

Perspektif Dramaturgi Pencitraan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Media Sosial

Kevin Rohman Nurfaizi¹, Noor Afy Shovmayanti², Dani Kurniawan³
brkryakevin@gmail.com, noorafyshov@umkla.ac.id, danikomunikasi@umkla.ac.id

Universitas Muhammadiyah Klaten, Indonesia

Abstract

This study explores the self-representation strategies of Communication students at Universitas Muhammadiyah Klaten on social media, using Erving Goffman's dramaturgy theory as a framework. With the rise of social media platforms like Instagram and TikTok, students have increasingly used these platforms to build their identities for personal branding, social recognition, and professional growth. The research employed a qualitative descriptive approach, utilizing in-depth interviews, participatory observation, and document analysis to understand students' behaviors in managing their digital identities. The findings revealed that students curate and edit their content to create idealized versions of themselves, often influenced by social pressures and trends. The study concludes that while social media serves as a tool for personal branding and social interaction, students must balance authenticity with the pressures of digital self-presentation. Educational institutions should help students manage their digital identities in a healthy and responsible way.

Status Artikel:

Diterima: 10-02-2025

Direvisi: 16-03-2025

Diterima: 05-04-2025

Kata Kunci:

self-representation;

dramaturgy theory;

social media;

personal branding;

digital identity;



© 2023 Author's Name, Author's Name

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu merepresentasikan diri di ruang publik (Shovmayanti et al, 2023). Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga ruang di mana identitas diri dibangun, dikurasi, dan disajikan kepada audiens. Indonesia menempati urutan ke 4 pengguna Instagram di dunia dengan jumlah 100,9 juta user terhitung pada Januari 2024. India di posisi pertama memiliki total 362 juta pengguna Instagram. Amerika Serikat memiliki 169 juta pengguna, dan Brasil pada posisi ke-3 memiliki 134 juta pengguna (Stacy Jo Dixon, 2024). Banyaknya pengguna Instagram ini, khususnya di Indonesia membuat platform tersebut menjadi salah satu media utama bagi individu untuk membangun citra diri dan memperluas jaringan sosial mereka. Di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan atau komunikasi, tetapi juga sebagai medium untuk membangun identitas profesional, akademik, dan personal secara virtual (Tobing et al., 2023).

Media sosial dalam prespektif dramaturgi berfungsi seperti panggung teater, dimana pengguna menampilkan "depan panggung" berupa konten yang telah dipilih dan diedit untuk menciptakan impresi tertentu, sementara "belakang panggung" menjadi ruang persiapan dan strategi pencitraan (Sarjana Sosial & Sari Fajriati, 2020). Mahasiswa, khususnya, memanfaatkan media sosial untuk menunjukkan versi ideal dari diri mereka, baik untuk tujuan personal branding, membangun koneksi sosial, maupun memenuhi ekspektasi lingkungan digital (Amelia, 2024).

Pengguna media sosial dalam menampilkan konten seringkali menggunakan prespektif dramaturgi. Dramaturgi, yang diperkenalkan oleh Erving Goffman, menawarkan perspektif unik untuk memahami perilaku dan pencitraan pengguna media sosial. Teori dalam kehidupan sosial dianalogikan sebagai panggung teater di mana individu memainkan peran tertentu untuk menciptakan impresi yang diinginkan pada audiens (Khadafi, 2023). Media sosial, dengan karakteristiknya yang memungkinkan kontrol atas apa yang ditampilkan, menjadi 'depan panggung' tempat pengguna menampilkan versi terbaik dari diri mereka melalui konten yang dikurasi dengan cermat. Aktivitas di balik layar, seperti proses editing atau pemilihan konten, mencerminkan 'belakang panggung' dimana strategi pencitraan disusun. Perspektif dramaturgi relevan untuk meneliti fenomena ini, terutama dalam konteks mahasiswa yang menggunakan media sosial tidak hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk membangun identitas dan *personal branding* di era digital.

