

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini manusia telah menemukan cara baru untuk berinteraksi dan bersosialisasi sebagai hasil dari kemajuan teknologi, salah satunya adalah media sosial. Sebagai alat komunikasi yang efektif, media sosial sangat berperan dalam aktivitas masyarakat sehari-hari. Dalam masyarakat, teknologi komunikasi sangat penting karena memungkinkan orang untuk bertukar informasi satu sama lain melalui sistem komunikasi berbasis komputer. Jenis sistem komunikasi ini disebut sebagai teknologi komunikasi baru, media baru, atau komunikasi interaktif. Media baru sering dikaitkan dengan internet. Karena internet dianggap dapat melakukan banyak hal yang tidak dapat dilakukan oleh media cetak dan elektronik.¹ Dengan masuknya internet ke dalam kehidupan masyarakat, semakin mudah bagi orang untuk berinteraksi secara langsung tanpa harus bertemu dengan lawan bicara.² Perkembangan internet yang sangat canggih menyebabkan banyaknya platform digital yang serba ada dan tersedia untuk setiap aktivitas manusia, sehingga menjadi lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan. Situs internet adalah platform digital yang paling umum digunakan oleh manusia, yang terdiri dari aplikasi yang digunakan untuk berbagi cerita, menyebarkan berita, dan berhubungan dengan orang lain. Dengan fiturnya

¹ Bimo Mahendra, "*Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi)*" Jurnal Visi Komunikasi vol. 16, No. 1 (2017), h. 152.

² Erni Herawati, "*Komunikasi Dalam Era Teknologi Komunikasi Informasi*" Humaniora Vol. 2, No. 1 (April 2011), h. 106.

yang lengkap, internet mampu mempertemukan orang baru dari seluruh dunia hingga membuat hubungan dengan menggunakan platform media sosial.³ Media sosial juga berkembang sangat pesat. Ini telah mengubah situs komunikasi yang awalnya hanya terdiri dari email dan chat, menjadi media sosial dan jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram.⁴

Fokus penelitian ini adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memiliki fitur canggih seperti *Live*, *Story*, dan *TV*. untuk mengunggah foto dan video kegiatan sehari-hari seseorang. Pengguna juga dapat membagikan lokasi foto atau video untuk memberi tahu pengguna instagram lainnya dimana foto atau video diambil, dan untuk mendapatkan umpan balik dari pengikut yang mengikuti akun mereka tentang foto atau video yang diunggah. Pengguna Instagram lainnya dapat memberikan komentar atau menyukai unggahan.⁵ Instagram menjadi populer karena kebiasaan narsis masyarakat modern. Salah satu faktor penyebabnya adalah peningkatan kualitas kamera smartphone. Ini memungkinkan kita mengambil foto di mana pun dan menguploadnya ke Instagram. Saat ini Instagram telah menjadi ruang ekspresi yang luas bagi penggunanya, terutama mahasiswa. *Instastory* sebagai salah satu fitur di Instagram memungkinkan pengguna untuk

³ Hafidz Jawade, "*Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana*" Jurnal Cakrawala Informasi Vol 2, No. 1 (2022), h. 12.

⁴ Muhammad Syahrul Efendi, Abdul Haris Fatgehipon, Nova Scorviana H, "*Media Sosial Instagram dalam Membangun Eksistensi Diri Remaja*" Jurnal Intelek Dan Cndikiawan Nusantara Vol. 1, No. 2 (2024), h. Hafidz Jawade, "*Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana*" Jurnal Cakrawala Informasi Vol 2, No. 1 (2022), h. 12.3062.

⁵ Tria Fricila, Abdul Rasyid, Aulia Kamal, "*Media Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri*" Jurnal Penelitian Tindakan Kelas dan Pengabdian Masyarakat Vol. 2, No.3 (2022), h. 243.

membagikan berbagai aktivitas dan pencapaian mereka secara cepat dan sementara. Fenomena *flexing* atau pamer di *Instastory* merupakan bentuk ekspresi diri yang menarik untuk dikaji karena mencerminkan dinamika sosial di kalangan mahasiswa.

