**DRAMATURGI SYAHID MUHAMMAD
DALAM AKUN INSTAGRAM *@iidmhd* DAN BUKU DIGITAL *REHAT DULU***

***DRAMATURGY OF SYAHID MUHAMMAD
ON INSTAGRAM ACCOUNT @iidmhd AND E-BOOK REHAT DULU***

**Arief Julio Sapto Budi**Magister Ilmu Komunikasi
Pascasarajana Universitas Pasundan Bandung
Jl. Sumatera No.41 Bandung 40117
arjulio@icloud.com

***ABSTRACT***

*Syahid Muhammad is an author of the digital book Rehat Dulu and owner of an Instagram account @iidmhd with more than 60.3 thousand followers (August 2020). The posts he shared in the digital book Rehat Dulu and his Instagram account often discuss mental health issues. The appearance on the Front Stage of the actor will usually be different from the appearance on the Back Stage. The purpose of this study was to find the self-presentation pattern that was carried out by Syahid on the Front Stage and what he actually impressed of on the Back Stage, with the issue of mental disorder used as the main topic of Syahid's self-presentation. This is a descriptive qualitative research, and the method used is case-study. The primary data are taken from in-depth-interviews with Syahid himself and secondary data are from respondents and interviews with Syahid's personal social environment, readers of Rehat Dulu and followers of Instagram account @iidmhd, as well as Syahid's uploads in the @iidmhd Instagram account and posters in attached in said book. The data is analyzed by reducing the data, presenting the data with the insight of researchers' interpretation of the data in such a way that suit the pattern, and lastly verification-carry-out by drawing conclusions to answer the research questions. Referring to the results, the conclusion is that Syahid performed Dramaturgy on the Front Stage and the Back Stage by giving certain limitations to his facts. Thus, the Front Stage is a form of Personal Branding that has been conceptualized by presenting some of the facts of what he displays on the Back Stage in a holistic and more natural manner. There were no distortions of meaning in the delivery of facts on both stages, and the facts presented on both stages based on the topics raised by Syahid were validated by the Expert Informant by showing the suitability as mentioned.*

***Keywords****: Dramaturgy; Communication; New Media; Personal Branding; Mental Disorder.*

**ABSTRAK**

*Syahid Muhammad merupakan seorang penulis buku digital Rehat Dulu dan pemilik akun Instagram @iidmhd dengan pengikut lebih dari 60,3 ribu (Agustus 2020). Tulisan dan unggahan yang dibagikan dalam buku digital Rehat Dulu dan akun Instagramnya kerap membahas tentang isu kesehatan mental. Tampilan pada paggung depan (Front Stage) aktor biasanya akan berbeda dengan tampilan di panggung belakang (Back Stage). Tujuan Penelitian ini adalah untuk menemukan pola Presentasi Diri yang dilakukan oleh Syahid dalam panggung depan (Front Stage) dan apa yang diimpresikan sebenarnya dalam panggung belakang (Back Stage), dengan isu kekalutan Mental yang dijadikan topik presentasi diri yang dilakukan Syahid. Jenis Penelitian yang dilakukan adalah Deskriptif Kualitatif, yang metode penelitiannya adalah studi kasus. Data yang digunakan adalah data primer dari wawancara mendalam dengan Syahid dan data sekunder didapat dari respondensi dan wawancara pada lingkungan sosial pribadi Syahid, pembaca buku digital Rehat Dulu dan pengikut akun Instagram @iidmhd, serta unggahan-unggahan Syahid dalam akun Instagram @iidmhd dan dokumen poster dalam buku digital Rehat Dulu. Data dianalisisi dengan reduksi data, penyajian data dengan interpretasi peneliti atas data dimaksud dengan sedemikian rupa dan disajikan sesuai dengan pola, dan kemudian verifikasi dilakukan dengan menarik kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Merujuk pada hasil penelitian, kesimpulan yang diperoleh bahwa Syahid melakukan Dramaturgi pada panggung depan (Front Stage) dan panggung belakang (Back Stage) dengan memberikan batasan tertentu atas fakta yang dimilikinya. Sehingga, tampilan panggung depan (Front Stage) merupakan bentuk Personal Branding yang telah dikonsep dengan menampilkan sebagian fakta dari apa yang ditampilkannya di panggung belakang (Back Stage) yang secara menyeluruh dan lebih natural. Tidak ditemukan adanya distorsi makna dalam penyampaian fakta di kedua panggung, dan fakta yang disampaikan pada kedua panggung berdasarkan topik yang diangkat oleh Syahid telah divalidasi Informan Ahli dengan menunjukkan kesesuaian sebagaimana telah disebutkan.*

