

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tindakan seseorang yang secara sadar menyusun bagaimana dirinya untuk membentuk persepsi yang diinginkan ialah bentuk dari *self presentation*. *Self presentation* bagian terpenting agar individu mampu memahami diri dan digunakan untuk tujuan menata interaksi agar mendapatkan hasil yang diinginkan. Dalam upaya dilakukannya *self presentation* ialah untuk menciptakan kesan yang unik tentang diri sendiri dengan bertindak dengan cara tertentu (Rahmah, Permatasari and Rustham, 2019). Orang-orang yang menggunakan jejaring sosial sebagai cara untuk menunjukkan identitas mereka biasanya menampilkan "versi diri yang sangat selektif" (Chua and Chang, 2016).

Self presentation yang dibangun oleh seseorang atau individu harus sesuai dengan keinginan yang nantinya akan diterima oleh publik atau masyarakat agar bisa terbentuk keunikan tersendiri bagi dirinya yang akan diterima oleh publik atau masyarakat. Dalam penelitian (Zhao, Grasmuck and Martin, 2008) konsep presentasi diri dipahami sebagai bagian dari konsep diri yang lebih besar, yang mencakup bagaimana seseorang dipersepsikan oleh orang lain dalam konteks sosial. Identitas merupakan produk sosial yang dibentuk dalam hubungan dengan lingkungan, dan tidak sekadar ciri individual yang tetap.

Buku *The Presentation Of Self In Everyday Life* yang ditulis oleh Goffman, sejatinya manusia memiliki dua panggung sebagai ranah ia berinteraksi yaitu panggung depan dan belakang (Goffman, 1959). Presentasi diri upaya untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku

agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Untuk menyampaikan kesan yang diinginkan, tindakan sosial yang diperlukan untuk presentasi diri sangat berorientasi pada konsumsi dan bergantung pada individu untuk menggunakan tanda, simbol, merek, dan praktik tertentu (Schau and Gilly, 2003). Goffman menjelaskan, bahwa ada istilah setting yang dikenal sebagai panggung atau area pertunjukan, *front stage* dan *back stage*. Apabila diterapkan pada ranah *online self presentation* dimana ruang digital atau *online* menjadi setting sebagai *front stage* dan kehidupan *offline* menjadi setting sebagai *back stage* seseorang (Attrill, 2015). Seseorang dapat dianggap berada di “panggung depan” (*front stage*) saat seseorang tersebut membagikan postingan atau unggahan yang telah dipilih dan diatur secara hati-hati, lalu pada proses pemilihan dari postingan tersebut, proses editing, dan strategi yang tidak terlihat merupakan bagian dari “panggung belakang” (*back stage*).

Secara *online*, terdapat berbagai cara untuk mempresentasikan diri seseorang, dimulai dengan memperluas presentasi diri kita dalam interaksi langsung ke dalam aktivitas *online*, hingga memberikan persona yang berbeda sesuai keinginan masing masing individu atau seseorang tersebut. Seseorang yang melakukan presentasi diri di ruang digital *online* bertujuan agar diterima oleh orang lain atau lingkungan sekitarnya, karena itu seseorang tersebut biasanya akan berusaha menciptakan kesan tertentu untuk melakukan penyaringan dan mengatur perilakunya sesuai dengan situasi yang ada serta menunjukkan kepada pengguna lain bagaimana ia menggambarkan dirinya (Arnani, 2023).

Kemajuan teknologi yang terus berkembang, media sosial menjadi jalan utama saat ini tidak hanya membantu orang berkomunikasi, tetapi juga menghilangkan batasan antara konteks sosial, menyatukan audience dari berbagai

