

DRAMATURGI PADA MEDIA SOSIAL: PENGGUNAAN FITUR *CLOSE FRIENDS* DI INSTAGRAM

Fazri Zulfaramadhan¹

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
e-mail: fazrzulfaramadhan2001@gmail.com

ABSTRACT

The Instagram app as a social media provides a new feature on Instagram stories settings, which is a close friends feature. Instagram Stories is one of the features of Instagram that can give users the freedom to upload photos and videos to an audience with a time period of only 24 hours. The appearance of the close friends feature in Instagram stories settings makes users more free to determine the confidentiality of their uploads and determine who can see them. This research aims to conduct a dramatic analysis of Instagram social media users on how users create the front stage and the back stage. Data were obtained from descriptive interviews using qualitative research methods. This study uses digital dramaturgy theory that has three parts: backstage, in-between region, and front region. The results of this study show that Instagram social media users in their use have two different stages that can be shown from their main account content with content on close friends features that are confidential. This phenomenon has several reasons why it can happen according to the importance and purpose of using Instagram social media

Keywords: Digital Dramaturgy, Feature of Close Friends on Instagram, Upload Confidentiality

ABSTRAK

Aplikasi Instagram sebagai media sosial menyediakan fitur baru pada pengaturan Instagram *stories*, yaitu fitur *close friends*. Instagram *stories* merupakan salah satu fitur dari Instagram yang dapat memberikan keleluasaan pengguna untuk mengunggah foto dan video kepada khalayak dengan jangka waktu hanya dalam 24 jam. Kemunculan fitur *close friends* pada pengaturan Instagram *stories* membuat pengguna lebih leluasa untuk menentukan kerahasiaan unggahan mereka dan menentukan siapa saja yang dapat melihatnya. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis dramaturgi terhadap pengguna media sosial Instagram tentang bagaimana cara pengguna menciptakan panggung depan dan panggung belakang. Data diperoleh dari wawancara deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori *digital dramaturgy* yang memiliki tiga bagian yakni *backstage*, *in-between region*, dan *front region*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram dalam penggunaannya memiliki dua panggung berbeda yang dapat ditunjukkan dari konten akun utamanya dengan konten pada fitur *close friends* yang bersifat rahasia. Fenomena ini memiliki beberapa alasan mengapa hal tersebut dapat terjadi sesuai dengan kepentingan dan tujuan penggunaan dalam menggunakan media sosial Instagram.

Kata Kunci: Dramaturgi digital, Fitur *Close Friends* di Instagram, Kerahasiaan Unggahan

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2023, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna. Berdasarkan data dari Napoleon Cat pengguna Instagram tahun 2021 menyatakan 34,44 Juta merupakan pengguna dengan kelompok usia 18-24 tahun. Survey baru-baru ini membuktikan bahwa media sosial Instagram yang di mana 59% penggunanya adalah usia 18-29 tahun (A. Jackson, 2021). Brand Development Lead Instagram APAC, Paul Webster,

mengungkap bahwa Indonesia dengan 89% penggunanya merupakan usia 18-34 tahun merupakan salah satu jumlah pengguna terbanyak di dunia. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia yakni usia muda, terdidik, dan mapan. Rata-rata 18-24 tahun 59%, 34-45 tahun 30%, dan yang berusia 34-44 tahun 11%. Pengguna Instagram perempuan yang paling aktif mencapai 63% dan laki-laki 37% (Prihatiningsih, 2017). Ditambah lagi dengan semakin berkembangnya fitur-fitur dari aplikasi tersebut hampir seluruh elemen masyarakat

menggunakan Instagram untuk kebutuhan masing-masing.

Dari data tersebut dapat dikatakan Instagram sebagai media baru yang sangat nyata keberadaannya khususnya di kalangan remaja. Tingginya pengguna pada kalangan remaja menunjukkan besarnya antusias masyarakat dalam menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan menerima informasi. Di masa remaja, seseorang memiliki kebutuhan yang tinggi dalam bersosialisasi dan memiliki hubungan dengan orang lain. Dari data yang didapatkan dapat menunjukkan keberadaan media sosial di Indonesia menunjukkan signifikansi.