Konsep dramaturgi yang diperkenalkan oleh Erving Goffman memberikan kerangka untuk memahami bagaimana individu menampilkan diri mereka dalam interaksi sosial, termasuk di media sosial. Dalam dramaturgi, kehidupan sosial dianalogikan sebagai panggung teater dengan dua area utama yaitu depan panggung dan belakang panggung (Sutarjo et al., 2023). Depan panggung adalah tempat di mana individu secara sadar menyajikan perilaku dan citra tertentu untuk memenuhi ekspektasi *audiens*, seperti unggahan media sosial yang dikurasi untuk menampilkan versi terbaik diri mereka. Sebaliknya, belakang panggung adalah ruang privat di mana individu dapat bersantai, mempersiapkan, dan merancang strategi pencitraan tanpa pengawasan *audiens*. Dramaturgi juga menekankan pentingnya pengelolaan impresi atau kesan yang ingin ditampilkan, yang melibatkan seleksi konten, narasi, dan ekspresi yang mendukung identitas yang diinginkan (Herlambang, 2024). Perspektif ini sangat relevan untuk menganalisis fenomena pencitraan diri di media sosial, di mana pengguna terus-menerus memainkan peran yang mencerminkan tujuan dan keinginan mereka.

Strategi pengelolaan identitas digital di media sosial mencerminkan upaya individu untuk membentuk dan mempertahankan citra diri yang diinginkan (Sari & Abidin, 2024). Identitas digital ini dibangun melalui pemilihan konten, penggunaan fitur platform, dan pengaturan privasi yang disesuaikan dengan tujuan spesifik, seperti *personal branding*, interaksi sosial, atau ekspresi diri. Pengguna sering kali memilih dan menyusun konten secara strategis untuk menciptakan kesan tertentu, seperti menggunakan foto yang menarik, *caption* yang relevan, atau mengikuti tren populer. Strategi ini juga mencakup pengelolaan interaksi, misalnya dengan merespons komentar positif, menghapus yang negatif, atau menjaga konsistensi gaya komunikasi. Dalam konteks teori dramaturgi, pengelolaan identitas digital dapat dianggap sebagai upaya untuk menyajikan "depan panggung" yang menarik, sementara aktivitas di belakang layar—seperti editing konten dan pemilihan waktu posting—menjadi bagian dari "belakang panggung." Dengan demikian,

pengelolaan identitas digital di media sosial adalah proses yang dinamis dan terus berkembang, mencerminkan bagaimana individu menavigasi kompleksitas interaksi digital.

Penelitian tentang pencitraan diri di media sosial melalui perspektif dramaturgi memiliki relevansi yang kuat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Klaten. Sebagai generasi Z yang tumbuh di era digital, mahasiswa ini aktif menggunakan media sosial baik untuk bersosialisasi, mengekspresikan diri, maupun membangun *personal branding* (Abdullah et al., 2024). Pemahaman tentang pengelolaan impresi dan strategi pencitraan dalam konteks akademis relevan dengan ilmu komunikasi, terutama dalam mempersiapkan mereka menghadapi tuntutan dunia profesional, seperti *public relations*, *digital marketing*, atau jurnalisme. Dengan memahami bagaimana teori dramaturgi dapat diaplikasikan pada perilaku di media sosial, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan kritis dalam menganalisis interaksi digital dan mengelola identitas secara efektif, sesuai dengan kebutuhan dunia kerja maupun kehidupan sosial mereka. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena mencerminkan dinamika identitas diri di era digital yang kompleks, terutama dalam kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi yang akrab dengan penggunaan media sosial.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap strategi yang digunakan oleh mahasiswa dalam membangun pencitraan diri di media sosial serta menganalisis fenomena tersebut melalui perspektif dramaturgi. Mahasiswa dalam era memiliki beragam motivasi, seperti membangun *personal branding*, mendapatkan pengakuan sosial, atau mengekspresikan diri. Penelitian ini akan menggali proses pencitraan, mulai dari pemilihan konten, penggunaan fitur media sosial, hingga pengelolaan interaksi dengan *audiens*, serta mengeksplorasi elemen-elemen dramaturgi seperti depan panggung, belakang panggung, peran, dan pengelolaan impresi. Dengan memahami bagaimana mahasiswa mempersiapkan, menyiapkan, dan mengatur citra diri mereka di ruang digital, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dinamika dan motivasi di balik pencitraan tersebut, sekaligus memberikan wawasan tentang interaksi antara pengguna media sosial dan *audiensnya*.

Penelitian mengenai representasi diri dan pencitraan di media sosial telah dilakukan dalam berbagai konteks. Studi yang dilakukan oleh Tobing, Hayati, dan Sitorus (2023) menjelaskan bagaimana mahasiswa menggunakan Instagram untuk membangun citra diri virtual mereka melalui strategi seperti konten, penampilan visual, dan gaya komunikasi. Penelitian ini menyoroti perbedaan antara ‘depan panggung’ (*public identity*) dan ‘belakang panggung’ (*private identity*) dalam membangun identitas digital mereka. Mahasiswa secara aktif mengelola impresi yang ingin mereka tampilkan kepada *audiens* untuk membangun citra diri ideal yang sesuai dengan ekspektasi sosial (Tobing et al., 2023).