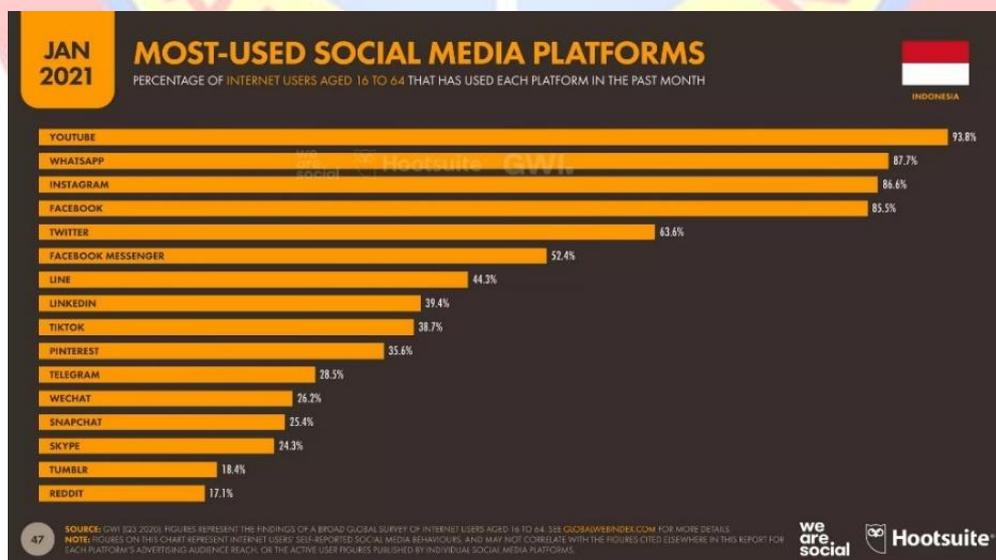
latar belakang dalam satu ruang digital (Marwick and Boyd, 2011). Orang-orang yang memanfaatkan media sosial biasanya menampilkan citra diri yang bervariasi, mereka bisa mulai dengan menampilkan diri yang sebenar-benarnya atau sepadan dengan aktivitas sehari-hari mereka, atau malah menunjukkan sisi yang bertolak belakang dari kehidupan mereka (Arnani, 2023). Media sosial kini menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas manusia. Berdasarkan laporan dari DataReportal pada 2024, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia per Januari telah mencapai 5,24 miliar orang, angka ini setara dengan 63,9% dari populasi global. Terdapat pertumbuhan sebesar 4,1% dengan tambahan 206 juta pengguna baru dalam setahun terakhir (Zelda, 2025).

Pada penelitian yang dilakukan (Krämer and Winter, 2008) menjelaskan bahwa jejaring sosial mengizinkan seseorang untuk terhubung dengan banyak sekali orang di lokasi-lokasi yang berbeda. Selain itu jejaring sosial adalah tempat yang pas untuk melakukan presentasi diri, karena dalam jejaring sosial seseorang memiliki *profile page* sendiri yang menjadi perwakilan dirinya di dunia digital. Oleh karena itu, presentasi diri memiliki dampak yang signifikan terhadap cara individu menunjukkan diri, terutama di platform media sosial. Hubungan yang terbentuk dengan orang lain di media sosial merupakan refleksi dari presentasi diri yang ditunjukkan oleh seseorang.

Pentingnya *self presentation* di media sosial mendorong seseorang untuk melakukan berbagai cara demi mendapatkan perhatian dari orang lain (Juanidi, 2021). Secara sederhana, media sosial memungkinkan seseorang untuk membuat dan mengelola identitas digital mereka sendiri yang kemudian dapat memberikan kesan tertentu kepada orang lain berdasarkan apa yang orang lain lihat.

Instagram sebagai platform berbasis visual, memungkinkan seseorang atau individu untuk membagikan aspek kehidupan mereka yang menarik untuk melalui konten atau fitur yang tersedia di Instagram. Instagram sebagai tempat untuk berinteraksi antara pengguna, di mana mereka dapat saling mengikuti atau salah satu pengguna memilih untuk mengikuti yang lain. Di platform media sosial ini, cara komunikasi lainnya adalah dengan memberikan tanda suka atau menyampaikan pendapat di bagian komentar yang ada dalam aplikasi Instagram (Arnani, 2023).

Semakin berkembang dan populernya media sosial berbasis visual dan teks seperti instagram, secara tidak sadar bahwa *self presentation* sangat penting untuk dilakukan, seperti menggunakan filter, mencari sudut yang bagus untuk berfoto sebelum akan di posting ke instagram (Ningsih and Rizal, 2020). Aktifitas ini tidak hanya tentang membagikan momen atau posting sesuatu di Instagram, tetapi juga merupakan bagian dari cara dalam mempresentasikan diri dengan strategis di dunia digital (*online*).



