinya.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dramaturgi di balik kehidupan akun Facebook profesional Rima Susanti, khususnya dalam melihat bagaimana konsep *front stage* dan *back stage* diwujudkan dalam praktik bermedia sosial. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai dinamika presentasi diri, konstruksi identitas digital, serta peran media sosial dalam membentuk realitas sosial kontemporer.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian. Penelitian dilakukan dengan mengamati isi sosial media facebook “Rima Susanti” dan di kediaman Rima Susanti dengan alamat Desa Renda Kecamatan Belo. Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Informan yang bertindak sebagai sumber data dan informasi harus memenuhi syarat, yang menjadi informan narasumber (*key informan*) dalam penelitian ini adalah Rima Susanti sebagai pemilik akun facebook “Rima Susanti.” Teknik pengumpulan data yang diambil melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam analisis isi data penelitian, peneliti menggunakan teknik analisis data dilakukan berdasarkan model analisis interaktif berikut: Penyeleksian atau Mereduksi Data, Penyajian Data, Interpretasi Data, Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Hasil Analisis Data.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Erving Goffman (1959), dramaturgi adalah gambaran interaksi sosial manusia seperti pertunjukan teater. Di media sosial seperti Facebook, pengguna juga memainkan peran tertentu untuk menciptakan citra diri dihadapan audiens mereka (teman, keluarga, rekan kerja). Dramaturgi di media

sosial adalah cara seorang mengatur penampilan dirinya secara sadar ketika tampil di platform digital facebook. Pengguna facebook memilih apa yang ingin ditampilkan kepada publik sesuai dengan citra diri yang ingin dibangun.

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang memainkan peran tertentu dihadapan orang lain, layaknya aktor di panggung. Ada bagian *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Di media sosial, konsep ini semakin nyata. Seperti hasil penelitian pada akun facebook “Rima Susanti” sebagai berikut:

### **Front stage (panggung Depan)**

Setiap manusia ingin menunjukkan versi terbaiknya di depan panggung, dihadapan orang banyak. Hal ini juga dilakukan oleh para konten kreator yang di Indonesia saat ini, salah satunya adalah informan oleh penelitian ini. Di panggung depan informan menunjukkan *impression management* (pengelolaan kesan) dalam usaha menampilkan citra diri, sikap dan latar panggung depan. *Appearance* (penampilan), dan *manner* (gaya) yang ditampilkan oleh

konten kreator. Dalam panggung depan yang diciptakan oleh konten kreator adalah membangun *personal branding* dan citra dirinya di akun media sosial miliknya.

Begitu juga yang dilakukan oleh Rima Susanti. Ia menjadikan laman facebooknya sebagai media berekspresi. Beragam foto, video dan tulisan-tulisan yang ia tampilkan melalui beranda facebooknya bertujuan untuk membentuk citra dirinya. Seperti pada gambar hasil *screenshot* berikut:

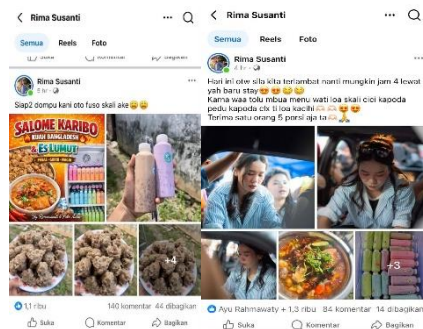


**Gambar 1.** Gambar hasil *screenshot* video lucu.

Pada gambar 1, terlihat Rima Susanti bersama seorang lelaki tua yang duduk berdampingan di lahan gersang dengan batang-batang jagung kering di sekitarnya. Dari sudut pandang dramaturgi, latar yang dipilih adalah ladang jagung dengan kostum ekor duyung yang digunakan justru bertentangan dengan citra romantis atau estetik yang biasanya dibuat oleh konten kreator perempuan di media sosial. Ketidaksesuaian antara latar dan ekspektasi estetika ini memicu tawa. Pengikut Arty Nayla bahkan spontan memberi label "putri duyung dan putra duyung," sebuah interpretasi ironis yang menegaskan jarak antara citra ideal yang biasanya dibangun dan realitas visual yang terlihat. Ini merupakan contoh kegagalan idealisasi dalam pengertian Goffman, di mana aktor gagal atau malah secara sengaja menolak memenuhi standar penampilan ideal yang diharapkan penonton.