Situmorang dan Hayati (2023) juga menemukan bahwa media sosial, khususnya Instagram, menjadi alat bagi mahasiswa untuk mendapatkan validasi dan merepresentasikan diri. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram menggunakan unggahan foto untuk membangun citra tertentu, seperti estetika atau aktivitas sosial, yang membantu mereka memperoleh pengakuan sosial dan memvalidasi identitas mereka di mata orang lain. Perspektif dramaturgi digunakan untuk memahami proses ini, di mana individu berusaha menyampaikan citra terbaik mereka kepada audiens (Situmorang & Hayati, 2023).

Selain itu, Hanika (2016) dalam penelitiannya menggunakan permainan digital "The Sims 4" untuk menjelaskan konsep representasi diri dalam dunia virtual. Penelitian ini menunjukkan

bagaimana pemain menciptakan *avatar* sebagai representasi diri ideal mereka, yang merupakan refleksi dari kehidupan nyata. Perspektif dramaturgi relevan dalam menjelaskan bagaimana pengguna media virtual mengatur dan menyajikan identitas mereka di depan panggung, sementara aktivitas di belakang panggung digunakan untuk mempersiapkan citra yang diinginkan (Hanika, 2016).

Penelitian lain oleh Alqiva dan Gautama (2021) menyoroti bagaimana mahasiswa Sosiologi Universitas Negeri Padang memanfaatkan Instagram untuk membangun representasi diri mereka. Para mahasiswa mengikuti tren, menggunakan barang-barang bermerek, dan mengunggah konten yang relevan untuk membangun identitas yang sesuai dengan harapan audiens. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya jumlah pengikut (*followers*) dalam menentukan tingkat eksistensi seseorang di media sosial. Perspektif dramaturgi digunakan untuk menganalisis peran "depan panggung" dan "belakang panggung" dalam proses ini (Alqiva & Gautama, 2021).

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam beberapa aspek penting meskipun banyak penelitian sebelumnya telah membahas representasi diri di media sosial, penelitian ini berfokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Klaten, yang belum banyak dijadikan subjek dalam kajian serupa. Konteks lokal ini memberikan sudut pandang baru terhadap bagaimana generasi muda di Indonesia memanfaatkan media sosial untuk membangun identitas mereka, terutama dalam bidang komunikasi. Penelitian ini memberikan kontribusi baru terhadap pemahaman tentang bagaimana mahasiswa di era digital memanfaatkan media sosial untuk membangun identitas mereka, sekaligus menambahkan dimensi teoritis dan praktis yang relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi modern.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain studi deskriptif untuk menggali secara mendalam fenomena pencitraan diri pada media sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Klaten. Desain deskriptif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat terkait karakteristik objek yang diteliti (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sosial tanpa manipulasi terhadap variabel, melainkan mendeskripsikan kondisi sebagaimana adanya dengan cara yang terstruktur (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Sebagai metode kualitatif, penelitian ini menekankan pada pengumpulan data dalam konteks alami, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen utama. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen untuk memahami proses pencitraan diri mahasiswa, termasuk elemen 'depan panggung' dan 'belakang panggung' dalam perspektif dramaturgi (Fadli, 2021). Teknik pengumpulan data ini memungkinkan peneliti untuk mendalami makna yang diberikan oleh subjek penelitian terhadap aktivitas mereka di media sosial.

Penelitian deskriptif kualitatif ini sangat sesuai untuk memahami fenomena pencitraan diri di media sosial karena mampu menggambarkan secara rinci dan mendalam proses serta strategi yang digunakan mahasiswa dalam mengelola identitas mereka (Fadli, 2021). Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran fenomena tetapi juga menawarkan wawasan baru yang relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi modern. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan melalui *Google Form* dalam kerangka

metodologi kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena secara mendalam. Teknik kuesioner dipilih karena menurut Pujihastuti (2010), metode ini praktis, mampu menjangkau banyak responden dalam waktu yang singkat, serta memungkinkan responden untuk menjawab secara mandiri (Pujihastuti, 2010). Informan penelitian ini terdiri dari tiga mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Klaten yang dipilih secara *purposive*, sesuai dengan kriteria, yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial, memiliki pengalaman menggunakan media sosial untuk membangun identitas diri, serta mampu memberikan pandangan terkait bagaimana mereka menyajikan citra diri di ruang publik dan ruang pribadi sesuai konsep dramaturgi.