Aplikasi Instagram menawarkan fitur *stories* untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam membagikan momen melalui gambar dan video. Fitur *Instagram Stories*, yang sering disebut "*Instastory*", memungkinkan pengguna membagikan video 15 detik kepada pengguna lain. Dalam hal ini, hal ini akan memastikan bahwa konten yang ditampilkan oleh sejumlah pengguna adalah konten terbaru, yang akan membantu dalam promosi yang efektif. Ini karena sebagian besar orang lebih tertarik untuk melihat *Stories* daripada *Feeds* Instagram. Tidak mengherankan bahwa *Instagram Stories* menjadi fitur paling populer.⁶

Dengan adanya fitur *Instagram Story*, mereka dapat mengungkapkan emosi dan perasaan mereka. Saat mereka mengungkapkan diri di media sosial, terutama *Instagram Story*, kita dapat melihat sisi lain dari pengguna yang tidak kita temui saat kita berbicara dengan mereka secara pribadi. Banyak orang yang pada awalnya pendiam dan tertutup di dunia nyata, tetapi ketika mereka menggunakan *Instagram Story*, mereka menjadi lebih terbuka. Karena mereka dapat mengungkapkan identitas mereka secara bebas di *Instagram Story*, pengguna akan lebih puas saat mengungkapkan siapa dirinya di sana. Mereka juga percaya bahwa mengungkapkan perasaan melalui *Story*

⁶ Rindiani, Anis Endang, Yanto, "*The Phenomenon Of The Instagram Stories Feature As A Medium For Student Self-Existence*" Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora Vol. 3, No. 2 (2023), h. 120.

Instagram dapat menjadi metode yang efektif untuk meredakan atau sekadar menyampaikan perasaan mereka.⁷

Ketika pengguna Instagram mulai berlomba-lomba untuk mengunggah berbagai aktivitas mereka saat ini untuk mencari pengikut dan menjadi terkenal, popularitasnya meningkat dan berdampak pada penilaian mereka. Pengguna Instagram menggunakan berbagai strategi untuk mendapatkan pengikut, seperti mengunggah barang mewah, menampilkan keindahan alam, mengunggah video lucu, dan berbagi berita terbaru. Banyak pengguna Instagram menjadikan gaya hidup glamor menjadi budaya di Instagram dan menggunakan *Instastory* sebagai media untuk mengekspresikan diri melalui unggahan yang menunjukkan kebahagiaan atau kesenangan yang tidak disukai oleh beberapa pengguna Instagram lainnya. Banyak pengguna media sosial yang mengunggah postingan dengan berbagai kepalsuan untuk menutupi kekurangan mereka, yang membuat mereka lebih cenderung melakukan penipuan dengan memanipulasi unggahan untuk meningkatkan popularitas mereka. Fenomena ini biasa disebut sebagai *flexing*.⁸

Istilah "*Flexing*" ramai dibicarakan oleh kaum milenial dan digunakan untuk menggambarkan konten di berbagai platform media sosial yang mencoba menunjukkan kemewahan mereka, seperti mengupload barang bermerek, konten liburan, makanan, atau hal lainnya

⁷ Kornelia Johana, Fitri Dwi Lestari, Della Nurul Fauziah, "*Penggunaan fitur Instagram Story sebagai media self disclosure dan perilaku keseharian mahasiswi Public Relations Universitas Mercu Buana*" Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Vol. 1, No. 3 (2020), h. 281.

⁸ Mahyuddin, "*Social Climber Dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer*" Jurnal Kajian Islam Interdisipliner Vol. 2, No. 2 (2017), h. 119.

secara berlebihan.⁹ *flexing* ada karena besarnya keinginan untuk menjadi populer sehingga menggunakan cara pamer untuk dikenal oleh khalayak. Saat ini, pamer tidak hanya dalam bentuk nyata, tetapi juga disertai dengan kebohongan. Tidak selalu apa yang diunggah sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi. Cara dan bentuk pamer berbeda-beda tiap penggunaanya, sesuai dengan tujuan masing-masing.¹⁰ Jika seseorang seringkali melakukan *flexing*, kemungkinan akan mencoba segala cara untuk tetap menjadi perhatian publik. Seseorang yang tidak benar-benar kaya atau orang kaya baru yang suka memamerkan hal yang dia punya dengan mengunggahnya di akun sosial medianya bisa dikatakan sebagai pelaku *flexing*, baik secara sadar maupun tidak sadar, seseorang yang melakukan *flexing* ingin diakui oleh orang lain dan dapat mengharapkan pujian dan peran sosial.¹¹

