

DRAMATURGI PENGGUNA SECOND ACCOUNT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Dito Yudhistira Iksandy

Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

Abstract

Today, social media has become a self-representation and a form of existence for teenagers. One of the platforms that is currently popular is Instagram. These teenagers are aware that Instagram can affect their self-image, so in some cases they choose to share their stories and complaints with alternative Instagram accounts, in order to maintain their self-image. This study uses a qualitative method with a theoretical approach to Goffman's Dramaturgy. From the results of this study, it can be concluded that the informants created other Instagram accounts with the aim of being a place to complain, a place for collecting college assignments, and various other personal interests, because on their main account they use photos and their real names which are used as imaging.

Keywords

Instagram, dramaturgy, existence

Correspondence Contact

ditoyudhistira.20045@mhs.unes
a.ac.ir

PENDAHULUAN

Dewasa ini, media sosial instagram seakan telah menjadi bagian hidup dari masyarakat global. Internet turut menunjang adanya peningkatan yang signifikan pada masyarakat di era informasi, tak terkecuali Indonesia (Dewi & Janitra, 2018). Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta dari total penduduk 262 juta jiwa (Ayuwuragil, 2018). Sementara itu, data dari We Are Social (WAS) tahun 2018 menunjukkan bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia di tahun 2017 mencapai 132,7 juta. Melalui data tersebut dapat disimpulkan bahwa saat ini keberadaan media sosial di Indonesia tengah meningkat secara signifikan.

Media sosial memiliki peranan penting sebagai sarana untuk mengekspresikan diri atau mengaktualisasikan diri bagi para penggunanya. Salah satu media yang sedang populer dan digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri saat ini adalah Instagram. Platform media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, selain itu terdapat fitur untuk menyukai, komentar, dan direct message. CNN Indonesia menunjukkan data bahwa Instagram memiliki 22 pengguna aktif bulanan di Indonesia (Fajrina, 2016).

Instagram memberikan daya tarik tersendiri melalui fitur mengunggah foto dan video. Foto dan video yang dibagikan akan menjadi konsumsi orang lain yang pada akhirnya akan disukai dan dikomentari. Hal ini menjadikan instagram tidak lagi hanya sekedar media untuk berbagi informasi ataupun komunikasi, namun dimanfaatkan oleh penggunanya untuk mengelola kesan, representasi diri yang baik di mata publik, menunjukkan sisi diri yang ingin ditonjolkan secara lebih efektif daripada media sosial lainnya.

Fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji karena beberapa pengguna instagram berinteraksi dan memperlakukan akun mereka secara berbeda. Instagram digunakan sebagai sebuah medium untuk merepresentasikan diri atau menampilkan eksistensi penggunanya (Dewi & Janitra, 2018). Sehingga apa yang ditampilkan di instagram adalah identitas yang bisa mewakili bagaimana penggunanya di dunia nyata. Namun, sebaliknya, pengguna instagram juga dapat mengkonstruksi identitas yang berbeda dengan identitas aslinya di dunia nyata. Dalam pendekatan teori Dramaturgi Goffman, presentasi diri akan terjadi pada setiap orang di manapun. Sebab, setiap orang memiliki alasan untuk menampilkan diri secara berbeda. Terdapat satu sisi dimana seseorang ingin dipandang

secara ideal bahkan mendekati kesempurnaan, namun di sisi lain terdapat seseorang yang berlawanan dengan kata ideal dan menjauhi kesempurnaan. Berbagai sisi tersebut ditampilkan melalui sebuah persiapan layaknya orang yang akan tampil dalam sebuah pementasan di panggung pertunjukan. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan (Impression Management) (Mulyana, 2006).

Di antara banyaknya jumlah akun yang terdapat di instagram, beberapa di antaranya hanya dimiliki oleh satu orang pengguna. Artinya, satu individu dapat memiliki lebih dari satu akun yang dimanfaatkan untuk beragam kepentingan. Hal ini didukung dengan fitur terbaru dari instagram yang memudahkan penggunaannya untuk dapat login dengan beberapa akun secara bersamaan. Selain itu, fitur ini juga memungkinkan penggunaannya untuk membuat dan mengelola lebih dari satu akun pada satu smartphone yang mereka miliki.