Keunikan dari hal ini adalah bahwa ia tidak hanya gagal menciptakan kesan ideal, tetapi juga secara sadar merekayasa kegagalan tersebut sebagai bagian dari pertunjukan. Dalam kerangka Goffman, penonton turut membentuk situasi melalui apa yang dia sebut *working consensus*. Saat Arty Nayla menyebut "putri duyung dan putra duyung," dia tidak hanya tertawa, tetapi juga aktif memproduksi makna baru yang memperkuat kerangka komedi dari konten tersebut. Begitu pula, komentar-komentar dalam bahasa Bima yang menggunakan humor lokal menunjukkan adanya resonansi kultural yang kuat antara aktor dan penonton, di

mana identitas komunitas turut menjadi bahan pertunjukan. Selain menampilkan video-video lucu, Rima Susanti juga sering memposting foto dan video saat ia sedang berjualan, seperti terlihat pada gambar 2.



**Gambar 2.** Konten Kreator Rima Susanti an Jualannya.

Gambar kedua menunjukkan seorang konten kreator cantik yang memiliki usaha Salome Karibo dan Es Lumut. Ia berkeliling menjual dagangannya setiap hari di berbagai lokasi dengan menggunakan mobil pribadinya. Ia memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan usahanya, karena dengan jangkauan luas dari postingannya, orang langsung mengetahui dan berbondong-bondong membeli. Pada caption berbahasa Bima tertulis "Siap2 dompu kani oto fuso skali ake," yang secara harfiah menggambarkan persiapan perjalanan jauh menggunakan truk ke Dompu untuk berjualan. Disertai foto dagangan Salome dan spanduk Salome Karibo Kuah Bangladesh & Es Lumut, minuman berwarna-warni dalam botol, serta tampilan salome di piring. Post ini berfungsi sebagai dramaturgi yang menggambarkan usaha keras yang sedang dijalani Rima, memperlihatkan perjuangannya secara nyata.

Pada gambar 2, bukan hanya latar fisik, tetapi juga konteks naratif yang dibangun melalui teks. Perjalanan jauh dengan truk, persiapan dagangan, dan atribut produk yang tampil secara visual merupakan properti panggung untuk meyakinkan bahwa ia benar-benar bekerja keras, bukan sekadar bersantai. Rima tampak lelah dan serius melayani pelanggan, memperkuat kesan kerja keras yang ingin disampaikan. Goffman menyebut strategi ini sebagai *idealization* terbalik: menampilkan perjuangan sebagai kemuliaan, bukan kesempurnaan.

Kedua postingan menunjukkan pola konsisten dalam manajemen kesan Rima Susanti, bahwa ia tidak menyembunyikan kesulitan, tetapi menjadikannya konten. Perjalanan jauh, keterlambatan, stok terbatas, dan wajah lelah semua ditampilkan sebagai bagian dari narasi kerja keras yang disusun sadar.

Dalam perspektif Goffman, ini merupakan ekspresi yang lebih canggih dari sekadar menampilkan hasil. Dengan memperlihatkan proses persiapan, perjalanan, dan kendala, Rima membangun kredibilitas sebagai pekerja keras di mata penontonnya. *Engagement* tinggi

dengan 1,1 ribu dan 1,3 ribu reaksi serta ratusan komentar menegaskan bahwa penonton menerima dan mengapresiasi *framing* pertunjukan ini.

Respon lebih dari 140 komentar di posting pertama dan 84 di kedua menunjukkan bukan sekadar interaksi biasa. Menurut teori dramaturgi, komentar penonton berfungsi sebagai *working consensus*, yaitu pengakuan kolektif bahwa pertunjukan aktor dianggap sah dan bermakna. Ketika mereka merespons dengan antusias tentang perjalanan berdagang atau stok terbatas, mereka secara tidak langsung melanggengkan narasi perjuangan Rima di panggung digital. Pada laman facebooknya, Rima Susanti juga banyak memposting foto-foto ia menggunakan pakaian bergaya unik, menarik, dan mencerminkan selera personal yang kuat. Rima lebih menekankan pada keunikan gaya pribadi dibandingkan sekedar mengikuti tren *fashion* terbaru, terlihat dari postingannya, dimana ia membagikan foto yang menampilkan *outfit* dan gaya dan memberikan aura positif supaya terlihat percaya diri dan *elegant* sesuai ekspektasi sosial yang mendukung perannya sebagai konten kreator. Bisa dilihat dari postingannya berikut:



