

Strategi Presentasi Diri Mahasiswa UINSU melalui Media Sosial Instagram (Analisis Dramaturgi Erving Goffman)

Susan Ramadhani ^{1*}, Abdul Rasyid ²^{1*,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

article info

Article history:

Received 12 April 2026
 Received in revised form
 20 March 2026
 Accepted 1 April 2026
 Available online October
 2026.

Keywords:

Self-Presentation; Instagram;
 Dramaturgy; Students.

Kata Kunci:

Presentasi Diri; Instagram;
 Dramaturgi; Mahasiswa.


abstract

This study examines the self-presentation strategies of students at the State Islamic University of North Sumatra (UINSU) through Instagram as a space for identity formation and self-image construction. A qualitative method with a phenomenological approach was employed, with data collected through interviews, observation, and documentation. Four students were selected as informants using purposive sampling. The findings show that students use Instagram as a *front stage* through strategies such as *self-promotion* and deliberate content selection to obtain social recognition. A gap exists between real life (*back stage*) and the image projected online, indicating that identity on social media is a selective construction that does not fully reflect the authentic self. Social media also encourages the formation of particular social standards that shape how students present themselves in the digital public space. These findings confirm the relevance of Erving Goffman's dramaturgical perspective in analyzing identity construction among university students.

abstract

Penelitian ini mengkaji strategi presentasi diri mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) melalui Instagram sebagai ruang pembentukan identitas dan konstruksi citra diri. Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi diterapkan, dengan data yang dihimpun melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Empat mahasiswa dipilih sebagai informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram sebagai *front stage* melalui strategi *self-promotion* dan seleksi konten yang disengaja guna memperoleh pengakuan sosial. Terdapat kesenjangan antara kehidupan nyata (*back stage*) dan citra yang ditampilkan secara daring, yang menunjukkan bahwa identitas di media sosial merupakan konstruksi selektif yang tidak sepenuhnya mencerminkan diri yang autentik. Media sosial juga mendorong terbentuknya standar sosial tertentu yang membentuk cara mahasiswa menampilkan diri di ruang publik digital. Temuan ini menegaskan relevansi perspektif dramaturgi Erving Goffman dalam menganalisis konstruksi identitas mahasiswa.

Corresponding Author. Email: susan0603222181@uinsu.ac.id ^{1}.

Copyright 2026 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

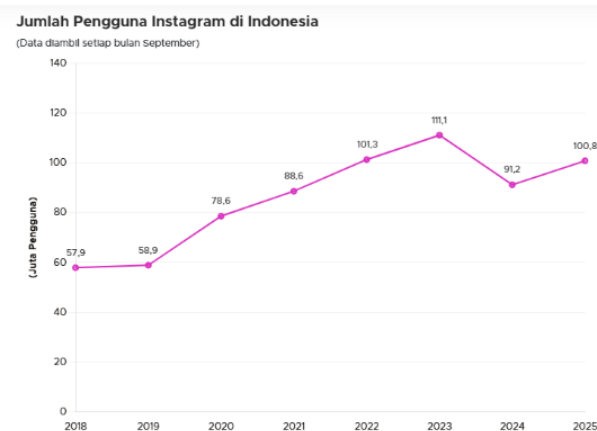
1. Pendahuluan

Citra diri, yang juga dikenal sebagai *self-image*, merupakan gambaran umum tentang diri seseorang yang ingin ditunjukkan guna mendapatkan penilaian atau evaluasi dari orang lain dan lingkungannya. Citra diri dapat diwujudkan melalui berbagai jenis media, salah satunya adalah media sosial. Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi turut berkaitan dengan citra pengguna yang bersangkutan. Citra merupakan penilaian individu terhadap sesuatu, sedangkan citra diri secara khusus merujuk pada gambaran pribadi seseorang tentang dirinya sendiri. Pembentukan citra diri dimulai sejak usia dini dan terus berkembang seiring bertambahnya pengalaman hidup. Seiring dengan pertumbuhan individu, interaksi dengan berbagai kalangan memberikan beragam informasi yang kemudian diserap dan disaring sebagai bahan pengembangan diri (Putri, 2018).