Pengguna yang memiliki dua akun pada umumnya akan membagi akun-akun tersebut sesuai dengan fungsinya. Pertama, akun yang berfungsi sebagai representasi diri yang sebenarnya. Kedua, akun yang berfungsi untuk menampilkan imaji diri ideal yang ingin mereka bangun. Akun yang lebih menonjolkan citra diri ini identik dengan foto atau video yang lebih ditujukan untuk mendapatkan banyak engagement seperti likes dan komentar. Sehingga mereka lebih berhati-hati dalam mengunggah foto maupun video serta menentukan kata-kata yang cocok untuk dijadikan caption pada konten yang mereka unggah.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai fenomena penggunaan sosial media instagram untuk mengelola kesan melalui pendekatan teori Dramaturgi Erving Goffman. Gambaran ini diungkapkan melalui panggung depan dan panggung belakang.

KAJIAN TEORITIK

Instagram Sebagai Budaya Populer

Secara umum, budaya populer dapat dikatakan sebagai beragam produk budaya yang diminati dan disukai oleh banyak orang (Zeisler, 2008; Storey, 2015). Begitu juga dengan media sosial, terutama instagram, saat ini seakan telah menjadi sebuah bagian dari kehidupan masyarakat itu sendiri. Sejak kehadirannya pada tahun 2009, instagram telah menjadi media sosial yang diminati oleh masyarakat, khususnya remaja yang dapat dikategorikan sebagai digital native, yaitu generasi yang lahir dan tumbuh di era internet.

Untuk terus mempertahankan keberadaannya sebagai media sosial populer, instagram terus memperbarui fitur-fitur yang tersedia di dalamnya. Adapun beragam ciri dan fitur yang dimiliki oleh instagram adalah adanya Instagram Stories, penggunaan hashtag dan caption pada unggahan foto dan video.

Representasi Identitas di Era Digital

Konsep identitas menjadi bagian penting dari dunia digital karena internet telah memunculkan sisi lain dari identitas yang selama ini hadir di dunia nyata. Meski identitas di dunia nyata memiliki kesamaan dengan identitas maya. Namun, kehadiran internet telah membawa perubahan besar dalam mendefinisikan dan membangun identitas. Era internet telah mendorong perubahan mengenai makna membangun dan mengelola identitas manusia ketika berada di dunia siber.

Dramaturgi Erving Goffman

Dalam buku *The Presentation of Self in Everyday Life* oleh Erving Goffman disebutkan bahwa "The individual will have to act so that he intentionally or unintentionally express himself and the others will in turn have to be impressed in some way by him" (Goffman, 1959). Jadi,

setiap individu selalu bertindak secara sengaja atau tidak sengaja mengekspresikan dirinya dan orang lain akan terkesan dengan cara ataupun ekspresi tiap-tiap individu tersebut.

Dalam teori ini, individu dalam kehidupannya diibaratkan seperti seorang aktor yang sedang bermain peran. Aktor tersebut memiliki dua sisi yang disebut dengan panggung depan (front stage) dan panggung belakang (backstage). Ketika individu berinteraksi, ia akan memilih peran mana yang akan dijalankan. Panggung depan adalah apa yang ditampilkan saat ia berinteraksi dengan individu lainnya. Sedangkan panggung belakang, merupakan tempat di mana individu menyembunyikan identitas personalnya (Nasrullah, 2016).

Seiring dengan perkembangan teknologi, interaksi sosial manusia juga ikut mengalami transformasi. Individu bisa saling berinteraksi atau berkomunikasi melalui media digital, yang dikenal dengan istilah computer mediated communication (CMC). Terkait dengan teori Goffman, penggunaan media digital juga memainkan peran mereka di ranah CMC.