Kuesioner dirancang dengan mengikuti prinsip-prinsip yang mengutamakan kesesuaian pertanyaan dengan variabel penelitian, penggunaan bahasa yang jelas, dan struktur yang sistematis untuk memastikan validitas dan kemudahan pemahaman (Pujihastuti, 2010). Kuesioner terdiri dari pertanyaan terbuka yang dirancang untuk menggali pemahaman mendalam tentang pandangan dan pengalaman responden, sesuai dengan prinsip kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami fenomena secara rinci. Pertanyaan disusun berdasarkan indikator variabel penelitian yang telah diidentifikasi sebelumnya untuk memastikan relevansi dan validitasnya. Selain itu, penggunaan *Google Form* menurut Cooper dan Emory memungkinkan distribusi yang luas tanpa biaya tambahan (Pujihastuti, 2010).

Kuesioner penelitian ini langsung digunakan karena telah dirancang berdasarkan prinsip-prinsip dasar penelitian kualitatif deskriptif, yang menekankan pada penggalian makna dan konteks fenomena melalui pertanyaan yang relevan dan terfokus pada tujuan penelitian (Romdona et al., 2025). Responden menerima undangan melalui Whatsapp yang berisi tautan ke kuesioner *Google Form*, bersama dengan penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian. Pendekatan ini diadopsi untuk meningkatkan tingkat respons dan keterlibatan responden (Pujihastuti, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian ini mengungkapkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan media sosial sebagai ruang ekspresi diri sekaligus alat untuk membangun citra yang diinginkan. Mayoritas partisipan menyatakan bahwa mereka memilih platform seperti Instagram, Tik-Tok, dan WhatsApp karena kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas sekaligus menyajikan berbagai format konten visual. Mahasiswa sering menggunakan media sosial untuk membagikan aktivitas sehari-hari, mengekspresikan pendapat, atau menciptakan kesan tertentu melalui penggunaan fitur seperti filter dan aplikasi edit. Aktivitas ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ‘panggung depan’ dalam istilah dramaturgi, tempat mereka menampilkan versi terbaik dari diri mereka kepada publik.

Selain itu, ditemukan bahwa beberapa mahasiswa dengan sengaja mengatur konten mereka untuk menciptakan kesan tertentu, seperti terlihat estetik, ramah, atau profesional. Strategi pencitraan ini mencakup pemilihan kata-kata yang inspiratif, gambar yang sesuai dengan tren, dan penyesuaian dengan ekspektasi audiens. Meski demikian, sebagian partisipan juga mengakui adanya perbedaan antara diri mereka di dunia nyata dan di media sosial, menggambarkan ‘belakang panggung’ yang tidak selalu konsisten dengan citra yang ditampilkan. Fenomena ini menunjukkan adanya upaya pengelolaan impresi yang kompleks, dipengaruhi oleh faktor seperti tekanan sosial, tren, dan budaya kampus.

Terakhir, tekanan sosial dan personal branding menjadi faktor utama yang memengaruhi cara mahasiswa menampilkan diri di media sosial. Beberapa informan merasa harus berhati-hati dalam mengunggah konten untuk menjaga citra yang telah dibangun. Meskipun begitu, ada juga yang merasa bahwa media sosial harus mencerminkan kepribadian autentik, sehingga memilih untuk tampil lebih natural dan tidak terpengaruh oleh tren. Temuan ini menunjukkan dinamika antara upaya menciptakan citra ideal dengan keinginan untuk tetap autentik, menegaskan relevansi teori dramaturgi dalam menganalisis representasi diri di media sosial.

Penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 70% informan secara sadar memilih kata-kata, gambar, atau video untuk mencerminkan citra diri tertentu. Beberapa informan mengaku menggunakan fitur seperti filter dan aplikasi pengeditan untuk meningkatkan tampilan konten agar sesuai dengan citra ideal mereka. Namun, ada juga sebagian kecil informan yang lebih memilih menampilkan diri secara natural tanpa banyak modifikasi. Selain itu, tekanan sosial dan tren juga menjadi faktor yang memengaruhi cara mereka menyajikan konten di media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas informan sejumlah 65%, menggunakan fitur edit atau filter pada konten yang mereka unggah di media sosial, mencerminkan kecenderungan untuk memodifikasi tampilan sebelum publikasi. Sebanyak 40% informan merasa tekanan sosial memengaruhi unggahan mereka, di mana tren dan ekspektasi sosial menjadi faktor signifikan. Tujuan utama penggunaan media sosial beragam, meliputi hiburan (30%), komunikasi (40%), dan membangun citra diri (30%). Meskipun demikian, hanya 20% informan yang rutin memperbarui konten mereka, menunjukkan rendahnya frekuensi pembaruan feed media sosial. Selain itu, harapan terhadap citra diri di media sosial cukup tinggi, dengan 80% informan berharap konten mereka dapat menjadi inspirasi atau memberikan manfaat bagi orang lain. Temuan ini mengungkap pola penggunaan media sosial yang dipengaruhi oleh aspek personal, sosial, dan tujuan strategis responden yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Representasi Diri di Media Sosial