Media sosial menjadi sebuah wadah penggunanya untuk dapat mengaktualisasikan dan mengekspresikan diri. Salah satu dari media sosial yang cukup tinggi kepopulerannya dan tinggi pengguna adalah aplikasi Instagram. Aplikasi yang dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger awal kemunculannya pada 2010 dan seiring dengan berjalannya *platform* Instagram semakin memiliki banyak pengguna.

Instagram memberikan sarana untuk penggunanya agar dapat memberikan pesan baik dalam bentuk foto atau video. Pada awal kemunculannya, media baru tersebut merupakan aplikasi *sharing* yang hanya fokus pada foto dan video berdurasi pendek. Namun seiring perkembangan zaman, Instagram mulai menciptakan fitur pesan, panggilan suara, panggilan video, pusat penjualan *online*, pusat informasi dan lain sebagainya. Instagram dianggap sebagai media baru yang memiliki dampak besar dalam kehidupan moderen. Hadirnya aplikasi ini mengubah tren yang berada di masyarakat dalam berkomunikasi. Sebelum berkembangnya media sosial canggih pada saat ini, orang-orang dapat berkomunikasi hanya dengan panggilan suara, ataupun *chat*.

Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia tidak lepas dari banyaknya penawaran yang disediakan yang juga dapat memberikan akses ke banyak akun dan media sosial lain. Instagram pun bisa mengakses foto dan video dengan Instagram *stories* yang memiliki kurun waktu 24 jam

untuk membagi kegiatan yang dapat diabadikan.

Fitur baru Instagram juga dapat memberikan keleluasaan penggunaannya untuk mengunggah foto dan video dengan batasan waktu tertentu dan ataupun tanpa batasan waktu. Aplikasi Instagram pada era modern ini sangat diminati kebanyakan oleh usia muda yang sedang gemar untuk mengekspresikan dirinya kepada khalayak. Dengan adanya fitur dan keunikan yang dimilikinya, Instagram telah menjadi sumber informasi yang banyak digunakan oleh segenap masyarakat. Misalnya, untuk informasi seputar dunia hiburan yang berkaitan dengan dunia olahraga, selebriti, politik, ataupun melihat hiburan yang dapat memanjakan waktu istirahat penggunanya.

Selain penggunaannya sebagai sumber informasi, Instagram juga digunakan oleh para pengusaha baik kecil ataupun perusahaan besar sebagai tempat untuk menunjukkan citra mereka yang dapat mendukung kegiatan bisnis yang mereka punya. Media sosial tersebut memiliki potensial karena penggunaannya yang sangat banyak dan dari berbagai kalangan. Hal ini dapat diamati dengan berkembangnya komunitas bisnis di Instagram.

Fenomena seperti ini berkesinambungan dengan kajian klasik yang dilakukan oleh Sherry Turkle pada tahun 1995 yang berisikan keterkaitan antara konstruksi identitas dan teknologi berjaringan (*networked technology*). Turkle menjelaskan bahwa kehidupan dunia maya dapat membuat suatu identitas berubah menjadi lebih cair dan terfragmentasi. Identitas menjadi cair dan terfragmentasi di internet khususnya Instagram yang ditunjukkan lewat penggunaan akun di media sosial ini (Hasanah, 2023). Di antaranya penggunaan fitur "*close friends*" yang digunakan oleh pengguna Instagram. Pengguna media sosial tersebut memanfaatkan fitur dari aplikasi Instagram untuk beragam kepentingan.