Fenomena presentasi diri mahasiswa UINSU di Instagram menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai *front stage* untuk menampilkan citra diri yang ideal. Mahasiswa secara sadar mengelola foto, video, dan *caption* guna membangun kesan positif melalui aktivitas akademik, organisasi, prestasi, dan gaya hidup. Dalam proses tersebut, mahasiswa menerapkan strategi manajemen kesan seperti *self-promotion* untuk memperoleh pengakuan sosial. Presentasi diri ini dilakukan secara terencana dan tidak bersifat spontan, melainkan disesuaikan dengan ekspektasi audiens. Respons berupa *like*, komentar, dan jumlah *followers* menjadi indikator keberhasilan citra yang ditampilkan. Fenomena ini menunjukkan bahwa pembentukan identitas mahasiswa di Instagram sangat dipengaruhi oleh kebutuhan akan validasi dan penerimaan sosial di ruang digital.

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang diluncurkan pada 6 Oktober 2010 dan sejak saat itu terus bertumbuh penggunaannya. Instagram dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger sebagai aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Selain itu, Instagram juga menyediakan ruang bagi pengguna untuk membangun identitas pribadi

melalui tampilan akun mereka. Semakin banyak jumlah *followers* dan *like* pada foto yang diunggah, semakin kuat pula kesan bahwa pengguna tersebut memiliki citra diri yang baik, bahkan dapat menjadi figur yang berpengaruh bagi sesama pengguna muda (Zakariah, 2020). Pertumbuhan penggunaan internet yang pesat di kalangan generasi muda turut mendorong pergeseran ruang pribadi menjadi ruang publik. Instagram memberi kesempatan bagi kaum muda untuk menampilkan diri melalui berbagai aktivitas kepada teman-teman mereka. Di kalangan mahasiswa, citra diri yang baik di Instagram diyakini turut memengaruhi kesan yang diperoleh di lingkungan kampus.



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Periode 2018–2025 (Sumber: <https://data.goodstats.id/statistic/simak-tren-pengguna-instagram-di-indonesia-2018-2025-DjCjH>)

Berdasarkan data jumlah pengguna Instagram di Indonesia periode 2018–2025, terdapat peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, jumlah pengguna tercatat sebanyak 57,9 juta dan naik menjadi 58,9 juta pada tahun 2019. Lonjakan yang lebih tajam terjadi pada tahun 2020 dengan jumlah pengguna mencapai 78,6 juta, seiring meningkatnya aktivitas digital masyarakat. Tren kenaikan ini berlanjut pada tahun 2021 dan 2022 dengan jumlah pengguna masing-masing sebesar 88,6 juta dan 101,3 juta. Puncak jumlah pengguna dicapai pada tahun 2023, yakni sebesar 111,1 juta. Meskipun pada tahun 2024 terjadi penurunan menjadi 91,2 juta pengguna, angka tersebut kembali naik menjadi 100,8 juta pada tahun 2025. Data ini menunjukkan bahwa Instagram tetap menjadi media sosial yang populer dan banyak digunakan di Indonesia.

Tingginya jumlah pengguna Instagram menunjukkan bahwa *platform* ini telah menjadi ruang interaksi sosial yang signifikan, khususnya bagi generasi muda seperti mahasiswa. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi, berbagi informasi, dan membangun relasi sosial. Mahasiswa menggunakan Instagram untuk menampilkan aktivitas akademik, organisasi, hingga kehidupan sehari-hari. Kondisi ini menjadikan Instagram sebagai media yang efektif dalam membentuk dan menampilkan identitas diri di ruang publik digital. Setiap unggahan yang ditampilkan mahasiswa berpotensi membentuk persepsi tertentu dari orang lain, sehingga penggunaan Instagram tidak terlepas dari kesadaran akan citra diri yang ingin dibangun. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran besar dalam proses pembentukan identitas sosial mahasiswa.