Flexing di *Instastory* tidak hanya sekadar menunjukkan kemewahan atau pencapaian, tetapi juga menjadi sarana untuk membentuk citra diri dan mendapatkan validasi sosial. Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sebagai generasi muda yang aktif di media sosial tentu tidak lepas dari perilaku ini. Di satu sisi, *flexing* dapat menjadi motivasi positif untuk menunjukkan prestasi akademik atau kegiatan produktif. Namun di sisi lain, jika tidak diimbangi dengan kesadaran diri, perilaku ini dapat memicu tekanan sosial dan kecenderungan untuk menampilkan sesuatu

⁹ Ni Putu Ayu Budiartini, Srirahayu Puspawati, John Abraham Ziswan Suryosumunar, "Perspektif Etika Hindu Terhadap Perilaku Flexing pada Pengguna Instagram" *Jurnal Filsafat* Vol.13, No. 2 (2022), h. 218.

¹⁰ Syafruddin Pohan, Putri Munawwarah, and July Susanty Br Sinuraya, "*Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup*", *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* Vol. 3, No. 2 (2023), h. 490-491.

¹¹ Mohammad Haryono, Hengki Hendra Pradana. "*Fenomena Flexing Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z*" *Psycho Aksara: Jurnal Psikologi* Vol. 2, No. 1 (2024), h. 30.

yang tidak sesuai dengan kenyataan. *Flexing* di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan akan pengakuan sosial, pengaruh lingkungan pertemanan, hingga tren digital yang berkembang. Mahasiswa mungkin merasa terdorong untuk menampilkan citra tertentu yang sesuai dengan ekspektasi sosial, terutama di lingkungan kampus yang menekankan nilai-nilai religius dan intelektual. Dalam konteks ini, *flexing* bisa berupa pamer kegiatan dakwah, prestasi akademik, atau bahkan gaya hidup yang dianggap ideal di kalangan mereka. Namun, fenomena ini juga menimbulkan permasalahan, seperti adanya kesenjangan antara citra yang ditampilkan di *Instastory* dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Mahasiswa mungkin merasa tertekan untuk selalu tampil sempurna di media sosial, yang berpotensi memengaruhi kesehatan mental dan hubungan sosial mereka. Selain itu, *flexing* yang berlebihan dapat menimbulkan persepsi negatif, seperti kesombongan atau kurangnya empati terhadap sesama.

Peneliti percaya bahwa fenomena ini menarik untuk diteliti. Mahasiswa, sebagai kelompok yang berada dalam fase transisi dari remaja menuju dewasa, seringkali berkeinginan untuk menampilkan citra diri yang ideal di lingkungannya. Penggunaan *Instastory* sebagai media *flexing* dapat dipandang sebagai bentuk dari usaha mereka untuk memnuhi ekspektasi sosial dan mencari validasi. Oleh karena itu, peneliti mengangkat tema penelitian yang berjudul “Penggunaan *Instastory* Sebagai Media *Flexing* Dalam Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Fenomenologi Mahasiswa Fakultas Dakwah, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penggunaan *Instastory* pada Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dalam membentuk dan menampilkan citra diri?
2. Bagaimana Distingsi perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten di Sosial Media melalui *Instastory* dan Kehidupan Nyata?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Penggunaan *Instastory* pada Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dalam membentuk dan menampilkan citra diri
2. Untuk mengetahui Distingsi Perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten di Sosial Media melalui *Instastory* dan Kehidupan Nyata.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis terhadap pembaca:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih memberikan informasi yang bermanfaat serta menggali pemahaman mendalam tentang bagaimana Instagram sebagai

media atau sarana *flexing* dapat dianalisis melalui perspektif teori dramaturgi Erving Goffman.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam memberikan pemahaman pengetahuan mengenai *flexing* di *instastory* dalam perspektif teori dramaturgi Erving Goffman khususnya pada Mahasiswa Fakultas Dakwah, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk membuat proses penelitian lebih mudah, peneliti menggunakan penelitian sebelumnya sebagai referensi dalam penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang relevan:

1. Penelitian yang pertama **“Media Instagram dan Eksistensi Diri Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat”** yang disusun oleh Dinda Artikah Batu Bara, Mahasiswi Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh Tahun 2020/2021. Penelitian ini membahas permasalahan terkait penggunaan media sosial Instagram sebagai medium untuk mengekspresikan eksistensi diri. Selain sebagai alat komunikasi, pencarian, dan berbagi informasi, media sosial juga menjadi sarana untuk menunjukkan diri yang bertujuan mendapatkan pengakuan dan perhatian dari khalayak umum, termasuk melalui platform Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak dari penggunaan Instagram sebagai media eksistensi diri serta alasan di balik pilihan platform ini sebagai alat untuk menonjolkan identitas

diri. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan delapan informan yang terdiri dari mahasiswa dan mahasiswi angkatan 2017-2019 dari Fakultas Ushuluddin dan Filsafat. Informan tersebut merupakan pengguna aktif Instagram dengan jumlah pengikut lebih dari 2.000 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki pengaruh dalam berbagai aspek, seperti pencitraan diri, orientasi fashion, perubahan perilaku, ruang eksplorasi hobi, media untuk mengikuti tren terkini, serta sebagai sarana memperoleh informasi dan ilmu pengetahuan. Alasan penggunaan Instagram dibagi menjadi dua faktor utama. Faktor internal mencakup adanya dorongan budaya narsistik dan kebutuhan untuk menunjukkan diri, sedangkan faktor eksternal meliputi popularitas Instagram di berbagai kalangan, termasuk mahasiswa, serta fitur-fitur menarik yang mendukung publikasi dan cocok bagi generasi milenial yang ingin menampilkan diri mereka kepada publik.

2. Penelitian yang kedua **“Dramaturgi Sosial Media (Fenomena *Oversharing* di Sosial Media Pada Mahasiswa Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama)**” yang disusun oleh Nelsi Muliana, Mahasiswi Jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram Tahun 2023. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah berkembang dengan pesat. Berbagai jenis informasi dan aktivitas di media sosial kini dapat diakses dengan mudah melalui platform digital yang tersedia. Media sosial menjadi sangat populer di kalangan mahasiswa, yang cenderung aktif dan terlibat di berbagai platform tersebut. Namun, hal ini juga memicu perilaku

oversharing, yaitu kecenderungan individu untuk membagikan informasi secara berlebihan di akun media sosial mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motif di balik fenomena *oversharing* yang terjadi di panggung depan media sosial, berdasarkan perspektif studi dramaturgi, serta untuk memahami perbedaan perilaku mahasiswa di media sosial dibandingkan dengan kehidupan nyata. Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi dari Erving Goffman dan dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga motif utama yang melatarbelakangi perilaku *oversharing* di media sosial. Pertama, motif relasi sosial, di mana mahasiswa merasa senang ketika mendapatkan respons seperti "like" atau komentar pada unggahan mereka. Kedua, motif hiburan diri, di mana perasaan kesepian (*loneliness*) mendorong individu untuk membagikan kehidupan pribadi di media sosial sebagai upaya menjalin interaksi yang sulit mereka peroleh di dunia nyata. Ketiga, motif representasi diri, di mana mahasiswa berusaha menampilkan citra ideal diri mereka di media sosial. Penelitian ini juga menemukan adanya perbedaan perilaku mahasiswa di media sosial dan dalam kehidupan nyata. Di media sosial, mereka sering memproyeksikan citra yang lebih mewah atau ideal, yang tidak sesuai dengan kondisi kehidupan nyata mereka. Informan yang diteliti bukan berasal dari keluarga dengan status ekonomi menengah ke atas, meskipun unggahan mereka di media sosial menunjukkan sebaliknya. Ketika berada di panggung

belakang (*back stage*), mereka cenderung menjalani kehidupan yang sederhana.

3. Penelitian yang ketiga **“Instagram Sebagai Media Sosial Untuk Membangun *Personal Branding* di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia di Jakarta”** yang disusun oleh Diana Sari Fajriati, Mahasiswi Program Studi Ilmu Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Instagram digunakan sebagai alat dalam membangun *personal branding* di kalangan anggota komunitas Instameet Indonesia. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menjelaskan proses pembentukan *personal branding* melalui media sosial Instagram serta bagaimana pengelolaan kesan (*impression management*) dilakukan untuk menjaga citra yang telah dibangun. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Analisis dilakukan berdasarkan teori dramaturgi sebagai kerangka konseptual utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga tahapan utama dalam membangun *personal branding* melalui Instagram, yaitu: (1) menentukan peran; (2) mengatur performa; dan (3) mengelola kesan. Dalam menjalankan perannya, pengguna Instagram (*Instagrammers*) memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh platform, seperti konsep foto, deskripsi atau caption, dan penggunaan tagline atau hashtag. Setelah citra tertentu berhasil dibentuk, diperlukan pengelolaan berkelanjutan untuk mempertahankan kesan tersebut. Dalam proses ini, *Instagrammers*