Fitur *close friends* pada aplikasi Instagram memberikan kesempatan kepada pengguna untuk dapat menunjukkan diri mereka secara lebih terbuka. Menurut Floyd, *self-disclosure* merupakan suatu tindakan menyampaikan

informasi dengan sengaja yang berisikan tentang diri sendiri dan percaya bahwa sebuah informasi benar walaupun khalayak belum mengetahui kebenarannya. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Wood pada tahun 2012 mengungkapkan bahwa *self-disclosure* adalah pengungkapan informasi tentang diri sendiri yang bersifat rahasia dan sulit untuk diketahui oleh orang lain (Mutia & Ridha, 2019).

Perbedaan cara mengeksistensi diri individu kepada khalayak memiliki beberapa kemungkinan yang dapat dijadikan dasar bagaimana pengguna dapat mendeskripsikan dirinya kepada khalayak umum. Kemungkinan pertama, pengungkapan informasi pribadi dapat menjadi langkah untuk mempererat hubungan antara pemilik asli informasi dengan pihak penerima informasi. Sedangkan kemungkinan kedua, pengungkapan informasi pribadi juga dapat membuat hubungan menjadi berantakan ketika pihak lain tidak mampu menghadapi apa yang disampaikan kepadanya, atau bahkan pihak lain sengaja menyebarkan informasi pribadi tersebut kepada orang lain. Petronio menjelaskan bahwa ada tiga aksioma penting dalam teori ini, yaitu kepemilikan privasi, kontrol privasi, dan turbulensi privasi (Hermanto Sihombing & Paskalia Aninda, 2022).

Fenomena penggunaan fitur *close friends* di Instagram memiliki keterkaitan dengan teori dramaturgi dengan konsep digital yang di mana mengibaratkan interaksi sosial merupakan sebuah panggung pentas dengan serangkaian drama di dalamnya. Panggung pentas dalam teori ini dibagi menjadi dua yakni panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan atau *front stage* merupakan bagian dari presentasi yang menggambarkan situasi yang dilihat khayalak (Ritzer, 2014). *Front stage* didefinisikan sebagai tempat pertunjukan berlangsung yang di mana di dalamnya terdapat drama dan hal-hal yang sengaja ditunjukan kepada audiens. Dalam media sosial ini panggung depan seseorang adalah akun utama yang diciptakan untuk membentuk citra diri kepada khalayak. Lain

halnya dengan panggung belakang (*backs tage*) yang merupakan sesuatu yang disembunyikan oleh seseorang dari penonton. *Back stage* (Panggung Belakang) panggung belakang merupakan wilayah yang berbatasan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan, dan oleh karena itu khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki panggung belakang, kecuali dalam keadaan darurat (Arofah & Tandyonomanu, 2020). Di panggung inilah individu akan tampil “seutuhnya” dalam arti identitas aslinya (Mulyana, 2008). Sebagaimana kemunculan fitur *close friends* menjadi sarana yang tepat untuk sebagai objek dalam teori dramaturgi ini dikarenakan memiliki pemikiran untuk mempelajari, menafsirkan, merasakan makna dan simbol dan juga melakukan interaksi yang menginterpretasikan nya sebagai tindakan.

Teori ini berawal dari gagasan Mead tentang “*I dan Me*” yang menjelaskan bahwa terdapat kesenjangan antara diri yang terbuka dan diri yang tersosialisasi. Konsep “*I*” menggambarkan kejujuran yang nyata dan konsep “*Me*” menggambarkan pada individu yang menjadi diri orang lain. Seorang *influencer/content creator* sering kali tidak menampilkan *backstage* nya pada konten yang mereka unggah pada akun nya. Dikarenakan seseorang dapat mengelola kesan yang akan tersampaikan kepada khalayak melalui media sosial yang mereka miliki. Begitupun yang dilakukan oleh *influencer* A(@k***), B(@a*****), dan C(@k****) dalam penggunaan media sosial mereka. Keberadaan fitur *close friends* memberikan seseorang memiliki privasi dalam bentuk foto dan video sebagai archive dan menunjukan sisi *backstage* sebagai kerahasiaan yang dimana hanya orang-orang tertentu saja yang dapat mengkonsumsinya.

Penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman yang ditulis dalam buku berjudul “*The Presentation Of Self In Everyday Life*” (Dewi & Janitra, 2020). Dalam bukunya 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" yang memiliki arti bahwa 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 buku ini menjelaskan tentang bagaimana individu bertindak secara sengaja atau tidak sengaja menunjukkan ekspresi dirinya untuk membuat kesan bagi orang lain dengan cara tiap-tiap individu tersebut. Dalam kasus ini, individu menciptakan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) untuk menunjukkan ekspresi diri kepada khalayak yang dapat ditentukan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian ini yaitu: "Dramaturgi Dalam Media Sosial : Fitur *Close Friends* di Instagram".

METODE PENELITIAN

Desain penelitian merupakan rencana bagaimana cara melakukan suatu penelitian, atau proses bagaimana penelitian tersebut berlangsung. Terdapat beberapa jenis pendekatan dalam metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam pendekatan kualitatif deskriptif, analisis data yang diperoleh yaitu berupa kata-kata, gambar atau perilaku, dan tidak dibuat dalam bentuk bilangan serta angka statistik. Data akan disajikan dalam bentuk paparan atau penggambaran suatu keadaan dalam bentuk uraian narasi (Margono, 2003).

Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif mendorong peneliti untuk memahami secara menyeluruh peristiwa yang sedang terjadi sekaligus memahami konteks dan kemudian melakukan analisis yang harus dideskripsikan (Hardani et al., 2020). Penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif berfokus kepada permasalahan atau keresahan yang dapat dispeksifikasi berdasarkan fakta, yang dilakukan dengan observasi, wawancara, ataupun kegiatan yang mempelajari fakta tertulis dan nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Panggung Depan (*Front Region*)

Hasil observasi akun media sosial Instagram milik informan menunjukkan keberadaan yang jelas akan panggung depan yang mereka ciptakan. Pengelolaan kesan terjadi pada jejaring media sosial Instagram mereka dapat dilihat dari bagaimana informan mempresentasikan diri melalui penampilan (*appearance*).

Dalam penampilan pada panggung depan juga terdapat penunjang penampilan mereka yang dapat menegaskan kesan yang diciptakan. Beberapa informan pada observasi menunjukkan mereka menggunakan kendaraan mewah, menggunakan alat yang dapat mendefinisikan kesuksesan mereka seperti jam tangan, tas, sepatu dan perhiasan lainnya. Contohnya informan berinisial R dan informan berinisial K yang menunjukkan bagaimana keseruan dari kehidupan sosial yang mereka miliki seperti berinteraksi dengan orang-orang terkenal, menampilkan mereka melakukan proses syuting sehingga terlihat mereka merupakan anak muda yang sukses dalam karir dan kehidupannya. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh informan berinisial A, sebagai *beauty vlogger* dirinya menampilkan profesionalitasnya sebagai *influencer make-up* dan *skincare* dengan menampilkan dirinya mengikuti banyak seminar kecantikan, pembukaan produk *make-up terbaru* dan lain sebagainya.

Hasil wawancara yang sudah dilakukan kepada ketiga informan memberikan penguatan keberadaan panggung depan mereka yang diinterpretasikan kepada media sosial Instagram masing-masing. Dalam beberapa kesempatan informan memberikan tanggapan mengenai pemilihan foto dan video pada unggahan tanpa menggunakan fitur *close friends* merupakan unggahan yang sudah direncanakan terlebih dahulu. Seperti yang dapat dilihat dari unggahan pada Instagram informan berinisial A merupakan konten-konten yang berisi *make-up* dan endorse dari pihak yang bekerja sama dengannya. contohnya, dengan menampilkan merek-merek yang sudah memiliki kesepakatan dapat ditampilkan pada konten-konten dirinya. Sikap informan berinisialkan

A tersebut sejalan dengan yang dikatakan informan berinisial R.