Gambar 1. 1 Hasil Survey We Are Social pada tahun 2021

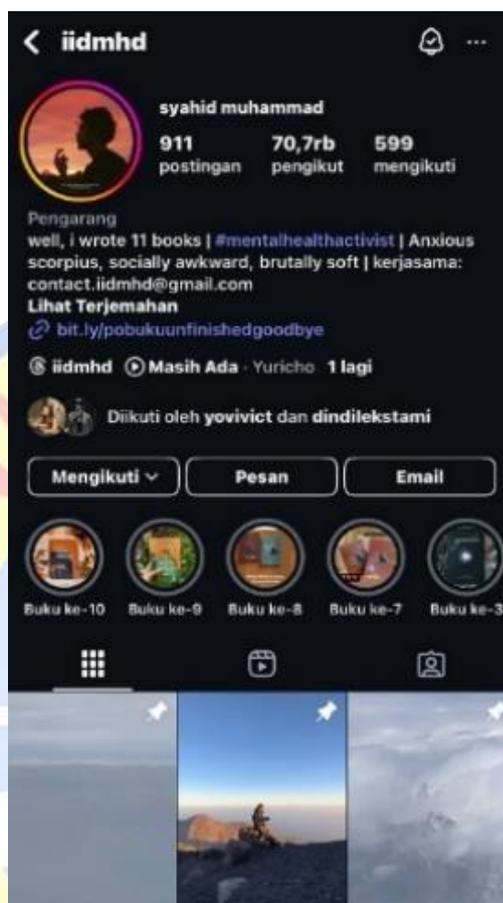
Sumber: DATAREPORTAL

Berbagai macam platforms media sosial yang ada, Instagram saat ini menjadi salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat. Dari hasil survey yang dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2021. Instagram di posisi ketiga platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah Youtube dan Whatsapp. Pada presentase pengguna Youtube di Indonesia sebanyak 93,8%, Whatsapp 87,7%, Instagram 86,6% dan Facebook 85,5% dari total 170 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia (Social, 2021).

Melalui Instagram, seseorang seolah diberikan kesempatan untuk mempresentasikan diri mereka dengan visualisasi diri sebaik mungkin, terutama dengan adanya fitur-fitur yang mendukung tujuan tersebut, seseorang seringkali melakukan *self presentation* dengan menunjukkan diri mereka yang ideal melalui gambar dan video yang mereka unggah dan bagikan (Hendraswara, Hutabarat and Hanami, 2021). Dalam kehidupan sehari-hari, proses *self presentation* berlangsung secara alami melalui interaksi secara langsung. Namun, dengan kemajuan teknologi komunikasi, terutama dengan hadirnya media sosial, proses *self presentation* mengalami perkembangan yang membentuk cara interaksi dengan *online*.

Salah satu penulis yang aktif dalam memanfaatkan media sosial Instagram dalam membangun hubungan dengan para pembacanya melalui konten atau unggahan-nya adalah @iidmhd. Ia tidak hanya bertindak sebagai penulis buku novel, tetapi juga sebagai seseorang yang membangun identitasnya digital untuk memberikan kesan yang diinginkan melalui media sosial Instagram. Akun @iidmhd yang bernama asli Syahid Muhammad ialah seorang penulis buku novel yang biasa dikenal Bang Iid mempunyai pengikut 70,70 ribu dan 911 postingan

terhitung sejak tanggal 18 April 2025. Syahid Muhammad sudah berhasil mencetak buku yang ke 10.



Gambar 1.2 Profile Akun Instagram @iidmhd

Sumber: Akun Instagram @iidmhd

Pada pra riset, Syahid Muhammad memanfaatkan Instagram tidak hanya untuk membagikan hasil karya – karya tulisanya, namun ia juga membangun citra yang baik melalui *audiens*. Dalam membangun identitas digitalnya, Syahid Muhammad menciptakan kedekatan dengan para pengikutnya, Syahid membawa hastag #mentalhealthactivist dibio Instagram-nya, ini membuktikan bahwa Syahid Muhmmad peduli terhadap dan aktif dalam isu kesehatan mental, sekaligus

menjadi branding terhadap dirinya sebagai penulis yang membahas topik mental health.

Syahid Muhammad seringkali memanfaatkan fitur – fitur yang tersedia di Instagram, yakni QnA melalui stories Instagram, membalas komentar para audiens dan lainnya.



