

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu digunakan sebagai landasan akademik untuk memperkuat posisi penelitian yang dilakukan serta sebagai bahan perbandingan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Melalui kajian terhadap penelitian terdahulu, peneliti dapat mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta celah penelitian yang menjadi dasar dalam merumuskan fokus penelitian ini.

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, ditemukan penelitian yang relevan dengan penelitian ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (1) Nurul Aulia, Wahyu Gunawan, dan Desi Yunita (2024), (2) Rohila Chindy Maghvirani (2022), (3) Anas Rulyawati Niasiti (2025), (4) I Kadek Adi Putra Wijaya (2023), serta (5) Inosensius Enryco Mokos (2025). *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Aulia, Wahyu Gunawan, dan Desi Yunita (2024) yang berjudul “Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro\_Yustina)”. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa (1) proses pembentukan citra diri pada media sosial Instagram menjadi sangat penting khususnya bagi selebgram karena citra diri merupakan kesan pertama yang dilihat publik; (2) pembentukan citra diri dilakukan melalui strategi self-presentation dan impression management dengan menampilkan konten positif, interaksi aktif, serta pengelolaan tampilan visual yang maksimal; dan (3) terdapat penerapan konsep dramaturgi Erving Goffman berupa front stage dan back stage, di mana pada front stage selebgram menampilkan sisi terbaiknya seperti

prestasi, gaya hidup, dan energi positif, sedangkan pada back stage tidak semua aspek kehidupan pribadi dibagikan kepada publik.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Rohila Chindy Maghvirani (2022) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Self Image Siswa Kelas XI SMKN 2 Kota Batu”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kategori penggunaan media sosial Instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu dominan pada kategori sedang dengan presentase sebesar 85,3% dengan jumlah sebanyak 85 siswa. 2) Tingkat self image siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu dominan pada kategori sedang dengan presentase sebesar 89,6% dengan jumlah sebanyak 71 siswa. 3) Berdasarkan hasil analisa korelasi menunjukkan bahwa antara penggunaan media sosial instagram dengan self image memiliki nilai korelasi pearson sebesar (0,214) dengan Sig (2-tailed) = (0,031) < 0,05. Hal tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan sebesar 21,4% penggunaan media sosial instagram dengan self image. Sehingga  $H_0$  dinyatakan diterima yakni bahwa apabila semakin tinggi penggunaan media sosial Instagram, maka semakin tinggi pula tingkat self image yang dimiliki.

*Ketiga*, penelitian lain yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Anas Rulyawati Niastiti (2025) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Story Instagram terhadap Pembentukan Citra Diri Alumni SMA UII Yogyakarta 2019”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan analisis regresi linier sederhana untuk melihat pengaruh penggunaan Story Instagram terhadap citra diri. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,648 yang menunjukkan bahwa sebesar 64,8% citra diri dipengaruhi oleh

penggunaan Story Instagram, sedangkan 35,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan fitur Story Instagram dengan pembentukan citra diri.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh I Kadek Adi Putra Wijaya (2023) berjudul “*Feed* Instagram sebagai Upaya Penguatan Branding dalam Industri Kreatif”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori personal branding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Feed* Instagram mampu dalam penguatan branding dalam industri kreatif ; (2) *Feed* Instagram yang menarik dengan penataan yang terukur mampu memperkuat identitas dan industry kreatif; h3) Menampilkan *feed* yang lebih menarik, unik dan kreatif mampu mempertahankan popularitas dari seseorang.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Inosensius Enryco Mokos (2025) yang berjudul “Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial secara fundamental berfungsi sebagai arena dramaturgis yang kompleks. Di sini, remaja, baik secara sadar maupun tidak sadar, menampilkan "pertunjukan" identitas yang telah disesuaikan secara cermat dengan audiens spesifik dan konteks digital yang terus berubah. Fenomena ini seringkali mengaburkan batas antara identitas riil dan representasi yang dibangun, menciptakan dinamika yang menarik dalam pembentukan diri remaja di era digital.