“Instagram saya merupakan wadah saya membangun *image branding* saya sebagai seorang *vlogger* dengan berkunjung ke tempat-tempat menarik, *photoshoot*, berbagi info menarik dan hal lain yang merupakan informasi untuk khalayak umum.”

Informan berinisial K juga mengatakan bahwa unggahan utama Instagramnya sebagai tempat menciptakan *image branding* dirinya sebagai seorang *vlogger* muda dengan mengunggah fotofoto dan video di tempat-tempat yang bagus yang ia datangi seperti pemandangan gunung, pantai, lokasi wisata kuliner, cafe dan resto yang interiornya keren dan modern layaknya seorang artis.

Foto dan video pada unggahan di media sosial Instagram memiliki sebuah keterangan atau yang sering disebut dengan *caption*. Sama seperti foto dan video, keterangan tidak kalah pentingnya. Keterangan atau *caption* dapat memberikan fungsi yang melengkapi unggahan sebuah foto dan video.

Dengan adanya sebuah *caption* dapat menggambarkan sebuah motivasi dan citra pengunggah ataupun informasi-informasi penting. Para informan cenderung menggunakan bahasa persuasif dalam keterangan sebuah unggahan agar lebih menarik dan terlihat bagus.

Mengenai keterangan unggahan, informan berinisial R sebagai *influencer* tidak sembarangan. Pada *feeds* Instagramnya, informan berinisial R menampilkan foto-foto kegiatannya sebagai *influencer* berkunjung ke salah satu klinik perawatan gigi salah satu *brand*, sehingga *caption* nya menampilkan informasi keseruan kepada followers nya.

“Urusan gigi gua percayain sama @casadie***, harganya terjamin top banget pokoknya, btw karyawannya ramah an kocak, bahkan dokternya sendiri pun receh banget loh. Tunggu apalagi buruan perawatan gigi di @casadie***.”

Sebagai brand ambassador dari klinik yang telah bekerja sama dengannya, penulisan

pada keterangan sudah melewati kesepakatan bersama pihak merek yang ia promosikan. Penulisan keterangan unggahan pada foto yang informan berinisial R pada unggahan Instagram nya pada 22 Mei 2023 tersebut menampilkan kalimat persuasif kepada para pengikutnya. Diharapkan dapat dengan rancangan dari pada hasil unggahan mempengaruhi pengikut pada media sosial Instagramnya untuk datang ke klinik kecantikan tersebut.

Persamaan juga ditunjukan dengan pengakuan dari informan berinisial A, dimana keterangan pada unggahan nya merupakan interpretasi dari kesepakatan bersama pihak luar. Dalam wawancara, informan berinisial A menyebut bahwa sebagai pihak yang sudah bekerja sama dengan merk untuk kebutuhan promosi mereka, dirinya membuat kesepakatan dalam konsep konten dan tulisan *caption* yang akan ditampilkan pada unggahan *feeds* Instagramnya.

“Konten sama *caption* nya juga udah kesepakatan bersama dengan pihak produk yang memilih saya sebagai endorsement. Seperti keterangan produk, lokasi, manfaat dan informasi penting tentang produk yang udah kerjasama sama aku.”

Salah satu unggahan informan berinisial A mengkonfirmasi perilaku panggung depan yang ia ciptakan sebagai *beautyvlogger*. Dalam salah satu unggahan pada *feed* menampilkan dirinya menggunakan salah satu produk kecantikan berjenis *soflens* dari salah satu merek. Dalam video lima belas detik tersebut menampilkan konten kreatif dirinya dalam memaksimalkan produk yang bekerja sama dengan nya. Konten tersebut menarik perhatian khalayak hingga mencapai dua belas ribu penonton.

Terlihat pada unggahan diatas, terdapat juga *caption* atau keterangan unggahan yang dapat menegaskan maksud daripada konten dari informan berinisial A. keterangan unggahan menegaskan jenis produk yang dirinya gunakan yakni *soflens* dari salah satu merek yang juga disertakan dalam keterangan unggahan tersebut dengan tag Instagram milik merek *soflens* tersebut.