Gambar 1. 3 Instagram *Stories* @iidmhd

Sumber: Akun Instagram @iidmhd

Akun Instagram @iidmhd tampak menciptakan kedekatan dengan para pengikutnya. Syahid Muhammad selalu memberikan jawaban mengenai pertanyaan para pengikutnya mengenai pertanyaan – pertanyaan seputar dirinya sebagai penulis buku. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial Instagram dapat

memberikan manfaat yang positif dalam membangun *self image* sebagai seseorang yang diinginkan (Laili Tanika and Muhibbin, 2023).

Berdasarkan hasil pra riset bentuk *selfpresentation* yang diposting di akun Instagram @iidmhd menegaskan posisinya tidak hanya memproduksi karyanya melalui buku novel tetapi juga mengkomunikasikan nilai-nilai dirinya melalui media sosial Instagram. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *self presentation* yang dilakukan oleh akun Instagram @iidmhd sebagai penulis, bagaimana seorang penulis Syahid Muhammad mempresentasikan dirinya sebagai penulis melalui media sosial Instagram miliknya.

Penelitian ini penting untuk memperluas teori presentasi diri yang berevolusi menjadi teori yang diterapkan secara *online* menyesuaikan dengan keadaan yang dihadapi pada saat ini dan kedepannya terutama di era kemajuan teknologi ini, dijelaskan dalam penelitian (Yuliana, 2020) bahwa penelitian tentang *online selfpresentation* pada penulis masih sedikit dan juga relatif masih baru. Lalu untuk memperluas bagaimana seseorang terutama penulis membangun identitas personalnya melalui strategi komunikasi yang terencana, dan untuk mengangkat bagaimana komunikasi interpersonal dan identitas digital yang semakin beriringan atau relevan di era sekarang.

Tabel 1.1 Perbandingan Antara @iidmhd, @valeriepatkar, dan @adhan.ahr

No	@iidmhd Syahid Muhammad	@valeriepatkar Valerie Patkar	@adhan.ahr Adhan Akram
1.	Memiliki 70,7K pengikut	Memiliki 67,8K pengikut	Memiliki 8.947 pengikut
2.	Memiliki 912 postingan	Memiliki 749 postingan	Memiliki 184 postingan

3.	Dalam berinteraksi dengan followersnya, aktif membalas komentar, repost ulasan pembaca, promisi karya novelnya	Dalam berinteraksi dengan followersnya, aktif membalas komentar, repost ulasan pembaca, promisi karya novelnya	Dalam berinteraksi dengan followersnya, aktif membalas komentar, repost ulasan pembaca, tidak terlalu mempromisi karya novelnya
4.	Aktif dalam mengikuti kegiatan diskusi literasi, terlibat dalam promosi buku, dan mengikuti kolaborasi dengan beberapa media	Aktif dalam mengikuti kegiatan diskusi literasi, dan terlibat dalam promosi buku	Tidak terlalu aktif
4.	Sudah menerbitkan 10 karya buku novel	Sudah menerbitkan 5 karya buku novel	Sudah menerbitkan 4 karya buku novel

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Peneliti sempat mempertimbangkan beberapa akun penulis yang mempresentasikan dirinya di ruang digital *online* selain akun @iidmhd. Seperti akun @valeriepatkar dan @adhan.akr, kedua akun ini sama sama mempresentasikan dirinya di Instagram, memiliki ciri khas dalam menampilkan dirinya di media sosial Instagram. Namun, setelah melakukan observasi awal, peneliti melihat kembali dari beberapa aspek, seperti tingkat aktivitas, jumlah unggahan, serta jangkauan audience yang terlihat dari jumlah pengikut. Berdasarkan hasil olah data peneliti memilih akun @iidmhd.

Peneliti memilih penulis @iidmhd dikarenakan Syahid Muhammad menggunakan Instagram untuk membangun relasi secara emosional dalam lingkup digital, beliau juga mempresentasikan dirinya atau menunjukkan dirinya sebagai penulis novel di ruang digital Instagram, ia memiliki *engagement* yang kuat dengan *followers* Instagramnya. Berdasarkan perhitungan hasil *engagement rate* Instagram pada akun @iidmhd, beliau meraih sebanyak 41,87% dengan rata-rata interaksi per posting terhitung sejak tanggal 18 April 2025.