Aspek Penelitian	Persentase	Catatan
Penggunaan fitur edit/filter	65%	Mayoritas responden mengedit konten
Tekanan sosial memengaruhi unggahan	40%	Beberapa responden merasa terpengaruh tren
Tujuan utama penggunaan media sosial		Hiburan (30%) Komunikasi (40%) Citra diri (30%)
Frekuensi pembaruan konten	20%	Responden jarang memperbarui feed media sosial
Harapan terhadap citra diri	80%	Harapan untuk menjadi inspirasi atau memberi manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk menggali fenomena pencitraan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Klaten di media sosial, dengan menggunakan perspektif dramaturgi Erving Goffman. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk membangun citra diri yang ideal, sesuai dengan ekspektasi audiens di ruang

digital. Berdasarkan konsep dramaturgi Goffman, media sosial berfungsi sebagai panggung depan, tempat mahasiswa secara aktif menampilkan versi terbaik dari diri mereka. Konten yang diunggah, seperti foto atau video, telah diseleksi dan diedit dengan cermat untuk menciptakan kesan positif dan sesuai dengan tujuan mereka, baik itu personal branding, memperoleh pengakuan sosial, maupun menciptakan kesan profesional. Pilihan gambar, caption, dan gaya komunikasi di media sosial mencerminkan kesadaran mahasiswa dalam mengelola impresi mereka di depan audiens yang lebih luas.

Konsep panggung belakang juga muncul dalam temuan ini, yang mengacu pada aktivitas di balik layar seperti proses seleksi gambar, penggunaan aplikasi pengeditan, serta penentuan waktu yang tepat untuk mengunggah konten. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa secara sadar merencanakan dan mengatur citra yang ingin mereka tampilkan melalui media sosial, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Aktivitas ini mencerminkan pengelolaan impresi, di mana mahasiswa berusaha untuk menyajikan citra diri yang lebih baik daripada apa yang mereka tunjukkan dalam kehidupan nyata. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara identitas yang ditampilkan di media sosial dan identitas yang ada dalam kehidupan sehari-hari, sesuai dengan teori Goffman tentang pengelolaan impresi yang dilakukan untuk memenuhi harapan audiens atau pengikut mereka.

Tekanan sosial merupakan faktor dominan yang memengaruhi cara mahasiswa menyajikan diri di media sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa sering kali merasa harus menyesuaikan diri dengan tren yang ada di media sosial dan memenuhi ekspektasi sosial dari teman sebaya atau budaya kampus. Kebutuhan untuk diterima dalam kelompok sosial dan mendapatkan pengakuan melalui jumlah pengikut dan interaksi sosial menjadi pendorong utama dalam pemilihan konten yang diunggah. Tekanan ini berfungsi sebagai kekuatan eksternal yang mendorong mahasiswa untuk menampilkan citra diri yang lebih sempurna di dunia digital. Meskipun demikian, beberapa mahasiswa juga menyadari pentingnya membangun personal branding, dengan tujuan untuk terlihat sukses, berpengetahuan luas, atau memiliki jaringan sosial yang baik. Hal ini menciptakan ketegangan antara keinginan untuk tetap autentik dan tekanan untuk memenuhi harapan sosial yang ada, di mana sebagian mahasiswa merasa terpaksa untuk menjaga citra yang telah dibangun di media sosial.