Adapun ringkasan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No	Penelitti	Judul	Metode Analisis	Hasil	Perbedaan & persamaan
1	Nurul Aulia, Wahyu Gunawan, dan Desi Yunita (2024)	“Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro_Yustina)”.	Kualitatif	Penelitian tersebut menyimpulkan proses pembentukan citra diri di sosial media berpengaruh khususnya pada selebgram, karena hal yang pertama di lihat di publik yaitu citra diri yang dapat mempengaruhi kesan pertama kali orang lain. Roro Yustina sebagai selebgram berhasil membentuk citra diri yang baik pertama kali dengan cara melakukan self-presentation dan <i>Impresiion Management</i> sesuai dengan konsep teori dramaturgi.	Pada penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif dengan subjek selebgram dan fokus pada proses dramaturgi, sedangkan penelitian penulis menggunakan metode kuantitatif dengan subjek mahasiswa dan fokus pada <i>feed</i> Instagram.
2	Rohila Chindy Maghvirani (2022)	“ Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Self Image di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Koto Batu.”	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram dan tingkat self image siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu sama-sama berada pada kategori sedang. Analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara penggunaan Instagram dan self image siswa, dengan kekuatan korelasi sebesar 21,4%, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi	Penelitian ini meneliti penggunaan Instagram secara umum pada siswa SMK, namun belum terdapat aspek khusus dalam instagram yang diteli sehingga penelitian penulis secara spesifik meneliti pengaruh <i>feed</i> Instagram pada mahasiswa Ilmu Komunikasi.

				penggunaan Instagram maka semakin tinggi pula tingkat self image siswa.	
3	Anas Rulyawati Niastiti (2025)	“Pengaruh Media Sosial Story Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri Alumni SMA UII Yogyakarta 2019.”	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara penggunaan Story Instagram dan citra diri, dengan nilai $R^2$ sebesar 0,648. Ini berarti 64,8% varians citra diri dapat dijelaskan oleh penggunaan Story Instagram, sementara 35,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.	Penelitian ini berfokus pada Story Instagram dengan subjek alumni SMA, sedangkan penelitian penulis berfokus pada <i>feed</i> Instagram dengan subjek mahasiswa Universitas Dharma Andalas.
4	Kadek Adi Putra Wijaya (2023)	“ <i>Feed</i> Instagram Sebagai Upaya Penguatan Branding Dalam Industri Kreatif”	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan <i>feed</i> Instagram yang tertata, menarik, dan kreatif mampu memperkuat branding serta identitas dalam industri kreatif, sekaligus mempertahankan dan meningkatkan popularitas individu.	Penelitian ini bersifat kualitatif dan berfokus pada penguatan branding dalam industri kreatif, sedangkan penelitian penulis mengukur pengaruh <i>feed</i> Instagram terhadap citra diri mahasiswa secara kuantitatif. Terdapat persamaan terhadap <i>feed</i> instagram dalam menjadi rujukan penelitian ini.

5	Inosensius Enryco Mokos(2025)	Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman	Studi Pustaka	Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial secara fundamental berfungsi sebagai arena dramaturgis yang kompleks. Di sini, remaja, baik secara sadar maupun tidak sadar, menampilkan "pertunjukan" identitas yang telah disesuaikan secara cermat dengan audiens spesifik dan konteks digital yang terus berubah. Fenomena ini seringkali mengaburkan batas antara identitas riil dan representasi yang dibangun, menciptakan dinamika yang menarik dalam pembentukan diri remaja di era digital.	Penelitian ini merupakan studi pustaka dengan pendekatan teoritis dramaturgi, sedangkan penelitian penulis merupakan penelitian kuantitatif empiris dengan objek <i>feed</i> Instagram dan sama-sama menggunakan teori dari Erving Goffman.
---	-------------------------------	---	---------------	---	---

*Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2026*

## **2.2. Kerangka Konseptual**

### **2.2.1. Pengertian Instagram**

Untuk lebih memahami mengenai objek penelitian ini, perlu diketahui definisi dari objek tersebut. Pada penelitian, ini instagram merupakan sebuah objek, dimana penting untuk memahami definisi dari instagram tersebut. Secara umum instagram merupakan salah satu platform sosial media berbasis visual yang memungkinkan penggunanya memperoleh informasi dalam berbagai bentuk konten visual hingga menjadi produsen sendiri dari konten tersebut. Ferlitasari (dalam Rejeki et al., 2020) mengungkapkan bahwa instagram merupakan platform jejaring sosial yang memfasilitasi interaksi antarindividu serta pertukaran informasi melalui konten visual berupa foto dan video.