Meningkatnya penggunaan Instagram mendorong mahasiswa untuk menerapkan strategi tertentu dalam melakukan presentasi diri. Mahasiswa secara sadar memilih konten, gaya visual, *caption*, serta waktu unggahan untuk menciptakan kesan yang diinginkan. Strategi presentasi diri ini digunakan untuk menampilkan citra positif, seperti citra mahasiswa yang aktif, berprestasi, religius, atau memiliki gaya hidup tertentu. Instagram menjadi panggung utama bagi mahasiswa untuk mengelola kesan diri di hadapan publik digital. Fenomena ini menunjukkan adanya perbedaan antara kehidupan nyata dan citra yang ditampilkan di media sosial. Penelitian mengenai strategi presentasi diri mahasiswa melalui Instagram pun menjadi relevan untuk dikaji guna memberikan gambaran tentang bagaimana mahasiswa mengelola identitas dan citra diri di era digital.

Media sosial telah berkembang melampaui fungsinya sebagai alat komunikasi biasa, menjadi ruang bagi mahasiswa untuk bereksperimen dengan identitas, mengungkapkan kreativitas, memperluas interaksi sosial, dan mencari validasi dari teman sebaya maupun khalayak luas. Setiap unggahan dan interaksi yang terjadi menjadi bagian dari narasi identitas yang dibangun secara sadar. Teori dramaturgi Erving Goffman menjadi relevan dalam membaca fenomena ini, sebab teori tersebut memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan di mana individu

berperan sebagai aktor yang secara terencana menampilkan citra diri kepada audiens. Konsep *front stage* (panggung depan), *back stage* (panggung belakang), dan *impression management* (manajemen kesan) menjadi instrumen analisis utama dalam memahami cara mahasiswa membangun identitas di Instagram, termasuk bagaimana mereka menyeimbangkan citra publik dengan kehidupan pribadi. Kajian-kajian terbaru (2019–2025) yang menerapkan kerangka Goffman digunakan untuk memahami konstruksi identitas mahasiswa dan pola interaksi mereka di media sosial, dengan tujuan memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang dinamika pembentukan identitas di ruang daring serta kaitannya dengan kesejahteraan psikologis (Elvita, 2019). Gagasan McLuhan yang terkenal, "*The Medium is The Message*", menegaskan bahwa media itu sendiri—bukan semata konten yang disampaikan—membentuk kembali pengalaman manusia dan menghasilkan perubahan yang jauh lebih besar dibandingkan pesan yang dikandungnya. Hal ini ditegaskan McLuhan dalam sebuah wawancara dengan majalah *Playboy* pada tahun 1969. Dengan kata lain, media membentuk cara manusia berpikir, bertindak, dan memahami dunia (Tarigan, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi yang memengaruhi presentasi diri mahasiswa UINSU dalam menggunakan media sosial Instagram? (2) Bagaimana mahasiswa mengelola kesan (*impression management*) antara kehidupan nyata (*back stage*) dan citra yang ditampilkan di Instagram (*front stage*)?.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menelaah secara mendalam fenomena sosial yang berlapis, khususnya terkait bagaimana mahasiswa menggunakan Instagram sebagai media presentasi diri. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini berfokus pada penelusuran makna, kesadaran, serta pengalaman hidup (*lived experience*) mahasiswa dalam melakukan manajemen kesan (*impression management*), terutama dalam membedakan antara kehidupan nyata (*back stage*) dan citra diri yang ditampilkan di ruang

publik digital (*front stage*). Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur variabel, melainkan untuk mengungkap esensi pengalaman subjektif mahasiswa dalam membangun identitas diri di media sosial (Subakti *et al.*, 2023).

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) dengan pertimbangan bahwa mahasiswa di lingkungan tersebut aktif menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi dan ekspresi diri di ruang digital. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama tiga bulan, yaitu dari Januari hingga Maret 2026, yang mencakup tahap persiapan, observasi awal terhadap akun Instagram calon informan, pengumpulan data melalui wawancara, serta analisis data hingga penyusunan laporan akhir. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif UINSU yang menggunakan Instagram, sedangkan objek penelitiannya adalah praktik manajemen kesan dan presentasi diri mahasiswa di media sosial.

Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, yaitu memiliki akun Instagram aktif, rutin mengunggah konten, secara sadar mengelola citra diri, serta bersedia memberikan informasi secara terbuka. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara terstruktur kepada lima mahasiswa dari berbagai jurusan untuk memperoleh informasi mengenai motivasi, persepsi, serta strategi mereka dalam mengelola kesan di Instagram, khususnya terkait perbedaan antara *front stage* dan *back stage*. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas digital informan pada *platform* Instagram guna memahami pola visual dan strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun identitas diri (Hardani *et al.*, 2020).

Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung dengan mengumpulkan tangkapan layar (*screenshot*) dari profil dan unggahan informan, serta berbagai literatur berupa buku dan jurnal ilmiah yang relevan dengan penelitian. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang mencakup tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap kondensasi data, peneliti

menyederhanakan dan memfokuskan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, khususnya yang berkaitan dengan konsep *front stage* dan *back stage* dalam teori dramaturgi. Data kemudian disajikan dalam bentuk naratif agar lebih mudah dipahami, termasuk temuan mengenai strategi presentasi diri, hambatan, dan manfaat yang dirasakan mahasiswa. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dan diverifikasi dengan data lapangan hingga diperoleh hasil yang dapat dipertanggungjawabkan. Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu dengan membandingkan data antara informan serta mencocokkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi (Miles *et al.*, 2014).

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Strategi *Self-Presentation* Mahasiswa dalam Membangun Citra Diri di Instagram

Self-presentation pada Instagram dalam perspektif dramaturgi merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana individu, khususnya mahasiswa, menampilkan dirinya di media sosial sebagai bagian dari interaksi sosial di ruang digital. Instagram dipahami sebagai panggung depan (*front stage*), di mana mahasiswa berperan sebagai aktor yang secara sadar mengelola penampilan, perilaku, serta konten yang diunggah untuk membentuk citra diri tertentu di hadapan audiens.

Melalui unggahan foto, video, dan *caption*, mahasiswa berupaya menampilkan identitas ideal yang sesuai dengan harapan sosial serta nilai yang ingin mereka tunjukkan kepada publik. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa Instagram menjadi sarana utama dalam membangun citra diri melalui representasi visual dan narasi personal yang terkontrol (Ilmu *et al.*, 2022). Proses *self-presentation* di media sosial dimulai dari seleksi dan pengelolaan konten yang akan ditampilkan kepada publik. Mahasiswa cenderung memilih momen terbaik, mengatur estetika visual, serta menggunakan bahasa yang sopan dan menarik untuk menciptakan kesan positif.

Aktivitas seperti mengunggah foto kegiatan akademik, organisasi, maupun gaya hidup menjadi bagian

penting dalam membangun identitas diri di Instagram. Dalam proses ini, mahasiswa tidak sekadar berbagi aktivitas, tetapi juga secara terencana membentuk persepsi audiens melalui pengelolaan kesan (*impression management*). Temuan ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa pengguna Instagram secara aktif mengatur konten dan perilaku mereka agar sesuai dengan ekspektasi sosial di ruang digital.

Self-presentation tidak hanya berhenti pada proses menampilkan diri, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana individu memaknai interaksi yang terjadi di media sosial. Respons seperti jumlah *like*, komentar, dan *followers* menjadi indikator keberhasilan dalam membangun citra diri. Mahasiswa cenderung mengevaluasi setiap unggahan berdasarkan respons audiens, sehingga terjadi proses penyesuaian yang berkelanjutan terhadap konten yang ditampilkan. Instagram dengan demikian tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang refleksi sosial yang memengaruhi cara individu melihat dan menilai dirinya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa presentasi diri di media sosial bersifat adaptif dan terus berkembang sesuai dengan interaksi yang terjadi.

Dalam perspektif dramaturgi, terdapat perbedaan yang jelas antara panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Kehidupan yang ditampilkan di Instagram kerap merupakan hasil konstruksi yang telah disaring dan disesuaikan, sehingga tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi nyata individu. Di balik tampilan yang ideal, mahasiswa tetap memiliki sisi pribadi yang tidak ditampilkan kepada publik. Hal ini memperkuat temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa identitas di media sosial merupakan konstruksi sosial yang bersifat selektif dan tidak sepenuhnya merepresentasikan realitas kehidupan sehari-hari (Pendidikan & Fkip, 2020).