Penelitian ini juga memiliki relevansi yang kuat dengan kehidupan sosial dan profesional mahasiswa Ilmu Komunikasi, mengingat mereka sering kali menggunakan media sosial sebagai bagian dari pengembangan karir mereka. Dalam profesi seperti public relations, digital marketing, atau jurnalisme, kemampuan untuk mengelola identitas digital sangat penting. Mahasiswa di bidang ini tidak hanya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan bersosialisasi, tetapi juga untuk membangun citra diri yang sesuai dengan tujuan akademis dan profesional mereka. Pemahaman tentang pengelolaan impresi dan pencitraan diri ini membantu mahasiswa untuk lebih bijak dalam memilih konten yang mereka tampilkan di media sosial, agar dapat mendukung perkembangan karir dan citra profesional mereka di dunia kerja yang semakin terhubung dengan ruang digital.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang juga menggunakan perspektif dramaturgi dalam menganalisis penggunaan media sosial oleh mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Tobing, Hayati, dan Sitorus (2023) menemukan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram sebagai alat untuk membangun citra diri mereka melalui seleksi konten

visual, yang juga menunjukkan adanya perbedaan antara identitas di depan panggung dan belakang panggung (Tobing et al., 2023). Studi ini mengonfirmasi bahwa mahasiswa secara aktif mengelola identitas mereka untuk menciptakan citra diri yang ideal dan memenuhi ekspektasi sosial. Selain itu, penelitian oleh Situmorang dan Hayati (2023) juga menyoroti bagaimana media sosial digunakan oleh mahasiswa untuk mendapatkan validasi sosial, yang juga tercermin dalam temuan bahwa mahasiswa merasa tertekan untuk mengikuti tren dan ekspektasi sosial dari teman-teman mereka (Situmorang & Hayati, 2023).

Meskipun demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan memfokuskan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Klaten, yang belum banyak dijadikan subjek dalam kajian serupa. Penelitian ini memberikan perspektif baru tentang bagaimana generasi muda di Indonesia, khususnya mahasiswa di bidang komunikasi, memanfaatkan media sosial untuk membangun dan mengelola identitas mereka. Penelitian ini memperkaya pemahaman kita tentang dinamika pencitraan diri di era digital, terutama di kalangan mahasiswa yang semakin akrab dengan media sosial sebagai sarana untuk menunjukkan citra diri mereka kepada audiens yang lebih luas.

Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial telah menjadi bagian integral dari pencitraan diri di era digital. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan media sosial, individu memiliki kendali lebih besar terhadap citra yang ingin mereka tampilkan, yang mengarah pada praktik self-curation yang lebih intensif. Media sosial bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun identitas digital yang mendukung tujuan pribadi dan profesional. Penelitian ini juga mengingatkan pentingnya kesadaran akan dampak psikologis dari tekanan sosial yang timbul akibat kebutuhan untuk selalu tampil sempurna di media sosial. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dan masyarakat perlu memberikan dukungan kepada mahasiswa dalam mengelola identitas digital mereka agar tidak terjebak dalam tekanan sosial yang berlebihan.

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah responden yang terbatas hanya pada tiga mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Klaten tidak dapat sepenuhnya mewakili seluruh populasi mahasiswa. Penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih besar dan lebih beragam dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Kedua, penelitian ini lebih fokus pada platform media sosial yang paling populer seperti Instagram dan Tik-Tok. Platform lain yang lebih profesional atau lebih anonim, seperti LinkedIn, mungkin memiliki dinamika pencitraan diri yang berbeda. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi lebih banyak platform untuk memahami bagaimana mahasiswa membangun citra diri di berbagai ruang digital yang ada.

Sebagai saran untuk penelitian lanjutan, perlu dipertimbangkan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi proses pencitraan diri di media sosial, seperti kecemasan sosial atau keinginan untuk diterima. Penelitian lebih lanjut dapat memperluas kajian ini dengan melibatkan platform yang lebih beragam dan memperluas jumlah responden, serta memperhatikan dimensi psikologis yang lebih dalam mengenai hubungan antara identitas digital dan kesejahteraan mental individu.

Dinamika Pencitraan di Kalangan Mahasiswa

Penelitian ini juga mendapatkan temuan tentang dinamika pencitraan diri yang dilakukan oleh mahasiswa melalui media sosial. Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat bahwa mahasiswa menggunakan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai platform untuk membangun dan mempertahankan citra diri mereka di mata publik. Media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok menjadi alat utama dalam pencitraan ini, dengan motivasi yang beragam mulai dari keinginan untuk terlihat sukses, berpengetahuan luas, hingga memiliki jaringan sosial yang baik. Faktor-faktor eksternal seperti teman, tren terkini, dan budaya kampus juga berpengaruh signifikan dalam menentukan bagaimana mahasiswa memilih untuk mempresentasikan diri online. Tekanan sosial terkadang mempengaruhi jenis konten yang diunggah, dengan beberapa responden menyatakan bahwa tekanan untuk tampil sesuai ekspektasi lingkungan mereka cukup berat.

