



**PENGELOLAAN KESAN DALAM KOMUNIKASI PERTEMANAN DI
INSTAGRAM (STUDI KUALITATIF DENGAN PENDEKATAN DRAMATURGI
PADA MAHASISWA FISIP UPN VETERAN JAKARTA)**

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama: Tasya Nabilah Afifah

NIM: 1710411010



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2021



**PENGELOLAAN KESAN DALAM KOMUNIKASI PERTEMANAN DI
INSTAGRAM (STUDI KUALITATIF DENGAN PENDEKATAN DRAMATURGI
PADA MAHASISWA FISIP UPN VETERAN JAKARTA)**

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama: Tasya Nabilah Afifah

NIM: 1710411010



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan nama semua sumber yang dikutip ataupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Tasya Nabilah Afifah

NIM : 1710411010

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 April 2021

Yang menyatakan,



Tasya Nabilah Afifah

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan untuk :

Nama : Tasya Nabilah Afifah
NIM : 1710411010
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengelolaan Kesan Dalam Komunikasi
Pertemanan di Instagram (Studi Kualitatif
dengan Pendekatan Dramaturgi Pada
Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jakarta)

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku oleh Ketua Program studi Ilmu Komunikasi, Pembimbing Utama dan Pendamping, serta dinyatakan layak untuk disajikan.

Menyetujui dan Mengetahui,

Jakarta, April 2021

Pembimbing Utama



Dr. Antar Venus, M.A.Comm

Pembimbing Pendamping



Dra. Aniek Irawatie, M.Si

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Maria Febiana Christanti, S.sos., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Maret 2021

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Saya sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tasya Nabilah Afifah
NIM : 1710411010
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah Saya yang berjudul **“Pengelolaan Kesan Dalam Komunikasi Pertemanan Di Instagram (Studi Kualitatif dengan Pendekatan Dramaturgi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jakarta)”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 19 April 2021

Yang menyatakan,



Tasya Nabilah Afifah

Pengelolaan Kesan Dalam Komunikasi Pertemanan Di Instagram (Studi Kualitatif dengan Pendekatan Dramaturgi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jakarta)

Tasya Nabilah Afifah

ABSTRAK

Dewasa ini, media sosial digunakan untuk saling memberi dan menerima informasi, saling berbagi foto ataupun video, berkomunikasi dengan orang lain dan menjalin pertemanan. Adanya Instagram, memunculkan suatu fenomena yaitu *Insta-Lie* di mana para pengguna Instagram membangun karakter “palsu” demi mendapatkan suatu pengakuan di media sosial. Para pengguna melakukan pengelolaan kesan di Instagram agar mendapatkan kesan dari teman di Instagram. Komunikasi yang dilakukan antara dunia maya dengan dunia nyata juga berbeda. Hal tersebut akan mempengaruhi citra diri di dunia maya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti telah membuat pertanyaan penelitian yaitu (1) bagaimana informan memandang citra diri di hadapan publik?, (2) bagaimana informan melakukan pengelolaan kesan di Instagram (*front stage*)?, (3) bagaimana *back stage* pengguna Instagram? Pertanyaan penelitian tersebut terjawab melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang sudah peneliti lakukan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan dramaturgi Erving Goffman. Informan dalam penelitian ini adalah tujuh orang dengan profesi berbeda. Hasil temuan dari penelitian ini antara lain (1) Para informan menampilkan citra diri di Instagram berkaitan dengan kepribadian, fisik, penampilan, dan gaya hidup (2) Citra diri di Instagram dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, (3) Para informan melakukan pengelolaan kesan dengan memposting konten yang konsisten menggunakan *setting*, *appearance*, dan *manner*, (4) Adanya insiden ketika tampil di *front stage* dan kemudian diatasi dengan suatu tindakan, (5) Fitur dari Instagram yang digunakan oleh informan untuk membangun citra dan berkomunikasi dengan teman di Instagram adalah *feeds* dan *Insta story*, (6) Respon dari teman-teman di Instagram dapat memengaruhi diri informan, (7) Adanya perbedaan yang ditampilkan oleh para informan ketika di *front stage* dengan di *back stage* meliputi pembawaan diri, komunikasi, dan persiapan untuk tampil di *front stage*.

Kata kunci: Instagram, Pengelolaan Kesan, Citra Diri, Dramaturgi

**IMPRESSIONS MANAGEMENT IN FRIENDSHIP
COMMUNICATION ON INSTAGRAM (QUALITATIVE STUDY WITH
DRAMATURGY APPROACH TO FISIP UPN VETERAN JAKARTA
STUDENTS)**