Sedangkan informan K sebagai selebgram hits dikalangan anak muda. Dalam beberapa unggahan informan ketiga menampilkan sosok dirinya yang selalu berpergian ke tempat-tempat wisata. Dalam konten tersebut menunjukkan betapa asiknya kehidupan dari informan berinisial K tersebut. Dengan menyajikan pemandangan yang indah, estetik, yang membuat khalayak terpukau oleh tempat yang didatangi oleh informan tersebut.

Keterangan foto yang ditampilkan juga harus sesuai untuk menampilkan kehidupannya yang asik, tidak membosankan, dan memiliki banyak teman. Dalam sesi wawancara, informan mengkonfirmasi dan memberikan alasan terhadap kehidupan pada media sosial Instagramnya.

“Sedangkan instagram utama saya menjadi tempat saya untuk membangun citra diri sebagai selebgram. Seperti pergi ke tempat-tempat wisata bagus, cafe atau resto Instagramable dan travelling.”

Analisis Panggung Belakang (*Backstage*)

Panggung belakang bersebrangan dengan panggung depan seseorang, tetapi selayaknya panggung belakang bersifat rahasia dan tersembunyi dari pandangan khalayak. Hal ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan, oleh karena itu biasanya khalayak tidak diizinkan memasuki panggung belakang kecuali dalam keadaan tertentu. Dalam penelitian ini, fitur *close friends* yang menjadi panggung belakang, dimana mereka sebagai tokoh yang sudah dikenal dengan karakteristik tertentu dapat bebas menampilkan dirinya yang berbeda tanpa rasa takut diberikan label yang berbeda oleh khalayak.

Fitur *close friends* yang digunakan para informan menampilkan unggahan yang sangat berbeda dengan unggahan pada saat tidak menggunakan fitur tersebut. Unggahan mereka tidak lagi terstruktur, mengikut standar, atau aturan tertentu. foto atau video yang ditampilkan dengan pakaian seenaknya, foto atau video yang kurang jelas tetapi dapat mengingatkan pada peristiwa tertentu, atau bahkan curhatan pribadi. Dalam fitur *close friends* terdapat juga unggahan yang

menampilkan dirinya sedang berkata kasar, bercanda yang tidak sopan dengan temantemannya atau melampiaskan emosi.

Penggunaan fitur *close friends* sebagai panggung belakang dari seseorang dapat dikatakan dan dibuktikan juga pada unggahan-unggahan milik informan. Informan dengan Fitur tersebut dapat dikatakan sebagai interpretasi kehidupan nyata nya yang ia sembunyikan pada dunia maya di media sosial. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan yang cukup signifikan dari halaman utama Instagram milik informan.

Dari hasil wawancara dengan Informan, salah satu informan berinisial R menyatakan dirinya menggunakan fitur *close friends* untuk mengabadikan momen dirinya dengan keluarga yang tidak diketahui pengikutnya. Pada unggahan dalam fitur tersebut informan berinisial R mengunggah video-video dan foto kebersamaannya bersama keluarga, teman-teman dirumah ataupun di tempat dirinya mendidik ilmu, unggahan-unggahan lucu, ataupun saat dirinya bermain game.

“Karena menurut saya konten yang saya unggah di close friends itu bersifat privasi (hanya orang terdekat saja yang bisa melihat) terlebih saya sering memposting hal random di close friend.”

Pada kesempatan wawancara dengan informan berinisial R, dirinya juga mengungkapkan isi dari unggahan pada fitur *close friends* di akun Instagramnya merupakan identitas asli kehidupannya. Waktu unggahan nya pun disebut lebih fleksible pada saat ada moment-moment tertentu.

“Konten kehidupan sehari-hari, seperti saat saya bernyanyi, lagi kumpul sama teman-teman, keluarga.”