**Gambar 3.** Konten Kreator Susanti berlatar Pantai.

Pada gambar 3 terlihat Foto Rima Susanti berada di pantai berbatu dengan latar awan dramatis dan pakaian bernuansa biru-putih menciptakan kesan elegan dan berwawasan luas. Gambar ini menunjukkan Rima Adalah seorang yang suka jalan-jalan. Pemilihan latar luar ruangan (*outdoor*) secara konsisten membangun narasi visual bahwa ia adalah sosok yang aktif, dinamis dan dekat dengan alam. Paduan kemeja biru lengan panjang, celana palazzo putih, topi anyaman lebar, dan kacamata hitam besar menunjukkan gaya bohemian-chic yang terencana. Outfit ini memberi kesan santai namun tetap stylish. Kalimat "Selamat pagi 🌞" dan "Absen dong siapa aja yang nonton konser di Dompu 😊" mencerminkan sikap Rima Susanti yang hangat, ceria, dan ramah. Cara bicara ini dipilih untuk membangun kedekatan dengan *followersnya*.

Pertanyaan "Absen dong siapa yang nonton konser" adalah cara ia untuk mengundang partisipasi audiens, menciptakan ilusi komunitas dan kebersamaan. Ini bukan sekadar percakapan tetapi strategi mempertahankan perhatian dan loyalitas penonton terhadap dirinya.

Pada panggung depan ini, Rima Susanti menampilkan versi dirinya yang paling diinginkan oleh *followers*, bukan realitas sehari-hari, melainkan representasi terbaik dari dirinya yang dirancang untuk menghasilkan kesan *stylish* dan hambel.

Dari keseluruhan Kesan yang ia tampilkan melalui laman facebooknya, Rima Susanti sengaja menseting hal tersebut karena ia Adalah seorang *content creator* yang di tuntut untuk menampilkan sisi terbaik dirinya. Selain itu juga, semakin banyak *followers* dan *viewersnya* maka semakin banyak pula komisi yang ia dapat dari meta. Sehingga ia secara sadar merancang foto, video bahkan *captionnya* sedemikian rupa agar menarik penonton. Sehingga dolar/uang yang ia hasilkan semakin banyak.

### **Back Stage (panggung Belakang)**

Jika panggung depan (*front stage*) adalah ruang untuk individu menampilkan diri secara sadar kepada publik, maka panggung belakang (*back stage*) dalam teori dramaturgi Erving Goffman (1959) adalah ruang *private* tempat aktor melepas topeng, beristirahat dari peran, dan menghadapi realitas hidupnya yang sesungguhnya tanpa tekanan tatapan penonton. Panggung belakang adalah tempat di mana kostum dilepas, naskah diabaikan, dan kerentanan manusia hadir dalam bentuknya yang paling jujur.

Pada Rima Susanti, ia adalah seorang *single mom* beranak dua, lulusan farmasi, yang sehari-harinya bekerja sebagai petani, pedagang, dan kreator konten humor di Facebooknya. panggung belakangnya menyimpan lapisan-lapisan realitas yang jauh lebih kompleks dan berat dari apa yang tampak di layar penonton. Seperti hasil wawancara oleh Rima Susanti bahwa:

“saya ini ditingga suami saat saya hamil tiga bulan anak kedua saya dan sekarang ia sudah umur 3 tahun, sejak saat itu saya berusaha kerja untuk bisa menghidupi anak-anak saya”.

Di panggung belakangnya, Rima menghadapi bisikan-bisikan sosial yang tidak pernah muncul di kolom komentar Facebooknya seperti pertanyaan tentang masa depan, tekanan dari lingkungan sekitar, kekhawatiran tentang bagaimana anak-anaknya memandang status keluarga mereka, serta beban menjadi orang tua tunggal yang harus menanggung seluruh kebutuhan hidup sendirian. Senyum yang ditampilkan di konten humornya tidak serta merta mencerminkan kondisi emosional di balik layar. Peran sebagai ibu dari dua anak adalah yang paling hadir di panggung belakang dan paling jarang tampil secara utuh di panggung depan. Di balik semua aktivitas publik yang ia jalani, terdapat seorang perempuan yang setiap malam kembali ke rumah untuk menghadapi tanggung jawab yang tidak dapat didelegasikan kepada siapapun: memastikan anak-anak makan, belajar, sehat, dan merasa aman dalam sebuah keluarga yang tidak utuh secara konvensional. Kelelahan seorang ibu tunggal tidak pernah sepenuhnya dapat ditampilkan di panggung depan tanpa risiko mengganggu citra kuat yang