sering melibatkan kolaborasi tim, baik untuk menciptakan konten yang akan diunggah maupun untuk mengoptimalkan kinerja algoritma Instagram. Dengan demikian, kesan dan situasi yang ditampilkan di Instagram tidak hanya mencerminkan kerja individu, tetapi juga merupakan hasil dari kolaborasi tim.

4. Penelitian yang Keempat **“Analisis Citra Diri Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN AR-RANIRY pada Penggunaan Second Account Instagram”** yang disusun oleh Nurul Asiska Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh Tahun 2023. Dengan berkembangnya fitur di Instagram, kini seseorang dapat memiliki lebih dari satu akun. Salah satunya adalah *second account*, yaitu akun pribadi yang dirancang untuk lingkaran pertemanan tertentu. Akun ini sering digunakan sebagai ruang berekspresi secara lebih bebas dan berinteraksi melalui unggahan gambar, di mana konten yang dibagikan berbeda dengan akun utama (*first account*). Fenomena ini terlihat pada mahasiswi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry, yang sering menunjukkan kehidupan sehari-hari mereka di second account, bahkan mengunggah foto tanpa jilbab atau membagikan curahan hati. Hal ini berpotensi menciptakan citra diri yang berbeda dari citra positif di akun utama menjadi lebih negatif di second account. Penelitian ini bertujuan untuk memahami citra diri mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam penggunaan second account serta menggali motif di balik penggunaan akun tersebut. Penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi sebagai landasan

teoritis. Metode yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam memanfaatkan *second account* untuk menciptakan ruang berekspresi yang lebih bebas, di mana mereka merasa dapat menjadi diri sendiri tanpa takut dihakimi. Namun, sebagai mahasiswa UIN Ar-Raniry yang mewakili nilai-nilai keislaman, penting bagi mereka untuk lebih bijak dalam memperhatikan citra diri dan konten yang mereka unggah, meskipun *second account* hanya diikuti oleh orang-orang terdekat. Sebab, melalui unggahan seperti foto atau video, orang lain dapat dengan mudah memberikan penilaian terhadap citra diri seseorang.

5. Penelitian yang kelima **“Eksistensi Diri Mahasiswa Penggemar Korean Pop (K-Pop) di Media Sosial Twitter (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”** yang disusun oleh Angga Surya Pratomo, seorang Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2022. Fenomena K-Pop telah menjadi topik hangat di berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa, yang menjadikan K-Pop sebagai bentuk hiburan bahkan idola. Media sosial hadir sebagai alat komunikasi yang memberikan banyak kemudahan, termasuk akses terhadap hal-hal menarik melalui fitur-fitur yang tersedia. Dari fenomena ini, khususnya di kalangan remaja, banyak yang menggunakan media

sosial seperti Twitter untuk mengekspresikan minat dan kegemaran mereka terhadap K-Pop. Hal ini memunculkan pertanyaan utama: bagaimana eksistensi diri, yang mencakup kepercayaan diri, kesadaran diri, daya tarik pribadi, dan harga diri mahasiswa FDIKOM UIN Jakarta, ditampilkan melalui Twitter. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori Dramaturgi dan konsep eksistensi diri sebagai kerangka berpikir. Teori Dramaturgi berasumsi bahwa interaksi manusia menyerupai pertunjukan teater, di mana individu sebagai aktor berusaha menampilkan karakteristik tertentu kepada audiens melalui "pementasan" yang mereka lakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa FDIKOM UIN Jakarta memiliki tingkat kepercayaan diri dan kesadaran diri yang tinggi dalam menunjukkan eksistensi mereka di Twitter. Berbagai hal yang mereka bagikan di media sosial juga menciptakan daya tarik tersendiri bagi mereka, dan rasa suka terhadap K-Pop memberikan dampak positif pada harga diri mereka sebagai penggemar.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Judul	Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
1	Media Instagram dan Eksistensi Diri Studi	Kualitatif (Studi Kasus)	<i>Looking Glass Self</i> - Charles Horton Cooley	Instagram memiliki pengaruh dalam berbagai aspek, seperti pencitraan diri, orientasi

	Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat		fashion, perubahan perilaku, ruang eksplorasi hobi, media untuk mengikuti tren terkini, serta sebagai sarana memperoleh informasi dan ilmu pengetahuan. Alasan penggunaan Instagram dibagi menjadi dua faktor utama. Faktor internal mencakup adanya dorongan budaya narsistik dan kebutuhan untuk menunjukkan diri, sedangkan faktor eksternal meliputi popularitas Instagram di berbagai kalangan, termasuk mahasiswa, serta
--	--	--	---

				fitur-fitur menarik yang mendukung publikasi dan cocok bagi generasi milenial yang ingin menampilkan diri mereka kepada publik.
2	Dramaturgi Sosial Media (Fenomena <i>Oversharing</i> di Sosial Media Pada Mahasiswa Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama)	Kualitatif Deskriptif	Dramaturgi - Erving Goffman	Menemukan adanya perbedaan perilaku mahasiswa di media sosial dan dalam kehidupan nyata. Di media sosial, mereka sering memproyeksikan citra yang lebih mewah atau ideal, yang tidak sesuai dengan kondisi kehidupan nyata mereka. Informan yang diteliti bukan berasal dari keluarga dengan status

				ekonomi menengah ke atas, meskipun unggahan mereka di media sosial menunjukkan sebaliknya. Ketika berada di panggung belakang (<i>back stage</i>), mereka cenderung menjalani kehidupan yang sederhana.
3	Instagram Sebagai Media Sosial Untuk Membangun <i>Personal Branding</i> di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia di	Kualitatif Deskriptif	Dramaturgi - Erving Goffman	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga tahapan utama dalam membangun <i>personal branding</i> melalui Instagram, yaitu: (1) menentukan peran; (2) mengatur performa; dan (3) mengelola kesan.

	Jakarta			Dalam menjalankan perannya, pengguna Instagram (<i>Instagrammers</i>) memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh platform, seperti konsep foto, deskripsi atau caption, dan penggunaan tagline atau hashtag. Setelah citra tertentu berhasil dibentuk, diperlukan pengelolaan berkelanjutan untuk mempertahankan kesan tersebut. Dalam proses ini, <i>Instagrammers</i> sering melibatkan kolaborasi tim, baik untuk menciptakan
--	---------	--	--	---

				konten yang akan diunggah maupun untuk mengoptimalkan kinerja algoritma Instagram. Dengan demikian, kesan dan situasi yang ditampilkan di Instagram tidak hanya mencerminkan kerja individu, tetapi juga merupakan hasil dari kolaborasi tim.
4	Analisis Citra Diri Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN AR-RANIRY pada	Kualitatif (Fenomenologi)	Dramaturgi - Erving Goffman	Mahasiswi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam memanfaatkan second account untuk menciptakan ruang berekspresi yang lebih bebas, di mana mereka merasa dapat

	Penggunaan <i>Second</i> <i>Account</i> Instagram			menjadi diri sendiri tanpa takut dihakimi. Namun, sebagai mahasiswa UIN Ar-Raniry yang mewakili nilai-nilai keislaman, penting bagi mereka untuk lebih bijak dalam memperhatikan citra diri dan konten yang mereka unggah, meskipun <i>second account</i> hanya diikuti oleh orang-orang terdekat. Sebab, melalui unggahan seperti foto atau video, orang lain dapat dengan mudah memberikan penilaian terhadap citra diri seseorang.
--	--	--	--	---

5	Eksistensi Diri Mahasiswa Penggemar Korean Pop (K-Pop) di Media Sosial Twitter (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Kualitatif Deskriptif	Dramaturgi - Erving Goffman	Mahasiswa FDIKOM UIN Jakarta memiliki tingkat kepercayaan diri dan kesadaran diri yang tinggi dalam menunjukkan eksistensi mereka di Twitter. Berbagai hal yang mereka bagikan di media sosial juga menciptakan daya tarik tersendiri bagi mereka, dan rasa suka terhadap K-Pop memberikan dampak positif pada harga diri mereka sebagai penggemar.
---	---	-----------------------	-----------------------------	---

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif mahasiswa dalam menggunakan *Instastory* sebagai media *flexing*. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang menggunakan studi kasus untuk membahas eksistensi diri di

Instagram, pendekatan deskriptif dalam *personal branding*, atau fenomenologi pada second account, penelitian ini secara spesifik mengeksplorasi *flexing* di *Instastory* dalam konteks mahasiswa, yang belum dibahas secara mendalam sebelumnya.