### **2.2.2. Fitur-fitur pada Instagram yang Berbeda dengan Sosial Media Lain**

Instagram sebagai media sosial memberikan peluang dan kemudahan bagi seseorang untuk saling berinteraksi meski tanpa harus bertatap muka. Seperti melalui konten visual berupa unggahan ataupun video yang tersusun pada sebuah *feed* di instagram. Adapun beberapa fitur yang membedakannya dari media sosial lain, hal ini disampaikan oleh (Cantika 2024), yaitu sebagai berikut :

#### *a. Followers*

Menjalin hubungan dengan menjadi pengikut maupun diikuti oleh orang lain dalam media sosial instagram.

b. *Upload Photo*

Sarana dalam meng-upload photo maupun video serta saling berbagi dengan orang lain dalam instagram merupakan keutamaan dari Instagram.

c. *Filter*

Suatu hal yang membedakan Instagram dengan media sosial lainnya adalah adanya filter atau efek photo dan video di dalamnya untuk mempermanis photo atau video yang di upload.

d. *Caption*

Photo maupun video yang telah di upload dapat diberikan keterangan mengenai photo atau video tersebut maupun tempat dimana photo atau video tersebut diambil.

e. *Et (@)*

Pengguna dapat menyinggung pengguna lain baik pada foto/video, judul foto/video, maupun di kolom komentar dengan menambahkan tanda arroba (@) didepan username pengguna lain yang ingin di-tag.

f. *Geotagging*

Geotag ini berfungsi untuk memberitahukan tempat dimana pemilik akun tinggal.g.“also post to”Salah satu fitur yang biasa digunakan dalam membagikan photo maupun video mereka bukan hanya di Instagram namun juga melalui media sosial lainnya sperti Facebook, Twitter, dan lainnya.

g. *Like* (tanda suka)

Seperti halnya Facebook yang memiliki fitur *like* Instagram juga memiliki fitur ini yang dapat digunakan oleh pemilik akun agar dirinya mengetahui berapa dan siapa saja orang yang menyukai unggahan photo atau videonya. Semakin banyak jumlah *like* pada suatu photo maka photo tersebut akan menjadi semakin populer di kalangan pengguna Instagram lainnya.

h. *Explore*

Berbagai photo dan video populer akan masuk dan mudah ditemukan di halaman explore. Jika suatu photo atau video masuk ke dalam halaman tersebut, maka hal tersebut akan memudahkan pengguna lain untuk ikut menyaksikan photo atau video yang populer tersebut. Hal tersebut diyakini dapat meningkatkan followers pada pemilik akun tersebut.

### **2.2.3. *Feed* Instagram**

*Feed* Instagram dapat diartikan sebagai halaman profil utama yang terdapat foto maupun video yang telah diunggah oleh seorang pengguna Instagram (Wijaya, 2023). Menampilkan *feed* Instagram yang menarik juga dapat dilakukan dengan cara memperhatikan jenis gambar maupun foto unggahan, di mana hal itu akan membantu memberikan kesan yang positif dari tampilan *feed* Instagram yang kita miliki. Oktaresiyanti (2020) menjelaskan *Feed* Instagram adalah tampilan foto atau konten di profil pengguna yang dapat dilihat ketika seseorang mengunjungi profil pengikut mereka. Ketika seseorang berkunjung, mereka akan melihat tampilan foto

yang telah diunggah pengguna. Semakin banyak foto yang diunggah, semakin lengkap feed pengguna tersebut.

Menurut Alex dan Andrew, pendiri aplikasi preview, ada hal-hal penting yang perlu diketahui saat mengelola feed Instagram. Ini berarti Alex dan Andrew merekomendasikan untuk mengatur tampilan feed pengguna (dalam Oktaresiyanti, 2020).

Alex dan Andrew juga memberikan tips untuk mengembangkan *feed* Instagram agar lebih menarik, sebagai berikut:

1. *Choose a style*

Ini merupakan langkah pertama dalam membentuk tampilan *feed* Instagram yang menarik tentunya sebagai pengguna harus memilih atau mengusung tema yang semenarik mungkin. Lebih lanjut, Alex dan Andrew menyarankan agar tema tersebut dipilih berdasarkan:

- a. *Dark / Moody*, yaitu nuansa untuk memberikan kesan horror jika ingin membangun konten-konten horror pada *feed* Instagram nya.
- b. *White*, penuh dengan warna putih yang mana setiap foto yang diunggah memiliki efek berwarna putih.
- c. *Colorful*, yaitu penuh dengan warna-warni yang akan menghiasi tampilan *feed*

2. *Choose a Grid Layout*

Untuk memperindah tampilan *feed*, dapat digunakan *grid layout* untuk membingkai foto. Beberapa *grid layout* yang disarankan oleh Alex dan Andrew

yaitu, *Squares, Tiles, Line By Line, Follow The Line, Rainbow Feed, Puzzle, Whites Borders.*

### 3. *Choose a Collor Palette*

Menentukan warna yang terbaik juga akan membentuk *feed* menjadi lebih menarik.