sedang ia bangun. Maka di panggung belakang inilah kelelahan itu hadir dalam bentuknya yang paling jujur. Dalam keheningan setelah anak-anak tidur, dalam doa-doa yang tidak diunggah ke Facebook, dalam air mata yang mungkin sesekali jatuh tanpa ada kamera yang merekamnya.

Sebagai orang tua Tunggal, Rima Susanti harus bekerja keras untuk menanggung kebutuhan hidupnya dan kedua buah hatinya. Ia bekerja sebagai petani bawang dan pedagang. Pekerjaan bertani yang ditampilkan Rima Susanti di Facebooknya yang tampak autentik dan penuh semangat. Namun panggung belakang kehidupan seorang petani menyimpan realitas yang jauh dari romantis. Di balik foto-foto ladang bawang yang ia unggah, terdapat kenyataan yang tidak terekam kamera seperti bangun subuh dalam kondisi tubuh yang belum sepenuhnya pulih, mengerjakan ladang di bawah terik matahari Bima yang menyengat, menghadapi ketidakpastian hasil panen bawang yang sangat bergantung pada cuaca dan harga pasar, serta mengelola kelelahan fisik yang menumpuk tanpa ada pasangan hidup yang dapat berbagi beban. Di panggung belakang ini, tidak ada penonton yang memberikan emoji like atau komentar penyemangat hanya ada kesunyian ladang, keringat, dan tekad yang harus terus diperbaharui setiap hari.

Sama halnya dengan menjadi seorang petani, menjadi pedagang juga tidak seindah Konten Facebooknya yang memperlihatkan semangat berdagang *salome* dan *es lumut* yang menggerakkan simpati dan kekaguman publik. Namun di panggung belakangnya, aktivitas berdagang menyimpan tekanan yang jauh lebih kompleks. Sebelum setiap postingan tentang dagangan diunggah, terdapat proses panjang yang tidak terlihat penonton: bangun dini hari untuk menyiapkan bahan, memasak dalam jumlah besar dengan bantuan adiknya, memuat dagangan ke kendaraan, menempuh perjalanan jauh ke Dompu, Sila bahkan Kota Bima dengan segala ketidaknyamanannya. Walaupun kelelahan itu terbayar engan seluruh dagangan yang habis terjual hanya dalam waktu beberapa jam saja.

Segala aktivitas yang ia posting di facebooknya sebenarnya adalah cara ia mendapatkan uang dari meta karena jika semakin banyak *followers*, *like* dan *comment* dari pengikutnya. Maka semakin banyak pula uang yang diberikan oleh meta. Sebagai konten creator, di panggung belakang proses kreatifnya, Rima Susanti harus memikirkan konten yang akan ia buat di sela-sela kelelahan bertani dan berdagang. Ide-ide humor yang tampak spontan di layar penonton sebenarnya mungkin lahir dari proses perenungan yang terjadi di momen-momen sepi, di perjalanan panjang saat menuju Lokasi berjualan, di tengah ladang saat beristirahat, atau di malam hari setelah anak-anak tidur. Tidak ada tim kreatif, tidak ada manajer, tidak ada studio produksi, hanya dirinya, ponsel, dan intuisi tentang apa yang akan membuat orang tertawa.

Di balik setiap video lucunya yang mendapat ribuan like dan komen, terdapat kemungkinan *take* berulang yang gagal, rasa malu yang harus dikalahkan, kekhawatiran tentang bagaimana kontennya akan diterima, serta pertanyaan-pertanyaan yang hanya bisa dijawab oleh dirinya sendiri di panggung belakang: *apakah semua ini worth it? apakah cukup? apakah anak-anakku bangga atau malu?*

Dari segala panggung belakan yang dijalani oleh Rima Susanti, ada salah satu panggung belakang yang paling dalam dan mungkin paling jarang dibicarakan adalah kesenjangan antara cita-cita akademis dan realitas pekerjaan yang ia Jalani sekarang. Rima Susanti adalah lulusan farmasi. sebuah capaian pendidikan yang tidak mudah dan tidak murah, yang pada mulanya tentu menyimpan harapan-harapan tertentu tentang masa depan professional seperti bekerja di apotek, rumah sakit, atau industri farmasi.