Dalam kesempatan lainnya informan ke-2 berinisialkan A yang merupakan seorang *beauty* vlogger menyatakan bahwa fitur *close friends* pada aplikasi Instagram sangat berguna untuk dirinya. Informan yang sudah dikenal sebagai seorang *beauty vlogger* tersebut merasa lebih memiliki wadah untuk bebas

berekspresi dengan akun Instagram yang dirinya miliki. Beberapa contoh informan berinisial A mengekspresikan perasaannya menggunakan fitur *close friends* dengan melakukan curhat kepada teman dekat yang termasuk kedalam daftar orang yang dapat mengakses fitur *close friends*, melampiaskan amarah, mengabadikan keseruan dirinya melakukan hal diluar dari sosok dirinya sebagai *beauty vlogger*.

Informan berinisial A dalam wawancara menyatakan bahwa isi unggahan pada saat menggunakan fitur *close friends* berbeda dengan akun utamanya. Informan berinisial A merasa dirinya memiliki keterbatasan saat mengunggah sesuatu dengan akun Instagram miliknya. Sebagai seorang *influencer*, kemunculan fitur *close friends* membuat dirinya memiliki wadah kebebasan dalam unggahan tanpa rasa khawatir akan timbul penilaian-penilaian yang tidak sesuai dengan citra dirinya yang telah dibangun di media sosial miliknya.

“*Close friends* buat aku buat bisa post yang ga bisa aku post di Instagram utama aku, soalnya kan biasanya konten-konten aku itu terstruktur.”

Pernyataan informan berinisial A dapat diartikan bahwa fitur *close friends* pada aplikasi Instagram merupakan wadah dirinya lebih bebas untuk berekspresi. Maksudnya adalah hal apapun seperti pada saat bercanda dengan teman atau keluarga tanpa harus takut identitas keluarga dirinya diketahui oleh khalayak, postingan parodi untuk berbagi keseruan yang ia temukan pada *explore* Instagram, atau ingin mengabadikan momen dengan *instagram story* yang tidak penting dan diluar dari citranya sebagai *beauty vlogger*.

Sedangkan informan berinisial K menggunakan fitur *close friends* sebagai tempat yang bebas mengunggah apapun tentang dirinya kepada orang-orang yang termasuk bagian dari *close friends* yang secara keseluruhan merupakan teman-teman dekat. Unggahan tanpa menggunakan fitur *close friends*, informan dengan inisial K tidak pernah menampilkan identitas dirinya yang sesungguhnya seperti kegiatan keseharian,

kegiatan kampus, keluarga dan kehidupan sosialnya dengan teman-temannya.

Informan K menganggap bahwa identitas diri yang sesungguhnya merupakan ranah privasi yang tidak sembarang orang dapat mengetahuinya. Itulah mengapa konten yang tidak sesuai dengan citra dirinya pada media sosial diunggah hanya dengan menggunakan fitur *close friends*.

“Untuk keseharian saya, saya unggah hanya dengan menggunakan fitur tersebut karena merupakan privasi saya dan hanya orang-orang tertentu yang dapat melihatnya seperti keluarga, kerabat dan teman dekat.”

Ketiga informan menginterpretasikan kehidupan nyatanya kepada akun media sosial Instagram yang mereka miliki dengan menggunakan fitur *close friends*. Sebagai seorang *influencer* yang telah dikenal banyak orang, informan nyatanya memiliki ruang yang tidak banyak diketahui dari penggemarpenggemar mereka di media sosial Instagram.

In-Between Region

Dalam situasi interaksi asinkron, ada fenomena yang juga merupakan temuan menarik. Berdasarkan hasil pengamatan, ditemukan situasi kebocoran pada media sosial baru seperti Instagram. Situasi tersebut terbentuk dikarenakan adanya yang dimaksud dengan *in-between region* atau yang dapat diartikan sebagai tapal batas antara panggung depan dan panggung belakang dari dramaturgi.