Instagram sebagai Ruang Konstruksi Identitas dan Validasi Sosial

Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk membentuk identitas diri sekaligus memperoleh validasi sosial di ruang digital. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi aktivitas, tetapi juga sebagai ruang untuk

menampilkan citra diri yang diinginkan kepada publik. Melalui unggahan foto, video, dan *caption*, mahasiswa secara sadar mengonstruksi identitasnya dengan menampilkan sisi terbaik yang dianggap layak untuk dipublikasikan. Proses ini menunjukkan bahwa identitas di media sosial bersifat selektif dan merupakan hasil konstruksi sosial, sebagaimana dinyatakan dalam penelitian yang menunjukkan bahwa pengguna Instagram membangun citra diri melalui representasi visual dan narasi yang telah dikurasi (Instagram *et al.*, 2024).

Konstruksi identitas di Instagram dimulai dari proses pemilihan dan pengelolaan konten yang akan ditampilkan kepada audiens. Mahasiswa cenderung mengunggah momen terbaik, seperti aktivitas akademik, organisasi, maupun gaya hidup, untuk membentuk kesan positif. Penggunaan *filter*, *caption*, dan estetika visual menjadi bagian penting dalam memperkuat citra diri yang ingin ditampilkan. Aktivitas ini tidak hanya bertujuan untuk berbagi pengalaman, tetapi juga untuk membangun persepsi tertentu di mata orang lain. Hal ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif mengelola konten untuk menciptakan identitas sosial di Instagram.

Selain sebagai ruang konstruksi identitas, Instagram juga berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh validasi sosial dari audiens. Respons berupa *like*, komentar, dan jumlah pengikut menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan citra diri yang ditampilkan. Mahasiswa cenderung mengevaluasi setiap unggahan berdasarkan respons yang diterima, sehingga mendorong mereka untuk menyesuaikan konten agar sesuai dengan ekspektasi sosial. Proses ini menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara individu dan audiens dalam membentuk identitas di media sosial, sebagaimana dinyatakan dalam penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial digunakan sebagai sarana untuk memperoleh pengakuan dan penerimaan sosial.

Instagram dapat dipahami sebagai ruang sosial yang membentuk pola interaksi dan persepsi masyarakat terhadap individu. Mahasiswa tidak hanya menampilkan diri, tetapi juga secara terencana mengelola kesan yang ingin ditunjukkan kepada publik. Interaksi yang terjadi di media sosial turut

memengaruhi cara mahasiswa memandang dirinya sendiri dan memperkuat eksistensi di ruang digital. Instagram menjadi ruang yang tidak hanya membentuk identitas, tetapi juga memengaruhi bagaimana individu memperoleh dan mempertahankan pengakuan sosial (Zabdi *et al.*, 2025).

Profil dan Temuan Data Informan



Gambar 2. Profil Media Sosial Instagram
@shaadillaa_

Informan pertama dengan nama pengguna @shaadillaa_ telah menggunakan Instagram sejak tahun 2023 dan menjadi lebih aktif selama masa perkuliahan. Informan memiliki akun publik dengan jumlah pengikut sekitar 3.148 orang, yang terdiri atas teman, keluarga, serta relasi organisasi. Konten yang diunggah didominasi oleh foto diri, aktivitas kampus, serta konten dengan nilai estetika visual. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai sarana representasi identitas sekaligus ekspresi personal. Menurut @shaadillaa_, citra diri adalah gambaran mengenai siapa dirinya yang ingin diketahui dan diakui oleh orang lain. Informan berupaya menampilkan citra sebagai perempuan yang percaya diri, mandiri, dan positif.

Instagram dipilih karena kekuatan visualnya memungkinkan pembentukan identitas sosial secara lebih efektif. Strategi yang digunakan meliputi pengaturan estetika *feed*, pemilihan pose dan penampilan, serta penggunaan *caption* yang inspiratif

dan sopan. Dalam kerangka dramaturgi, informan mengakui adanya perbedaan yang cukup jelas antara kehidupan pribadi dan tampilan di media sosial. Dalam kehidupan nyata, ia merasa memiliki kerentanan emosional dan tidak selalu percaya diri, namun di Instagram ia lebih menonjolkan sisi yang kuat dan bahagia. Informan menilai bahwa citra yang ditampilkan merupakan bagian dari dirinya, tetapi bukan keseluruhan realitas. Lingkungan sosial, khususnya standar sosial terhadap perempuan, turut memengaruhi cara menampilkan diri, termasuk dalam hal penampilan dan gaya berpose.