#### **2.2.4. Karakteristik *Feed* Instagram**

*Feed* Instagram merupakan bagian utama dari profil pengguna yang berfungsi sebagai galeri digital untuk menampilkan foto dan video secara permanen. Melalui *feed*, pengguna dapat mengelola tampilan visual dirinya secara sadar dan strategis. Karakteristik inilah yang menjadikan *feed* Instagram sebagai media yang efektif dalam membentuk citra diri digital, terutama di kalangan mahasiswa yang aktif dalam komunikasi sosial daring.

*Feed* Instagram memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari bentuk interaksi lain di media sosial. Menurut Fitriani & Ramadhan (2022) dalam *Jurnal Komunikasi Profetik UIN Sunan Kalijaga*, *feed* digunakan mahasiswa untuk menampilkan versi terbaik dirinya melalui foto, *caption*, dan tata warna yang mencerminkan nilai-nilai pribadi dan profesional. Setiawan & Nuraini (2023) dalam *Jurnal Komunikasi Indonesia* menambahkan bahwa konsistensi tema visual dan pemilihan tone warna di *feed* berpengaruh pada persepsi citra diri positif. Hal ini menunjukkan bahwa *feed* Instagram berfungsi sebagai “portofolio visual” yang menampilkan identitas dan kompetensi sosial pengguna.

Ciri khas *feed* yang membuatnya efektif dalam membentuk citra diri meliputi:

1. Visual yang permanen dan dapat dikurasi.

Foto/video yang diunggah bersifat tetap, sehingga dapat diatur untuk menampilkan kesan tertentu.

2. Narasi personal melalui *caption*.

*Caption* memperkuat pesan visual dengan sentuhan makna personal.

3. Konsistensi tema.

Keseragaman warna, filter, dan gaya memperkuat identitas digital,

Dengan demikian, *feed* Instagram menjadi media yang paling representatif untuk membangun citra diri secara strategis di kalangan mahasiswa komunikasi.

### **2.2.5. Pengertian Citra Diri**

Setiap individu memiliki kebebasan untuk membentuk dan menampilkan gambaran diri yang ingin diperlihatkan kepada orang lain. Citra diri merupakan salah satu konsep dalam kajian psikologi dan komunikasi yang berkaitan dengan cara individu memandang, menilai, dan memahami dirinya sendiri. Citra diri mencerminkan gambaran mental individu mengenai karakteristik personal, kemampuan, penampilan, serta peran sosial yang dimiliki, yang terbentuk melalui proses interaksi sosial dan pengalaman hidup (Rizal et al., 2019). Pembentukan citra diri tidak

hanya berlangsung dalam interaksi sosial secara langsung, tetapi juga berkembang di ruang digital.

Chaplin, 2011 (dalam Oktaresiyanti, 2020) menjelaskan Citra diri dalam kamus psikologi disebut *self image* (gambaran - diri) adalah jati diri seperti yang digambarkan atau yang dibayangkan akan menjadi di kemudian hari. Gambaran diri berkembang pada tingkat berikutnya. Hal ini menunjukkan bagaimana anak melihat dirinya dan pendapatnya tentang dirinya. Gambaran ini (atau rangkaian gambaran-gambaran) berkembang dari interaksi-interaksi

Dapat disimpulkan bahwa citra diri merupakan gambaran dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri yang terbentuk melalui proses evaluasi diri, interaksi sosial, serta representasi diri, baik di dunia nyata maupun di ruang digital. Citra diri bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan pengalaman, lingkungan, serta intensitas penggunaan media komunikasi, termasuk media sosial.