Dalam hal teori, penelitian ini menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman dengan menghubungkan konsep panggung depan dan panggung belakang untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa membentuk citra diri melalui *Instastory*. Penelitian terdahulu yang juga menggunakan teori dramaturgi lebih berfokus pada *oversharing*, *personal branding*, atau *second account*, sementara penelitian ini menyoroti dampak fitur digital dalam manajemen kesan, khususnya dalam konteks *flexing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Instastory* digunakan sebagai panggung depan untuk membentuk citra diri ideal, sementara kehidupan nyata sebagai panggung belakang menyimpan sisi yang tidak ditampilkan. Penelitian sebelumnya mengungkap perbedaan citra di media sosial dan kehidupan nyata tanpa fokus pada platform tertentu, menyoroti *personal branding* tanpa mengaitkan dengan motivasi *flexing*, atau hanya membahas second account. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis mendalam mengenai *flexing* di *Instastory* dalam dinamika sosial dan akademik mahasiswa.

F. Sistematika Penulisan

Untuk membuat penelitian mudah dipahami, peneliti membagi pembahasannya menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Menguraikan konteks dan alasan pemilihan topik penelitian, yaitu penggunaan *Instastory* sebagai media *flexing*. Bagian ini mencakup identifikasi fenomena sosial yang relevan, termasuk perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun citra diri.

2. Rumusan Masalah

Merumuskan permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini berdasarkan pengamatan awal dan kajian literatur.

3. Tujuan Penelitian

Menentukan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian, dengan fokus pada pemahaman strategi mahasiswa dalam menggunakan *Instastory* sebagai media *flexing*. Tujuan ini harus berkaitan langsung dengan rumusan masalah.

4. Manfaat Penelitian

Menjelaskan kontribusi penelitian serta manfaatnya bagi pihak terkait.

- a. Teoritis: Kontribusi dalam kajian media sosial dan teori dramaturgi.
- b. Praktis: Memberikan wawasan bagi pengguna media sosial dalam menggunakan fitur digital secara lebih bijaksana.

5. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Memaparkan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian saat ini sebagai referensi dan dasar pengembangan penelitian.

6. Sistematika Penulisan

Menguraikan susunan bab dalam penelitian secara runtut dan sistematis agar pembaca lebih mudah memahami isi penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

1. Kajian Pustaka

Mengkaji literatur yang relevan tentang media sosial, fitur *Instastory*, *flexing*, dan konsep citra diri. Bagian ini menggunakan konsep-konsep ini sebagai acuan untuk memahami data yang akan dikumpulkan.

2. Landasan Teori

Menjelaskan teori dramaturgi Erving Goffman sebagai kerangka utama dalam menganalisis penggunaan *Instastory* sebagai panggung depan untuk membangun citra diri.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Menjelaskan metode penelitian yang digunakan, yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada fenomenologi, untuk menggali pengalaman subjektif mahasiswa dalam menggunakan *Instastory* sebagai media *flexing*.

2. Waktu Penelitian

Menguraikan periode waktu pelaksanaan penelitian, mulai dari persiapan, pengumpulan data, hingga analisis untuk menjawab rumusan masalah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Menjelaskan cara pengumpulan data, seperti melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi unggahan *Instastory*.

4. Teknik Analisis Data

Menguraikan pendekatan analisis yang digunakan, yaitu analisis tematik berbasis teori dramaturgi, untuk memahami pola dan strategi *flexing* mahasiswa di *Instastory*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Menyajikan data temuan yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan fokus pada penggunaan *Instastory* sebagai media *flexing*.

2. Pembahasan

Menghubungkan temuan penelitian dengan teori dramaturgi dan kajian pustaka untuk menjawab rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan

Menyampaikan ringkasan temuan penelitian yang menjawab rumusan masalah secara langsung.

2. Saran

Memberikan rekomendasi bagi pengguna media sosial, mahasiswa, serta peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian terkait.