Media sosial dengan situasi seperti ini sebenarnya menunjukkan bahwa kadang-kadang kita tidak dapat menggambarkan batas yang jelas antara belakang panggung dan depan panggung. Gilmore (2020) menemukan bahwa di media sosial asinkron, tidak ditemukan backstage. Sementara itu, Dimitriu (2014) mengatakan secara psikologis ada daerah yang disebut zona transisi dan tahap residual antara panggung depan dan belakang panggung. Perbedaan mendasarnya adalah bahwa dalam komunikasi asinkron di media sosial Instagram, informan terus berada di panggung depan, tetapi kinerja tidak maksimal. Pada kasus lain nya fitur baru *close*

friends juga menjadi ancaman kerahasiaan panggung belakang dari informan. Dunia digital dapat disebar dengan mudah tanpa dan cepat tanpa kebijakan *platform* yang melindungi privasi penggunanya. Fenomena ini juga disebut kebocoran panggung belakang. Situasi ini tidak dapat dikendalikan secara maksimal.

KESIMPULAN

Keberadaan fitur *close friends* pada aplikasi Instagram menjadi bukti bahwa *platform* media sosial Instagram yang sedang populer menjadi sarana untuk membangun eksistensi pengguna nyatanya memiliki sisi lain yang tidak banyak diketahui oleh orang lain. Pengguna Instagram menyadari bahwa media sosial yang mereka mainkan berdampak kepada penilaian orang lain terhadap dirinya. Untuk itu beberapa pemilik akun melakukan beberapa hal seperti pemilihan konten foto atau video, penggunaan filter, *editing*, dan penulisan *caption* untuk menciptakan kesan sesuai dengan apa yang diinginkan.

Besarnya harapan untuk memberikan kesan positif dari orang lain, maka sebagian besar orang merasa ingin menampilkan sisi baik dari dirinya kepada orang lain. Namun, sebagian orang ingin juga menampilkan versi yang berbeda dari yang banyak orang lain ketahui. Dengan hal tersebut fitur *close friends* pada media sosial Instagram menjadi wadah bagi pengguna yang ingin menunjukkan versi yang berbeda. Kesadaran akan kemungkinan terciptanya kontroversi dan berbagai tanggapan dari pengikut pada media sosial mereka, membuat penggunaan fitur *close friends* di Instagram menjadi jawaban untuk mengatur kesan berbeda yang ingin ditunjukkan.

Beberapa alasan mengapa para informan menggunakan fitur *close friends* pada aplikasi Instagram mereka adalah :

1. Untuk mengabadikan kegiatan keseharian yang hanya orang tertentu saja yang sudah dipercaya.
2. Merasa aman bila versi berbeda mereka tidak diketahui banyak orang

3. Sarana untuk berbagi video lucu atau sebagai tempat curhat kepada kerabat dan orang-orang terdekat.
4. Menjadi tempat yang bebas untuk mengunggah apapun tanpa prosedur yang harus dilakukan seperti pada akun utama

REFERENSI

- Arofah, I., & Tandyonomanu, D. (2020). Impression Management Beauty Influencer di Media Sosial Instagram. *Commercium*, 2(2), 103–107. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/31622>
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2020). Dramaturgi dalam media sosial: Second account di Instagram sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 340–347.
- Hardani, Auliyah, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Hasanah, N. (2023). *Model Presentasi Diri Generasi Zoomer Akun Alter Instagram di Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Hermanto Sihombing, L., & Paskalia Aninda, M. (2022). Phenomenology Of Using Instagram Close Friend Features For Self Disclosure Improvement. *Jurnal Professional*, 9(1), 29–34.
- Margono, S. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Mutia, E. I., & Ridha, M. (2019). Relationship Of Self-Disclosure With Interpersonal Communication Of High School Teenagers. *Jurnal Neo Konseling*, 1(4), 1–6. <https://doi.org/10.24036/00184kons2019>
- Prihatiningsih, W. (2017). *Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*. April, 51–65.
- Ritzer, G. (2014). *Teori Sosiologi Modern*. Kencana.