#### **2.2.6. Komponen Citra Diri**

Menurut Rogers (dalam Rejeki dkk. 2020), komponen citra diri secara signifikan memengaruhi pembentukan citra diri, hal itu mencakup tiga komponen yaitu:

- 1) Fisik (*Perceptual compenent*)

Komponen ini adalah citra yang dimiliki individu tentang penampilan mereka, khususnya tubuh mereka dan ekspresi yang mereka tampilkan

kepada orang lain. Ini termasuk daya tarik dan kesesuaian, yang terkait dengan daya tarik seseorang terhadap orang lain. Ini dapat digambarkan sebagai seseorang dengan wajah cantik atau tampan atau menarik, yang menyebabkan mereka disukai oleh orang lain. Komponen ini disebut citra diri fisik.

### 2) Psikis (*Conceptual component*)

Komponen ini adalah pikiran dan perasaan seseorang tentang diri mereka sendiri, status mereka, dan bagaimana mereka dipandang oleh orang lain. Komponen ini disebut citra diri sosial.

### 3) Sosial (*Attitudinal Component*)

Komponen ini adalah pemahaman seseorang tentang karakteristik yang dimiliki, contohnya kemampuan, kelemahan dan batasan dirinya. Komponen tersebut ialah *psychological self image*.

## 2.2.7. Indikator Citra Diri

Brown mengungkapkan bahwa terdapat tiga aspek dalam pengetahuan akan diri sendiri yaitu:

- a. Dunia Fisik (*Physical World*), Realitas fisik dapat memberikan suatu arti yang mana mahasiswa dapat belajar mengenai dirinya sendiri. Sumber pengetahuan dari dunia fisik memberikan pengetahuan diri sendiri. Akan tetapi pengetahuan dari dunia fisik terbatas pada atribut yang bisa diukur dengan yang mudah terlihat dan bersifat subjektif dan kurang bermakna jika tidak dibandingkan dengan mahasiswa lainnya. Mahasiswa pada umumnya

akan merasa terpacu untuk menunjukkan jati dirinya di media sosial dikarenakan fisik yang dimilikinya.

b. Dunia Sosial (*Social World*), Sumber masukan untuk mencapai pemahaman paakan citra diri adalah masukan dari lingkungan sosial individu. Proses pencapaian pemahaman diri melalui lingkungan sosial tersebut ada dua macam, yaitu:

1) Perbandingan Sosial (*social comparison*) Serupa dengan dunia fisik, dunia sosial juga membantu memberi gambaran diri mahasiswa melalui perbandingan dengan orang lain

2) Penilaian yang tercerminkan (*reflected apraisal*) Pengetahuan akan diri mahasiswa tercapai dengan cara melihat tanggapan orang lain terhadap perilaku mahasiswa lainnya.

c. Dunia dalam / psikologis (*inner/ psychological world*) Sedangkan untuk sumber berupa penilaian dari dalam diri individu. Ada tiga hal yang dapat mempengaruhi pencapaian pemahaman akan citra diri individu, yaitu. Introspeksi, Proses mempersepsi diri dan Atribusi kausal.

### **2.2.8. Pengaruh *Feed* Instagram terhadap Citra Diri**

Dalam penelitian ini tentunya merujuk pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berbagai penelitian terdahulu telah menjelaskan bahwa Instagram mempengaruhi bagi penggunanya dalam membentuk citra diri. Pada penelitian Rohila Chindy Maghvirani (2022) bahwa antara penggunaan media sosial instagram dengan self image memiliki nilai korelasi pearson sebesar (0,214) dengan Sig (2-tailed) = (0,031) < 0,05. Hal

tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan sebesar 21,4% penggunaan media sosial instagram dengan self image. Sementara itu, kajian yang berfokus pada fitur Story Instagram oleh Anas Rulyawati Nastiti (2025) menunjukkan bahwa unggahan visual yang bersifat sementara tetap berkontribusi dalam membentuk persepsi diri pengguna melalui respons audiens dan ekspektasi sosial.

Sehingga dapat disimpulkan *Feed* Instagram tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat pengaruh terhadap citra diri di kalangan mahasiswa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Maka dari itu dapat ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi *Feed* Instagram terhadap citra diri, yaitu sebagai berikut. *Pertama*, Tampilan Visual pada *Feed* Instagram. *Kedua*, Konsistensi tema *feed* instagram. *Ketiga*. *Caption*. *Keempat*, Respon Audiens.