Tasya Nabilah Afifah

ABSTRACT

Nowadays, social media is used to give and receive information, share photos or videos, communicate with others and make friends. The existence of Instagram, raises a phenomenon, namely Insta-Lie, where Instagram users build “fake” characters in order to get recognition on social media. Users make an impressions on Instagram in order to get an impression from friends on Instagram. The communication between the virtual world and the real world are also different. This will affect self image on Instagram. Based on this, the researcher has made research questions, that are (1) how do informants view self-image in public ?, (2) how do informants manage impressions on Instagram (front stage) ?, (3) what is the back stage of Instagram users? The research questions were answered through interviews, observations, and documentation that the researchers had done. This study uses a qualitative research method, with Erving Goffman's dramaturgy approach. The informants in this research were seven people with different professions. The result of the research findings are (1) The informants display self-image on Instagram in relation to personality, physical appearance, and lifestyle (2) Self-image on Instagram is influenced by internal and external factors, (3) The informants perform impression management by posting consistent content using settings, appearance, and manner, (4) There was an incident while appearing on the front stage and then resolved with an action, (5) Features of Instagram that are used by informants to build images and communicating with friends on Instagram are feeds and Insta stories, (6) Responses from friends on Instagram can influence informants, (7) There are differences that are displayed by the informants while on the front stage and on the back stage that are personal characteristics, communication, and preparation to appear on the front stage.

Keywords: Instagram, Impression Management, Self Image, Dramaturgi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengelolaan Kesan Dalam Komunikasi Pertemanan Di Instagram (Studi Kualitatif dengan Pendekatan Dramaturgi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jakarta)”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari jika selesainya skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moril maupun materil. Oleh sebab itu, peneliti akan mengucapkan terimakasihnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kelancaran, rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang peneliti sayangi dan cintai, yang selalu memberi doa dan dukungannya berupa kasih sayang serta motivasi untuk peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
3. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Maria Febiana Christanti, S.Sos, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta.
5. Dr. Antar Venus, M.A.Comm, sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi peneliti dengan baik.
6. Dra. Aniek Irawatie, M.Si, sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi peneliti dengan baik.
7. Yani Hendrayani, Ph.D, sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah senantiasa memberikan bimbingan dan arahan kepada mahasiswa/inya setiap melakukan konsultasi semester.

8. Staff Tata Usaha, MIKMAS, Pengurus Perpustakaan dan Ruang Baca FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
9. Para Dosen FISIP UPN “Veteran” Jakarta, khususnya di prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama mengemban pendidikan di Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
10. Para informan penelitian yang telah membantu dalam memberikan informasi seputar topik penelitian peneliti dan bersedia menyediakan waktunya dalam kegiatan wawancara.
11. Teman-teman LOKAL A dan Komunikasi 2017 yang telah menjadi teman seperjuangan peneliti selama masa perkuliahan.
12. Diesty Pristita, Nahda Chairunisa, Dendy Gustian, Selly Ramadhanti, dan Sahara yang selalu memberikan semangat, saran serta menyediakan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah, suka serta duka peneliti selama perkuliahan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan dampak yang positif bagi para pembaca. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Mohon maaf apabila ada kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan masukan yang positif. Atas perhatiannya, peneliti ucapkan banyak terimakasih.

Jakarta, 5 Maret 2021



Tasya Nabilah Afifah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Signifikansi Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Konsep-konsep Penelitian	29
2.2.1. Komunikasi Pertemanan	29
2.2.2. Media Baru (<i>New Media</i>).....	31
2.2.3. Media Sosial.....	33
2.2.4. Instagram Sebagai Media Sosial	35
2.2.4.1. Swafoto atau <i>Selfie</i> di Instagram.....	39
2.2.5. Pengelolaan Kesan (<i>Impression Management</i>).....	41
2.2.6. Citra Diri	45
2.3. Teori Dramaturgi	47
2.3.1. <i>Front Stage</i> (Panggung Depan)	48
2.3.2. <i>Back Stage</i> (Panggung Belakang)	49
2.4. Kerangka Berpikir	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1. Metode Data Penelitian	51
3.2. Pendekatan Penelitian.....	52
3.3. Penentuan Informan.....	52
3.4. Metode Pengumpulan Data	53
3.4.1. Wawancara	53
3.4.2. Observasi	54
3.4.3. Studi Dokumentasi	55
3.5. Teknik Analisis Data	55

3.6. Teknik Keabsahan Data.....	57
3.7. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Deskripsi Objek dan Subjek Penelitian	59
4.1.1. Instagram Sebagai Pengelolaan Kesan Informan.....	59
4.1.2. Deskripsi Informan Penelitian.....	60
4.2. Hasil Penelitian.....	64
4.2.1. Citra Diri Pengguna Instagram.....	67
4.2.2. Pengelolaan Kesan di Instagram	83
4.2.2.1. <i>Front Stage</i>	92
4.2.2.2. Insiden yang Terjadi dan Cara Mengatasinya	137
4.2.2.3. Instagram Sebagai Media Sosial	143
4.2.3. <i>Back Stage</i>	160
4.2.3.1. Situasi Kehidupan di Dunia Maya & di Dunia Nyata	160
4.2.3.2. Persiapan Untuk Tampil di Instagram.....	180
4.3. Pembahasan	195
4.3.1. Citra Diri Para Informan di Instagram	196
4.3.2. Pengelolaan Kesan Informan di Instagram	199
4.3.3. Instagram Sebagai Pengelola Kesan dan Komunikasi	205
4.3.4. Panggung Belakang Informan	208
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	212
5.1. Kesimpulan.....	212
5.2. Saran	213
DAFTAR PUSTAKA	215
LAMPIRAN.....	219