Selayaknya interaksi dalam dunia nyata, interaksi yang terjadi di dunia virtual juga dapat dikaji melalui teori dramaturgi Goffman. Dalam penelitian ini, hal yang menjadi fokus adalah dramaturgi di media sosial Instagram. Pembagian panggung depan dan belakang tidak hanya dilihat berdasarkan presentasi diri di dunia nyata dan maya, melainkan juga pada lebih dari satu akun yang dimiliki oleh pengguna yang sama. Untuk itu, peneliti memfokuskan kajian pada remaja pengguna instagram yang memiliki lebih dari satu akun, serta bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka di setiap akun tersebut.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, untuk melihat penggunaan media sosial khususnya instagram sebagai sebuah fenomena sosial. Penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, persepsi, tindakan, dan lain-lain secara menyeluruh dan dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus ilmiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2006). Menurut Strauss dan Corbin (dalam Basrowi dan Sukidin, 2002) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Tradisi studi fenomenologi menurut Creswell adalah:

"Whereas a biography reports the life of a single individual, a phenomenological study describes the meaning of the live experiences for several individuals about a concept or the phenomenon" (Creswell, 1998).

Sedangkan fenomenologi menurut Littlejohn adalah upaya mengungkapkan tentang makna dari pengalaman seseorang. Makna tentang sesuatu yang dialami seseorang akan sangat tergantung bagaimana orang berhubungan dengan sesuatu itu.

"Phenomenology means letting things become manifest as what they are, without forcing our own categories on them. An "objective" scientist hypothesizes a particular structure and then looks to see if it is there; a phenomenologist never hypothesizes, but carefully examines actual lived experience to see what it looks like. If you want to know what love is, you would not ask the psychologist; you would tap into your own experience of love" (Littlejohn, 1996).

Pada penelitian ini informan yang dicari adalah mahasiswa dengan usia 18-23 tahun yang memiliki kapabilitas dalam mengungkapkan pengalaman dan pandangannya tentang sesuatu

yang dipertanyakan. Mahasiswa ini memiliki lebih dari satu akun instagram, serta rutin mengunggah foto terbaru, membalas komentar, dan memiliki alasan tersendiri dibalik pembuatan akun instagram kedua.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Nama instagram sendiri berasal dari kata "instant" yang berarti langsung. Sedangkan kata "gram" di belakangnya merujuk pada kata "telegram" yang fungsinya untuk mengirimkan informasi pada orang lain dengan cepat. Kevin Systrom dan Mike Krieger, pada awalnya menciptakan instagram sebagai aplikasi ponsel yang berfokus pada bagian foto, komentar dan fitur yang ditandai dengan simbol hati. Di hari pertama kemunculannya, sebanyak 25.000 orang telah mendaftar di aplikasi instagram. Hal ini dikarenakan fitur memotong foto menjadi bentuk yang unik seperti hasil foto kamera polaroid dan penerapan filter digital yang menjadikan foto terlihat lebih dramatis. Pada tahun 2008 instagram menjadi App of The Year versi App Store Iphone dan pada tahun 2012 diakuisisi oleh facebook (yang kini bernama Meta) dengan nilai sekitar \$1 miliar.

Di awal Februari 2016, instagram resmi meluncurkan fitur baru yaitu, account switching. Fitur ini memungkinkan para pengguna instagram untuk masuk dan berganti akun secara bersamaan dalam satu ponsel, sehingga penggunaanya bisa membuka akunnya yang lain tanpa harus keluar terlebih dahulu. Fitur ini dimaksudkan untuk mempermudah bagi pengguna dan bisnis untuk mengatur dan beralih akun instagram dengan cepat dan efisien. Hal tersebut menjawab kebutuhan pengguna instagram yang memanfaatkan instagram sebagai sarana promosi produk-produknya dan portofolio hasil karya para pekerja kreatif, yang kebanyakan memiliki dua akun yaitu akun pribadi dan akun yang digunakan untuk keperluan lain, karena tidak perlu keluar akun terlebih dahulu maka respon yang diberikan juga dapat lebih cepat.