Dari analisis respons responden, terlihat jelas bahwa harapan terhadap citra yang dibangun cenderung tinggi. Mahasiswa berharap citra yang mereka bangun dapat memberikan kesan positif dan mendukung tujuan akademis maupun profesional mereka di masa depan. Beberapa mahasiswa menyampaikan keinginan untuk terlihat sebagai individu yang inspiratif dan bermanfaat bagi masyarakat. Namun, tidak semua pengalaman di media sosial bersifat positif; beberapa responden mengalami tekanan mental akibat keharusan untuk selalu tampil sempurna di media sosial. Dengan demikian, penting bagi lembaga pendidikan untuk menyadari dinamika ini dan mungkin memberikan dukungan yang lebih baik kepada mahasiswa dalam mengelola citra diri online mereka.

Hubungan dengan Perspektif Dramaturgi

Penelitian ini mendalami hubungan antara penggunaan media sosial oleh mahasiswa dengan perspektif dramaturgi Erving Goffman, yang menggambarkan perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari sebagai performa di atas panggung teater. Dari data yang dianalisis, mahasiswa sering kali mengatur tampilan diri mereka di media sosial secara strategis, mirip dengan aktor yang memerankan peran tertentu di atas panggung. Media sosial dijadikan sebagai 'panggung depan' di mana mereka berusaha menampilkan citra terbaik mereka untuk diterima dan dihargai oleh 'penonton' mereka, yaitu pengikut mereka di media sosial. Aspek-aspek seperti pilihan foto, gaya bahasa, dan jenis konten yang diposting menjadi bagian dari upaya ini, menunjukkan kesadaran tinggi terhadap pengelolaan kesan.

Lebih lanjut, tekanan sosial yang dirasakan oleh informan dalam memilih apa yang dibagikan di media sosial menegaskan konsep 'panggung belakang' dalam teori dramaturgi, yang mana individu mempersiapkan dan merefleksikan diri sebelum tampil. Menariknya, beberapa informan menyebutkan adanya 'latar belakang' dimana informan merasa lebih bebas untuk menjadi diri sendiri, biasanya melalui platform yang memungkinkan interaksi yang lebih pribadi atau anonim. Keterkaitan antara 'panggung depan' dan 'panggung belakang' ini menunjukkan kompleksitas dalam penggunaan media sosial, mahasiswa tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan validasi sosial tetapi juga mencari ruang untuk ekspresi diri yang autentik.

Tabel dibawah menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi cara responden menampilkan diri di media sosial, sesuai dengan teori dramaturgi. Dari 3 informan yang tercatat, dua informan, NBS dan AMJ, menekankan pentingnya branding diri, dimana informan tersebut sangat

memperhatikan citra yang ingin dibangun melalui konten yang diunggah. NBS fokus pada pembangunan citra positif, sementara AMJ berusaha menampilkan diri sebagai sumber inspirasi dan edukasi. Sementara itu, CSZ mengikuti tren dan lingkungan sebagai faktor dominan, menyesuaikan konten yang diposting untuk mempertahankan relevansi sosial. Tabel dibawah ini menyajikan informasi mengenai dinamika internal dan eksternal yang mempengaruhi cara mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai alat pencitraan diri, yang konsisten dengan analisis dramaturgi tentang perilaku manusia sebagai pertunjukan.

Tabel 2. Informasi Dinamika Pencitraan

Nama Responden	Faktor Pengaruh Utama	Deskripsi Pengaruh
NBS	Branding Diri	Memperhatikan apa yang diunggah untuk membangun citra positif
CSZ	Tren dan Lingkungan	Mengikuti tren untuk mempertahankan relevansi sosial
AMJ	Branding Pribadi	Menampilkan diri sebagai sumber inspirasi dan edukasi

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Klaten memanfaatkan media sosial untuk membangun dan mengelola citra diri mereka melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman. Media sosial berfungsi sebagai panggung depan di mana mahasiswa menampilkan versi ideal dari diri mereka dengan memanfaatkan berbagai fitur seperti foto, caption, dan pengeditan untuk menciptakan kesan positif. Di sisi lain, konsep panggung belakang menggambarkan aktivitas persiapan dan seleksi konten yang dilakukan di balik layar untuk menyusun citra diri yang diinginkan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa secara sadar mengelola impresi mereka untuk memenuhi ekspektasi audiens di ruang digital, baik untuk tujuan personal branding, membangun koneksi sosial, maupun memperoleh pengakuan sosial. Dinamika pencitraan diri ini juga dipengaruhi oleh tekanan sosial yang mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren dan menjaga citra mereka agar sesuai dengan harapan lingkungan sosial dan budaya kampus. Meski demikian, beberapa mahasiswa tetap berusaha untuk tetap autentik dan menampilkan diri mereka secara natural, meskipun ada ketegangan antara keinginan untuk tampil sempurna dan keinginan untuk mempertahankan keaslian. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi memandang pentingnya pengelolaan identitas digital untuk tujuan profesional, seperti public relations, digital marketing, dan jurnalisme, menjadikan media sosial sebagai alat penting dalam membangun citra diri mereka untuk masa depan. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan media sosial untuk mendapatkan