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. Waktu Penelitian	58
Tabel 3. <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> SH @saxxxx	192
Tabel 4. <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> AD @urxxxx	193
Tabel 5. <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> SRR @selxxxx	193
Tabel 6. <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> PD @prxxxx	193
Tabel 7. <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> DTH @dafxxxx	194
Tabel 8. <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> SAG @shaxxxx	194
Tabel 9. <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> DG @adxxxx	195

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia	34
Gambar 2. Kerangka Berpikir	50
Gambar 3. Postingan Foto di <i>Feeds</i> dan Insta Story SH @saxxxx	85
Gambar 4. Insta Story AD @urxxxx Ketika Proses <i>Editing</i>	86
Gambar 5. Insta Story AD @urxxx Ketika Membalas Respon.....	87
Gambar 6. Postingan di <i>Feeds</i> Foto dan Video yang Diedit SRR @selxxxx	88
Gambar 7. Postingan <i>Feeds</i> Foto yang Diedit PD @prxxxx	89
Gambar 8. Postingan Insta Story SAG @shxxxx yang Menggunakan Filter	90
Gambar 9. Salah Satu Postingan <i>Feeds</i> Video Accapela @adexxx	91
Gambar 10. Postingan Insta Story DG @adxxxx Ketika Bernyanyi	92
Gambar 11. Salah Satu Postingan Insta Story SH @saxx Ketika Berolahraga...	93
Gambar 12. Postingan <i>Feeds</i> Foto AD @urxxx Ketika <i>Shooting</i> Video	94
Gambar 13. Salah Satu Postingan Konten Video SRR @selxxx	95
Gambar 14. Salah Satu Postingan Video PD @prxxx Mengenai Tutorial	96
Gambar 15. Salah Satu Postingan di <i>Feeds</i> DTH @dafxxx Video.....	98
Gambar 16. Postingan Insta Story SAG @shaxx Ketika Sedang Jalan-Jalan ..	99
Gambar 17. Salah Satu Postingan <i>Feeds</i> DG @adxxxx Video Accapela.....	100
Gambar 18. Postingan Foto di <i>Feeds</i> SH @saxxx Ketika Berada di rumah.....	106
Gambar 19. Salah Satu Postingan Foto <i>Feeds</i> AD @urxxxx	107
Gambar 20. Postingan di <i>Feeds</i> SRR @selxxx <i>Background</i> Ketika Foto.....	108
Gambar 21. Salah Satu Postingan PD di <i>Feeds</i>	109
Gambar 22. Postingan Foto di <i>Feeds</i> DTH @dafxxx dengan <i>Background</i> ...	110
Gambar 23. Salah Satu Postingan Foto di <i>Feeds</i> SAG @shxxxx	111
Gambar 24. Postingan di <i>Feeds</i> DG @adxxxx <i>Background</i> Ketika Video	112
Gambar 25. Salah Satu Penampilan SH di <i>Feeds</i> Instagramnya @saxxx	115
Gambar 26. Salah Satu Penampilan AD di <i>Feeds</i> Instagramnya @urxxx	117
Gambar 27. Salah Satu Penampilan SRR di <i>Feeds</i> Instagramnya @selxxx	118
Gambar 28. Salah Satu Penampilan PD di <i>Feeds</i> Instagramnya @prxxx ...	120
Gambar 29. Salah Satu Penampilan DTH di <i>Feeds</i> Instagramnya @dafxx....	122
Gambar 30. Salah Satu Penampilan SAG di <i>Feeds</i> Instagramnya @shxxx	123

Gambar 31. Salah Satu Penampilan DG di <i>Feeds</i> Instagramnya @adxxx	125
Gambar 32. Salah Satu <i>Caption</i> di Postingan SH @saxxx	127
Gambar 33. Salah Satu <i>Caption</i> di Postingan AD @urxxx	128
Gambar 34. Salah Satu <i>Caption</i> di Postingan SRR @selxxx.....	130
Gambar 35. Salah Satu <i>Caption</i> di Postingan PD @prxxx	132
Gambar 36. Salah Satu <i>Caption</i> di Postingan DTH @dafxxx	133
Gambar 37. Salah Satu <i>Caption</i> di Postingan SAG @shxxx	135
Gambar 38. Salah Satu <i>Caption</i> di Postingan DG @adxxx	136
Gambar 39. Salah Satu Interaksi SH dengan <i>Followers</i> atau Teman	145
Gambar 40. Beberapa Interaksi AD dengan <i>Followers</i> atau Teman.....	147
Gambar 41. Beberapa Interaksi SRR dengan <i>Followers</i> atau Teman.....	150
Gambar 42. Beberapa Interaksi PD dengan <i>Followers</i> atau atau Teman	152
Gambar 43. Salah Satu Interaksi DTH dengan <i>Followers</i> atau Teman	154
Gambar 44. Salah Satu Interaksi SAG dengan <i>Followers</i> atau Teman.....	156
Gambar 45. Salah Satu Interaksi DG dengan <i>Followers</i> atau Teman	158