## **2.3. Kerangka Teoritis**

### **2.3.1. Pengertian Teori Dramaturgi**

Teori Dramaturgi dikemukakan oleh Erving Goffman dalam buku "*The Presentation of Self in Everyday Life*" (dalam Lovendo, et al., 2025). Teori yang diperkenalkan oleh Goffman menawarkan cara pandang dalam memahami interaksi sosial dengan menggunakan analogi panggung teater. Dalam kehidupan sosial, individu berperan sebagai aktor yang berusaha menampilkan citra diri tertentu di hadapan orang lain sebagai audiens. Goffman menggambarkan bagaimana orang secara sadar dan tidak

sadar menggunakan “panggung depan” dan “panggung belakang” untuk mengelola kesan yang ditampilkan dalam kehidupan sosial, dalam konteks penelitian ini, media Instagram menjadi konteks sosial yang relevan dengan teori ini.

Teori dari Goffman tersebut relevan digunakan dalam topik penelitian, dimana interaksi tidak hanya berlangsung secara langsung tetapi juga melalui media digital, khususnya di Instagram.. Individu secara sadar mengatur perilaku, bahasa, ekspresi, dan simbol-simbol tertentu untuk menyesuaikan diri dengan situasi dan harapan sosial. Dalam konteks komunikasi modern, teori dramaturgi menjadi relevan untuk menjelaskan bagaimana individu menampilkan diri di ruang digital, termasuk media sosial seperti Instagram (Azhari & Khairussalam, 2025).

Strategi yang dilakukan dalam menampilkan kesan atau presentasi diri tentu terdiri dari berbagai komponen. Goffman 1995 (dalam Amelia & Amin 2022) membagi komponen tersebut menjadi beberapa bagian.

1. Performa (*performance*)

Merupakan kumpulan aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kesan tentang diri aktor atau suasana yang sedang berlangsung.

2. Panggung (*setting*)

Merupakan seperangkat peralatan yang akan digunakan untuk memberikan kesan.

### 3. Penampilan (*appearance*)

Merupakan sesuatu pada pertunjukan arifaktual yang menunjang peran, pekerjaan, umur, prinsip individu, serta tingkah laku (*manner*) yang merujuk pada perilaku individu tersebut

#### **2.3.2. Konsep *Front Stage* dan *Back Stage* pada Teori Dramaturgi**

Salah satu konsep utama dalam teori dramaturgi adalah pembagian wilayah interaksi menjadi *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Panggung depan yang dimaksud dalam penelitian ini ialah kehidupan media sosial di kalangan mahasiswa khususnya instagram *Front stage* merupakan ruang di mana individu menampilkan peran sosial yang telah dikonstruksi untuk dilihat oleh audiens. Bagian ini merupakan bagian dari sebuah pertunjukan yang menggambarkan situasi yang sedang disaksikan oleh audiens Ritzer, 2014 ( dalam Amelia & Amin, 2022). Pada tahap ini, individu berusaha menjaga penampilan, sikap, dan perilaku agar sesuai dengan norma serta ekspektasi sosial yang berlaku

Sebaliknya, *back stage* adalah ruang privat tempat individu dapat bersikap lebih bebas dan tidak terikat oleh tuntutan peran sosial. Panggung belakang merupakan bagian belakang layar dimana aktor melakukan berbagai persiapan, latihan, beristirahat, dan kegiatan lain yang biasa dilakukan oleh aktor untuk mendukung peran yang dimainkan diatas pentas Ritzer, 2014 (dalam Amelia & Amin, 2022). Di wilayah ini, individu dapat menunjukkan sisi diri yang lebih autentik dan melakukan persiapan sebelum tampil di hadapan publik. Penelitian Satyanandani et al. (2025)

menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan Instagram sebagai front stage untuk membangun citra diri ideal, sementara kehidupan sehari-hari di luar media sosial berfungsi sebagai back stage yang tidak selalu ditampilkan kepada publik.

### **2.3.3 Konsep Pengelolaan Kesan melalui *Feed* Instagram**

Pengelolaan kesan (*impression management*) merupakan proses di mana individu mengontrol dan mengarahkan persepsi orang lain terhadap dirinya. Goffman menggambarkan pengelolaan kesan dijelaskan dengan terou dramaturgi, dimana individu dalam menggunakan media bertindak sebagai pelaku pertunjukan teater. Dalam konteks Instagram, pengelolaan kesan dilakukan melalui *feed* yang berisi foto, video, *caption*, serta elemen visual lainnya yang disusun secara selektif dan terencana (Rejeki et al., 2020). *Feed* Instagram menjadi sarana utama bagi pengguna untuk menampilkan citra diri yang ingin dibangun kepada audiens digital.