Dari fenomena sosial banyaknya pengguna instagram di Indonesia, peneliti melakukan survei pada remaja berusia 17-22 tahun di lingkungan sekitar Jambangan, Kota Surabaya. Peneliti menemukan data sebagai berikut:

Jumlah Pengguna Instagram yang Memiliki >1 Akun

Usia	Jumlah	Jumlah Pengguna Instagram	Jumlah Pengguna yang Memiliki >1 Instagram
17 – 18	13 orang	13 orang	9 orang
19 – 20	10 orang	10 orang	7 orang
21 – 22	16 orang	15 orang	11 orang
	39 orang	38 orang	27 orang

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa hanya ditemukan satu orang yang tidak memiliki akun instagram dari total keseluruhan 39 orang. Sementara 27 orang diantaranya memiliki akun instagram lebih dari satu. Ketika ditelusuri lebih jauh mengenai tujuan spesifik mereka memiliki lebih dari satu akun, jawabannya cukup beragam yang ditampilkan dalam tabel berikut.

Alasan Memiliki Akun Instagram Lain

No	Alasan Memiliki >1 Akun Instagram
1	Tempat untuk keluh kesah
2	Sebagai akun kuliah
3	Backup foto dan video yang ada di galeri
4	Stalking
5	Mengikuti akun gosip
6	Bisnis / Online Shop
7	Portofolio

Dari hasil pengamatan awal tersebut peneliti kemudian memilih beberapa informan yang dapat mewakili untuk memberikan keterangan lebih lanjut mengenai fenomena yang sedang diteliti. Peneliti mewawancarai secara mendalam 2 (dua) orang informan, dan melakukan pengamatan pada akun instagram mereka. Informan pertama adalah Arif, 19 Tahun, memiliki 3 akun instagram dan informan kedua adalah Rafly, 21 Tahun, memiliki 2 akun instagram.

Dalam wawancara dengan beberapa informan lain yang memiliki lebih dari satu akun instagram diketahui bahwa mereka mempunyai akun instagram sebagai salah satu bentuk eksistensi diri, karena hampir semua teman-teman sebaya mereka juga memilikinya. Mereka juga menyadari bahwa akun sosial media sangat berpengaruh pada citra mereka sebagai seorang pribadi. Banyaknya jumlah pengikut, siapa saja yang menjadi pengikut mereka, bagaimana biografi mereka, foto profil, tampilan feeds di instagram, foto yang dibagikan, caption pada foto, dan pendapat orang mengenai apa yang mereka bagikan berupa like dan komentar merupakan sesuatu yang penting.

Itulah sebabnya beberapa diantara para remaja yang memiliki instagram merasa perlu memiliki akun kedua. Mereka merasa perlu menampilkan kesan yang baik di hadapan para pengikutnya, namun mereka tetap ingin mengekspresikan diri mereka yang lain di hadapan orang-orang terdekat. Untuk itulah kemudian akun kedua dibuat, hal ini dimaksudkan untuk menampilkan diri mereka yang lain, atau dikenal dengan istilah alter ego. Dalam kamus Merriam-Webster definisi alter ego adalah diri yang lain atau versi lain dari diri seseorang contohnya teman yang terpercaya, sisi lain yang berseberangan dengan kepribadian yang ditampilkan, atau karakter fiksi yang dimiliki seorang penulis.

Analisis Panggung Depan

Akun Utama Informan

No	Nama Informan	Nama Akun
1	Arif	@m***s_
2	Rafly	@r****.r

Goffman membagi panggung depan menjadi dua bagian: personal front dan setting (Mulyana, 2007). Setting adalah situasi fisik yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan. Tanpa setting biasanya aktor tidak bisa melakukan pertunjukan. Personal Front terdiri dari alat-alat yang dapat dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor kedalam setting. Personal front dalam kehidupan sosial mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor.

Dalam penelitian ini dramaturgi dilakukan oleh pemilik akun instagram. Setting dalam media sosial instagram adalah keberadaan fasilitas untuk mengunggah foto dan video dengan berbagai filter juga fasilitas editing, dan caption foto. Sedangkan personal front adalah foto dan caption foto itu sendiri. Bagaimana proses pemilihan foto yang akan ditampilkan dan caption foto yang diunggah.