Gambar 3. Profil Media Sosial Instagram
@nadyafinaya

Informan kedua dengan nama pengguna @nadyafinaya merupakan mahasiswa yang telah menggunakan Instagram sejak tahun 2019, yaitu sejak masa sekolah menengah atas. Informan menyatakan bahwa intensitas penggunaan meningkat setelah mengikuti DUTA MUDA SUMATERA UTARA 2024 dan menjadi mahasiswa di UINSU, karena Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi, eksistensi sosial, dan dokumentasi aktivitas akademik maupun organisasi. Informan memiliki akun Instagram dengan jumlah pengikut sekitar 2.699 orang yang terdiri atas teman sekolah, teman kuliah, relasi organisasi, serta keluarga. Jenis konten yang paling sering diunggah berkaitan dengan kegiatan produktif, seperti aktivitas perkuliahan, tutorial *make-up*, dan *endorsement*.

Menurut informan, citra diri merupakan representasi

identitas yang sengaja dibangun agar memperoleh penilaian positif dari orang lain. Informan berupaya menampilkan citra sebagai mahasiswa yang aktif, intelektual, dan bertanggung jawab. Instagram dipilih karena memiliki jangkauan luas dan menjadi *platform* yang dominan di kalangan mahasiswa. Untuk menjaga citra positif, informan melakukan seleksi terhadap foto, menggunakan bahasa yang formal dan sopan, serta menghindari konten yang berpotensi menimbulkan persepsi negatif. Dalam perspektif dramaturgi, informan menyadari adanya perbedaan antara dirinya di kehidupan nyata (*back stage*) dan yang ditampilkan di Instagram (*front stage*). Dalam kehidupan sehari-hari, ia mengaku tidak selalu produktif dan cenderung lebih santai, tetapi di Instagram ia menampilkan versi diri yang lebih terorganisir dan positif.

Instagram didasarkan pada kemudahan penggunaan serta karakter visual yang memungkinkan ekspresi diri tanpa harus menyampaikan narasi panjang. Strategi yang digunakan untuk menjaga citra positif adalah dengan menghindari konten yang bersifat provokatif, mengandung konflik, atau terlalu personal. Dalam perspektif *front stage* dan *back stage*, informan menilai perbedaan antara keduanya tidak terlalu besar, namun tetap terdapat kontrol terhadap apa yang ditampilkan. Informan mengakui bahwa dalam kehidupan nyata ia dapat mengungkapkan emosi secara lebih bebas, sedangkan di Instagram ia cenderung menampilkan versi diri yang telah disaring. Citra yang ditampilkan dianggap cukup merepresentasikan dirinya, tetapi tetap merupakan hasil kurasi. Pengaruh terbesar berasal dari teman sebaya yang membentuk tren gaya *posting* dan jenis konten yang dianggap relevan.



Gambar 4. Profil Media Sosial Instagram @arkan.art.359

Informan ketiga dengan nama pengguna @arkan.art.359 mulai menggunakan Instagram sejak tahun 2017. Berbeda dengan informan pertama, akun ini memiliki jumlah pengikut sekitar 976 orang yang didominasi oleh teman kampus dan teman dekat. Informan menggunakan Instagram terutama untuk mengungkapkan diri dan menjaga hubungan sosial dalam lingkaran pertemanan. Konten yang diunggah cenderung berkaitan dengan hobi dan aktivitas santai, seperti kegemarannya dalam berbusana dan *modelling*. Informan memaknai citra diri sebagai persepsi publik yang terbentuk dari interaksi simbolik di media sosial. Informan berusaha menampilkan citra sebagai pribadi yang santai, ramah, dan autentik. Pemilihan