Ini menjadikan salah satu alasan yang kuat dari peneliti untuk menjadikan @iidmhd sebagai subjek dari penelitian ini. Penelitian *online self presentation* pada pengguna Instagram akun @iidmhd sebagai penulis di ruang gital menjadi menarik untuk diteliti melalui beberapa unggahannya yang menggunakan konten video yakni, konten quotes hasil dari tulisannya yang bisa memberikan motivasi dan membuat audiens tersentuh, melihat banyaknya interaksi dari audiens yang memberikan timbal balik positif seperti like, comment dan share. Syahid Muhammad juga membagikan kehidupannya yang sederhana namun bermakna yang menjadi bagian dari strategi dalam memperkuat identitas sebagai penulis yang inspiratif dan dengan pembacanya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak (Sugiyono, 2013), karena bertujuan untuk memahami *online self presentation* yang dilakukan oleh subjek penelitian di ruang digital.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk mengangkat masalah ini dalam penelitian yang berjudul “*Online Self Presentation Pada Media Sosial (Analisis Studi Kasus Pada Akun Instagram @iidmhd)?*”. Penulis menggunakan teori *Impression Management* dari Erwing Goffman (1959) yang ada istilah *front stage* dan *back stage*, dimana *front stage* ialah panggung interaksi dan *back stage* panggung konstruksi. Didukung oleh teori lain *Impression Management 2.0* dari Kramer dan Winter (2008) memperluas teori dari Goffman dengan menyesuaikan pada konteks media sosial Instagram (*online*) yang memperkenalkan konsep dari Leary dan Kowalski yang melihat “diri” seseorang dari beberapa aspek, yaitu *Impression Motivation* dan *Impression Construction* sebagai proses untuk melihat bagaimana *online self presentation* akan tergambar sebagai satu hasil yang utuh (Leary and Kowalski, 1986).

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan masalah sebagai berikut berdasarkan latar belakang sebelumnya: “Bagaimana *Online Self Presentation* Sebagai Penulis di Media Sosial Instagram)?”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan pada rumusan masalah penelitian, berikut merupakan identifikasi masalah dalam penelitian ini:

- a. Apa strategi yang digunakan @iidmhd sebagai penulis dalam *online self presentation*?
- b. Bagaimana *front stage* dan *back stage* @iidmhd sebagai penulis di Media Sosial Instagram?
- c. Mengapa @iidmhd sebagai penulis merasa perlu membangun *online self presentation* di media sosial Instagram?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada rumusan masalah penelitian, berikut merupakan identifikasi masalah dalam penelitian ini:

- a. Untuk mengetahui apa strategi yang digunakan @iidmhd sebagai penulis dalam *online self presentation*?
- b. Untuk mengetahui bagaimana *front stage* dan *back stage* @iidmhd sebagai penulis di Media Sosial Instagram?
- c. Untuk mengetahui mengapa @iidmhd sebagai penulis merasa perlu membangun *online self presentation* di media sosial Instagram?

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan dan pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai *online self presentation* di media sosial Instagram

- b. Bagi Peneliti

Menjadi wadah dalam penerapan ilmu dan teori yang didapatkan selama menjalani perkuliahan. Selain itu dapat menambah wawasan atau pengetahuan mengenai *online self presentation* di media sosial Instagram sehingga menjadi ladang untuk saling memberikan informasi, dan saling berkomunikasi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Syahid Muhammad atau @iidmh:

Membantu meningkatkan penulisan dengan memahami bagaimana *Online SelfPresentation* melalui media sosial dan digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan branding atau karyanya tetap naik diminati oleh banyak orang.

b. Bagi Mahasiswa:

Penelitian, ini diharapkan mampu berkontribusi dalam mengembangkan Ilmu Komunikasi dan menjadi referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan studi kasus di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi.

1.6 Sistematika Penelitian Skripsi

Berikut merupakan sistematika penelitian skripsi dengan metode penelitian kualitatif:

- **BAB I PENDAHULUAN** yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, lokasi penelitian dan waktu penelitian
- **BAB II TINJAUAN PUSTAKA** yang terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu yang sesuai dan kerangka pemikiran
- **BAB III METODE PENELITIAN** yang terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci dan informan pendukung, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik keabsahan data
- **BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan** yang terdiri dari objek penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian.
- **BAB V PENUTUP** yang terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

Pengumpulan Data (Observasi dan Dokumentasi)									
Analisis Data									
Penyusunan Hasil									
Konsultasi									
Sidang Skripsi									
Revisi Akhir dan Pengumpulan									

Sumber: Olah Data Peneliti 2025