Pada akun utama ini, mereka melakukan proses pemilihan konten yang akan ditampilkan. Seperti melihat kerapian feeds dan keterhubungan antara feeds yang satu dengan yang lain. Selain itu, menurut pernyataan narasumber, foto yang diupload di akun pertama harus foto-foto yang dinilai bagus menurut mereka. Saat ditanya lebih jauh mengenai foto yang bagus seperti apa, mereka menjelaskan bahwa foto yang bagus adalah foto yang diambil dari sudut yang pas sehingga terlihat lebih keren. Akun instagram utama mereka juga digunakan untuk mengabadikan tempat-tempat yang pernah mereka datangi seperti pemandangan gunung, pantai, lokasi wisata, cafe atau resto dengan interior keren dan modern.

Seperti juga foto, caption yang dibuat pada foto yang ditampilkan di akun instagram utama juga tidak kalah pentingnya. Caption pada foto dapat menggambarkan motivasi dan citra yang ditampilkan pemilik akun tersebut. Para informan cenderung menggunakan caption pada foto dengan menggunakan bahasa Inggris agar terlihat lebih keren.

Analisis Panggung Belakang

Akun Lain Milik Informan

No	Nama Informan	Nama Akun
1	Arif	@mu***a @mu***12
2	Rafly	@ge***ng

Panggung belakang berseberangan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan, dan oleh sebab itu, biasanya khalayak tidak diizinkan memasuki panggung belakang, kecuali dalam keadaan darurat. Dalam penelitian ini, akun kedua para informan yang menjadi panggung belakang, di mana mereka bebas menampilkan dirinya yang lain tanpa takut diberikan label tertentu oleh pengikutnya.

Perbedaan pertama terdapat pada foto dan video yang diunggah. Di akun kedua ini para informan menampilkan foto dan video yang tidak terstruktur, berbeda dengan yang ada di akun pertama. Foto yang ditampilkan terkesan seenaknya, ekspresif, foto yang kurang fokus, atau bahkan foto seseorang yang menjadi bahan pembicaraan. Dalam akun kedua ini juga ditemukan beberapa postingan para informan yang sedang memberikan opininya terhadap kejadian tertentu, berkeluh kesah, dan tugas-tugas yang diberikan oleh kampus. Seperti juga foto, caption yang digunakan pada akun lain mereka cenderung lebih bebas. Caption menggunakan kata-kata kasar, terbuka, dan menggunakan bahasa daerah.

Analisis Dramaturgi

Menurut Cooley dalam interaksi sosial manusia seakan-akan menaruh cermin dihadapannya, manusia tersebut membayangkan bagaimana ia tampak pad aorang lain, membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilan orang tersebut, dan bagaimana orang tersebut merasakan bangga atau kecewa; atau merasa sedih dan malu (Rakhmat, 2005). Jadi, bisa dikatakan bahwa individu ingin menyajikan gambaran diri yang akan diterima oleh orang lain, karena itulah mereka melakukan proses pengelolaan kesan.

Istilah panggung depan dan panggung belakang yang diciptakan Goffman dalam pengelolaan kesan, keduanya tidak merujuk pada suatu tempat fisik, melainkan sebuah platform media sosial, fasilitas-fasilitas yang dimiliki instagram memungkinkan terbentuknya kesan tertentu bagi para pemilik akun.

Para informan dalam penelitian ini membuat akun pertama sebagai panggung depan untuk representasi diri. Pengikut dan akun yang diikuti oleh akun pertama cenderung lebih banyak daripada akun kedua. Pada akun ini, para aktor akan cenderung menampilkan sisi positif dan menginginkan suatu pertunjukan berjalan dengan lancar. Sedangkan pada akun kedua tidak sembarangan orang bisa mengikutinya. Hanya beberapa teman dekat yang diizinkan oleh pemilik akun untuk menjadi pengikut. Para informan merasa lebih bebas dan menjadi dirinya sendiri di akun kedua mereka.