validasi sosial, membangun personal branding, dan merepresentasikan diri mereka di dunia digital.

Diperlukan pendidikan lebih lanjut bagi mahasiswa mengenai pengelolaan identitas digital yang sehat dan bijak. Lembaga pendidikan, terutama di bidang Ilmu Komunikasi, sebaiknya menyediakan materi terkait etika media sosial dan dampak psikologis dari pencitraan diri yang berlebihan. Hal ini penting agar mahasiswa dapat mengelola citra diri mereka secara positif tanpa terjebak dalam tekanan sosial yang merugikan. Selain itu, mahasiswa perlu dibekali dengan keterampilan dalam membangun personal branding yang autentik, yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga mencerminkan kepribadian dan nilai-nilai mereka. Dengan demikian, mereka dapat lebih percaya diri dalam menghadapi dunia profesional, terutama dalam bidang yang memerlukan pengelolaan citra seperti komunikasi dan media. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal jumlah responden yang terbatas pada tiga mahasiswa, sehingga penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih besar dan lebih beragam, serta melibatkan berbagai platform media sosial, akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pencitraan diri mahasiswa di era digital. Penelitian lebih lanjut juga perlu mengkaji dampak psikologis dari pencitraan diri di media sosial untuk memahami kesejahteraan mental individu yang terlibat dalam praktik self-curation ini. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk membangun jaringan profesional dan mendapatkan pengakuan di dunia kerja, memberikan wawasan lebih dalam tentang bagaimana identitas digital mahasiswa dapat mempengaruhi peluang karir mereka, terutama di bidang komunikasi dan industri kreatif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika pencitraan diri di media sosial, khususnya di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi, dan diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan kebijakan pendidikan serta pemberdayaan mahasiswa untuk mengelola identitas digital mereka dengan bijak dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., Rahim, H., Febriana, H., & Syam, R. (2024). Perilaku dan Aktualisasi Mahasiswa di Era Digital dan Media Sosial. Unhas Press.
- Alqiva, A., & Gautama, M. I. (2021). Representasi Diri Melalui Instagram oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 4(4), 542–554.
- Amelia, C. (2024). Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah. *Jurnal Audiens*, 5(4), 591–606.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Hanika, I. M. (2016). *Self Presentation* dalam Kehidupan Virtual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 93–108.
- Herlambang, A. P. (2024). Analisis Perbandingan Manajemen Impresi pada Instagram Prabowo Subianto pada masa Pemilihan Presiden 2019 dan 2024. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 5(6).
- Khadafi, M. R. (N.D.). *Kajian Disinhibisi Online di Media Sosial (Studi Kasus Kreator Konten Kritik Sosial di Media Sosial Tiktok)*.
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39–47.

- Sari, O. V., & Abidin, S. (2024). Konstruksi Bentuk-Bentuk Komunikasi Dan Identitas Diri Konten Kreator Pada Media Sosial Tiktok Dalam Dunia Virtual. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2).
- Sarjana Sosial, G., & Sari Fajriati, D. (2020). Instagram Sebagai Media Sosial Untuk Membangun Personal Branding di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia di Jakarta Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh.
- Showmayanti, N. A., & Husna, K. (2023). Analisis Konten Pesan Penerimaan Diri @chriseldamd dalam Reels Instagram. 01(01), 1–10.
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri: Social Media Instagram As A Form Self Validation And Representation. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118.
- Stacy Jo Dixon. (2024, February 15). Leading countries based on Instagram audience size as of January 2024. Statista.
- Sutarjo, M. A. S., Diniati, A., & Setiawati, S. D. (2023). Perspektif Dramaturgi Pada Komunikasi Antar Budaya Indonesia-Australia. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 21–30.
- Tobing, N. S., Hayati, R., & Sitorus, H. (2023). Platform Instagram sebagai Media Pembentuk Citra Diri Virtual pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 5(1), 47–53.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.