Mokos (2025) menjelaskan bahwa manajemen kesan melibatkan berbagai teknik, baik verbal maupun nonverbal, seperti pengaturan penampilan fisik (pakaian, gaya rambut), penggunaan bahasa yang tepat, kontrol ekspresi wajah dan gerakan tubuh, hingga pemilihan informasi yang dibagikan atau disembunyikan. Tujuannya adalah untuk memproyeksikan citra diri yang kredibel dan sesuai dengan peran yang sedang dimainkan. Goffman menggarisbawahi bahwa manajemen kesan adalah proses yang berkelanjutan dan seringkali disengaja. Selayaknya interaksi langsung di dunia nyata, interaksi yang terjadi di dunia virtual pun dapat dikaji melalui

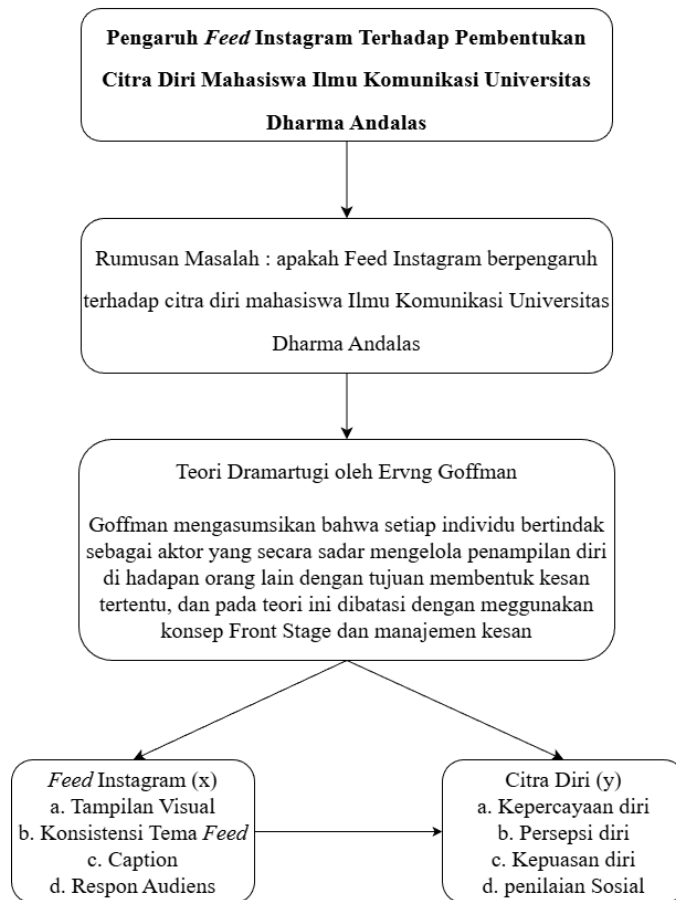
teori dramaturgi (Dewi & Janitra, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa *feed* Instagram berfungsi sebagai media komunikasi visual yang merepresentasikan manajemen kesan dalam perspektif dramaturgi terhadap citra diri yang dihasilkan.

#### **2.3.4. Batasan Teori Dramaturgi dalam Penelitian**

Teori dramaturgi memiliki cakupan yang luas dalam menjelaskan interaksi sosial, namun penelitian ini membatasi penggunaannya pada konsep front stage dan pengelolaan kesan dalam konteks *feed* Instagram. Konsep back stage hanya dijelaskan secara konseptual dan tidak dianalisis secara empiris karena penelitian ini berfokus pada ruang publik digital dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pembatasan ini dilakukan untuk menjaga konsistensi antara landasan teori, variabel penelitian, dan metode yang digunakan.

#### **2.4. Kerangka Pemikiran**

Secara konseptual, kerangka berpikir dalam penelitian ini dibangun untuk melihat pengaruh antara *feed* Instagram (X) dan citra diri mahasiswa (Y) dapat dianalisis secara sistematis, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

**Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2026**

## 2.6. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari peneliti terhadap pertanyaan penelitiannya sendiri. Dari landasan teoritis, hubungan antar variabel dan kerangka penelitian diatas, dapat dirumuskan hipotesis ` sebagai berikut:

### a) **Ha (Hipotesis Alternatif)**

*Feed* Instagram berpengaruh terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Dharma Andalas.

**b) Ho (Hipotesis Null)**

*Feed* Instagram tidak berpengaruh terhadap Citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Dharma Andalas.