Melalui hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa terdapat beberapa hal yang ingin disembunyikan oleh para pemilik akun dari para pengikut di akun pertama. Seperti kemarahan pada seseorang atau sebuah keadaan, pemilik akun merasa tidak nyaman dengan pengikut yang ada di akun pertamanya karena takut dinilai negatif. Karena pengikut pada akun utama berasal dari kategori umum, mereka tidak ingin mengambil resiko untuk dihakimi atau dikritik oleh para pengikutnya. Sehingga mereka tetap membagikan perasaan tersebut di akun lain mereka.

KESIMPULAN

Keberadaan instagram sebagai salah satu platform media sosial yang sedang populer menjadi sarana membangun eksistensi bagi para pemilik akun. Para pemilik akun sadar bahwa akun instagramnya akan berdampak pada penilaian orang lain terhadap dirinya. Sehingga sebagian orang merasa ingin menampilkan dirinya dalam versi lain karena sadar akan kemungkinan kontroversi dan berbagai tanggapan dari para pengikutnya, maka mereka membuat akun kedua di instagram.

Beberapa alasan mengapa para informan memiliki akun kedua adalah: 1) Sebagai tempat berkeluh kesah; 2) Sebagai tempat berbagi tugas kuliah; 3) Sebagai portfolio. Informan dalam penelitian ini menggunakan akun keduanya karena akun pertama pada umumnya menggunakan nama asli mereka, dan akun pertama digunakan sebagai pencitraan diri mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhidatussolihah, J., Poerana, A. F., & Lubis, F. O. (2021). Dramaturgi Media Sosial: Fenomena Penggunaan Fake Account Instagram Pada Penggemar K-POP Perempuan di Karawang. *PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 7(1).
- Darina, J. (2021). Membangun Self Love Pada Remaja Pengguna Instagram Ditinjau Dari Perspektif Dramaturgi (Studi Fenomenologi Remaja Pengguna Instagram Di Desa Ngebrak). *SHINE: JURNAL BIMBINGAN DAN KONSELING*, 2(1), 1-17.
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 340-347.
- Fauzi, M. A., & Nuraeni, R. (2017). PENGELOLAAN KESAN MAHASISWA PENGGUNA OOTD STYLE DI INSTAGRAM. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 3(2), 206-222.
- Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, New York: Double Day.

- Kertamukti, R. (2015). Instagram dan pembentukan citra (Studi kualitatif komunikasi visual dalam pembentukan personal karakter account instagram@ basukibtp). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Khomalia, I., & Rahman, K. A. (2018). Micro Hijabers Celebrity: Membentuk Identitas dengan Update Self-Story via Instagram (Kasus Dian Pelangi). *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 2(1), 33-42.
- Mutia, T. (2018). Generasi Milenial, Instagram Dan Dramaturgi: Suatu Fenomena Dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Islam. *An-Nida'*, 41(2), 240-251.
- Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. (2019). Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram di Akun Utama dan Akun Alter. *Interaksi Online*, 7(4), 371-376.
- Putri, N. S. R., & Farida, F. (2018). Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr. Soetomo Surabaya dalam Instagram. *Jurnal Kajian Media*, 2(2).
- Setiawan, R. (2019). Dramaturgi content creator dalam presentasi diri di instagram (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram@ Bangijal_Tv). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 12-21.
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PRESENTASI DIRI MAHASISWI PENDIDIKAN SOSIOLOGI UNTIRTA. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 6(1), 10-20.
- Shabiriani, U. N. (2021). DRAMATURGI DALAM IDENTITAS DAN CITRA INFLUENCER KADEER BACHDIM PADA AKUN INSTAGRAM D_KADOOR. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2), 81-86.
- Storey, J. (2015). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction, Seventh Edition*. New York: Routledge.
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2016). FENOMENA PENGGUNAAN FOTO OUTFIT OF THE DAY DI INSTGRAM SEBAGAI MEDIA PRESENTASI DIRI (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman). *JURNAL KOMUNIKATIO*, 2(1).