Namun kenyataannya, di panggung belakang, ia adalah seorang perempuan yang setiap pagi mungkin menghadapi pertanyaan sunyi yang tidak pernah ia unggah ke Facebook: *mengapa ijazah farmasi yang ia perjuangkan tidak mampu membawanya ke tempat yang ia bayangkan?* Pilihan untuk bertani dan berdagang bukan semata pilihan bebas yang menyenangkan di baliknya terdapat tekanan ekonomi, keterbatasan kesempatan, dan mungkin juga kepedihan atas jarak antara apa yang direncanakan dengan apa yang harus dijalani. Di panggung belakang inilah, ilmu farmasi yang ia pelajari mungkin hanya hadir sebagai ingatan, bukan sebagai praktik kehidupan sehari hari.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Konstruksi identitas Virtual Melalui Media Sosial: Kajian dramaturgi Pada Akun Facebook Rima Susanti, dapat disimpulkan bahwa Facebook sebagai panggung depan (*front stage*) digital Rima Susanti. Penelitian ini menegaskan bahwa akun Facebook Rima Susanti berfungsi sebagai panggung depan dalam pengertian Goffman, yakni ruang di mana individu secara sadar menampilkan versi terbaik dari dirinya kepada khalayak. Rima Susanti dalam akun facebooknya sangat menonjolkan Kesan dirinya sebagai konten kreator yang lucu, pekerja keras serta *stylish*. Hal ini dapat dilihat dari video-video lucu yang ia buat dan posting di akun facebooknya hingga menapatkan banyak *like* dan *comment* dari para *followers*nya.

Namun, dari berbagai postingan-postingannya yang membuat orang terhibur, Pada panggung belakang rima meninggalkan atribut dan identitas dirinya sebagai konten kreator komedi dan berperilaku tanpa ada pengelolaan Kesan tertentu. Rima Susanti menjadi dirinya sendiri sebagai seorang ibu tunggal yang berusaha menghidupi kedua anaknya dengan bekerja

sebagai kontek creator, pedagang dan juga petani.

Hal menarik ditemukan dalam penelitian ini, bahwa tidak sepenuhnya Kesan yang ditampilkan di depan panggung palsu. Dari observasi yang telah dilakukan hal yang ditunjukkan di media sosial kerap dilakukan juga di kehidupan nyata informan. Proses pengelolaan Kesan yang dilakukan oleh informan telah sesuai dengan keinginannya dalam memanfaatkan akun facebooknya. Media sosial facebook dimanfaatkan untuk dapat disajikan sebagai ajang eksistensi diri serta mendapatkan popularitas dan pundi-pundi rupiah dihasilkan dari pengelolaan Kesan di facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bahfiarti, T. (2011). Mistifikasi *bissu* dalam upacara ritual adat etnik Bugis Makassar (Kajian studi dramaturgi). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1990). *Tafsir sosial atas kenyataan: Risalah tentang sosiologi pengetahuan*. LP3ES.
- 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>
- Demartoto, A. (2013). Oleh. *Cakrawala: Jurnal Penelitian Sosial*, 2(1), 326–352. <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/42>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor Books.
- Harnis, L. (2024). Facebook profesional: Fitur monetisasi kreator konten. *Jurnal Komunikasi Digital*, 12(1), 33–40. (Repository Universitas Mbojo Bima).
- 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>
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80–98. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.027>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- Mayangsari, Y. R., & Rahmi. (2020). Tampilan pesan diri pemain *Ntumbu Tuta* dalam tarian tradisional *Mpa'a Ntumbu* di Desa Maria, Kecamatan Wawo, Kabupaten Bima. *Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan*, 7(2), 238–248.
- Mulyana, D., & Solatun. (2013). *Metode penelitian komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Papacharissi, Z. (Ed.). (2011). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.
- West, R., & Turner, L. H. (2021). *Introducing communication theory: Analysis and application* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zelfia, Z. (2023). Konstruksi identitas virtual dan praktik komunikasi orang Kajang di media sosial. *Respon: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(3), 231–242. <https://doi.org/10.33096/respon.v3i3.134>