Gambar 5. Profil Media Sosial Instagram @dheasaragi_

Informan keempat dengan nama pengguna @dheasaragi_ mulai menggunakan Instagram sejak tahun 2018, menjelang akhir masa sekolah menengah. Informan memiliki pengikut sekitar 2.161 orang dan menjadi lebih aktif menggunakan Instagram pada masa perkuliahan. Konten yang dibagikan umumnya berupa aktivitas harian, interaksi sosial, prestasi kampus, serta hal-hal ringan yang bersifat personal. Informan memaknai citra diri sebagai identitas sosial yang dibangun melalui simbol, bahasa, dan visual yang ditampilkan kepada publik. Citra yang ingin ditampilkan adalah sebagai pribadi yang sederhana, ramah, dan aktif. Instagram dipilih karena merupakan media yang paling umum digunakan di kalangan mahasiswa dan memudahkan komunikasi informal.

Untuk menjaga citra positif, informan melakukan penyaringan ketat terhadap konten, menjaga kesopanan, serta mempertimbangkan norma sosial dan nilai keluarga. Dalam perspektif *front stage* dan *back stage*, informan mengungkapkan adanya perbedaan yang cukup signifikan. Informan mengaku bahwa dalam kehidupan nyata ia cenderung pendiam dan pemalu, meskipun tidak tertutup, sedangkan di Instagram ia terlihat lebih aktif dan komunikatif. Citra yang ditampilkan dinilai mencerminkan dirinya secara lebih utuh sejak memasuki dunia perkuliahan. Lingkungan kampus berbasis keagamaan menjadi faktor utama yang memengaruhi batasan dalam presentasi diri di media sosial.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Instagram digunakan mahasiswa sebagai sarana yang terencana untuk melakukan presentasi diri dan membangun citra sosial yang diinginkan. Seluruh informan melakukan seleksi terhadap konten, visual, dan bahasa guna menampilkan identitas ideal yang sesuai dengan harapan audiens. Citra yang ditampilkan tidak sepenuhnya mencerminkan realitas, melainkan merupakan hasil konstruksi yang dibentuk secara sengaja untuk memperoleh penilaian positif di ruang publik digital. Penelitian ini juga menegaskan relevansi perspektif dramaturgi Erving Goffman, di mana terdapat perbedaan antara *front stage* (tampilan di Instagram) dan *back stage* (kehidupan nyata). Presentasi diri di media sosial merupakan hasil negosiasi antara identitas personal dan norma sosial, sehingga Instagram berfungsi sebagai panggung performatif bagi individu untuk mengelola kesan di hadapan audiens.

5. Daftar Pustaka

- Elvita, D. (2019). Konstruksi diri mahasiswa UIN Suska Riau pada foto atau video yang diposting dalam media sosial Instagram. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 1(3), 1–15.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Ilmu, P., Sosial, P., & Ilmu, F. (2022). Analisis *self-presenting* dalam teori dramaturgi Erving Goffman. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Pendidikan, M., & Fkip, S. (2020). Media sosial Instagram sebagai presentasi diri pada mahasiswi Pendidikan Sosiologi FKIP UNTIRTA. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(April), 10–20.
- Putri, D. M. (2018). Proses pembentukan citra diri melalui media sosial Instagram pada mahasiswa Universitas Bakrie. *Jurnal Komunikasi Universitas Bakrie*, 6(1), 34–37.
- Rarasati, D. B., Hudaniah, & Prasetyaningrum, S. (2019). Strategi presentasi diri pengguna Instagram. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 7(2), 235–251.
- Subakti, H., Hurit, R., Eni, G., Yufrinalis, M., Maria, S., Adwiah, R., Syamil, A., Mbari, M., Putra, S., Solapari, N., Musriati, T., & Putra, A. P. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Tarigan, R. E. (2024). Media pembawa perubahan: Tinjauan atas teori ekologi media. *Lectura: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–10.
- Zabdi, T., Putra, D., & Gustaman, F. A. (2025). Dramaturgi dalam fenomena curhat di Instagram mahasiswa FISIP UNNES. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 360–369.
- Zakariah, D. M. A. (2020). Media sosial sebagai sarana membentuk identitas diri mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2), 91–101.

Azhari, M. (2024). *Self-presenting* pada Instagram dalam perspektif dramaturgi. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 3(1), 64–76.