**Kata Kunci**: Dramaturgi; Komunikasi; Media Baru; *Personal Branding;* Kekalutan Mental.

**PENDAHULUAN**

Dengan media komunikasi *New Media* akun Instagram *@iidmhd,* dan buku digital, Syahid kerap menyampaikan isu-isu kesehatan mental. Syahid menggunakan teknologi *New Media* dalam mengkomunikasikan isu-isu tersebut dan mendorong penjualan buku dengan kerap mempromosikannya dalam unggahan-unggahan yang menarik.

Komunikasi *New Media* adalah merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008: 13). Sehingga, penggunanya akan memiliki kemudahan dalam melakukan proses komunikasi secara massa. Dalam hal ini, Syahid memilih Instagram sebagai salah satu bentuk *new media* yang digunakan dalam kegiatannya berkomunikasi dengan pengikutnya di akun *@iidmhd.*

Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama (Atmoko, 2012: 3). Syahid melakukan komunikasi dengan pengikutnya dengan mengunggah gambar-gambar dan tulisan yang menarik para pengikutnya untuk membaca isi/konten yang disisipkan Syahid di dalam gambar dimaksud.

Selain dengan Instagram, Syahid pun menggunakan bentuk *new media* lain dalam menyampaikan isi pesan yang lebih panjang dan ekstensif pada buku digital. Buku elektronik atau buku digital adalah buku cetak yang di ubah bentuk menjadi elektronik untuk dibaca di layar monitor (Pendit, 2008). Dengan teknologi ini, Syahid melakukan komunikasi dengan isi konten yang lebih panjang daripada unggahannya di Instagram.

Sebagai seorang aktor dalam sandiwara kehidupan, sebagaimana disebutkan oleh Goffman membagi wilayah pertunjukan untuk interaksi social menjadi panggung depan dan panggung belakang (Goffman, 1959: 60). Begitupun dengan Syahid yang menunjukkan kepada 60,3 ribu pengikut dalam akun Instagram *@iidmhd (Front Stage)* bisa berbeda dengan wilayah pertunjukan lainnya (*backstage*).

Sebagai aktor dramaturgi, Syahid pun tidak berbeda dengan manusia sebagai makhluk sosial pada umumnya yang melakukan presentasi diri untuk membentuk suatu kesan tertentu pada orang yang mengenalnya. Presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan (Mulyana, 2008: 112). Sedangkan Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada (Mulyana, 2008: 110). Dengan demikian, biasanya pelaku melakukan presentasi diri dengan menyesuaikan nilai-nilai positif yang dapat diterima oleh orang lain, maupun dirinya sendiri dan diharapkan nantinya dapat memberikan keuntungan bagi pelaku presentasi diri (Stevens & Kristoff, 1995).

Pada perilakunya di panggung depan (*Front Stage*), Syahid melakukan presentasi diri dengan melakukan *Personal Branding* sebagaimana dijelaskan Peter Montoya dalam Haroen (2014: 67-69) menjabarkan delapan konsep utama *Personal Branding* *(8 laws of Personal Branding)* yang menjadi dasar pembentukan personal brand yang hebat, yang diantaranya adalah:

1. Spesialisasi *(The Law of Specialization)*

*Personal brand* yang kuat memiliki ciri khas dalam spesialisasi yang tepat dan fokus kepada suatu kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu dalam diri individu.

1. Kepemimpinan *(The Law of Leadership)*

Masyarakat membutuhkan pemimpin di suasana ketidakpastian yang dapat memberikan arahan jelas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Memiliki *personal brand* yang dilengkapi dengan kredibilitas bisa mendapatkan kepercayaan dan kekuasaan dari masyarakat. Orang dengan personal brand yang dilengkapi kredibilitas dan kekuasaan dipandang sebagai pemimpin di bidang yang dikuasai tersebut.

1. Kepribadian *(The Law of Personality)*

Personal brand yang baik harus didasari oleh kepribadian individu yang apa ada nya, mengakui dan menerima ketidaksempurnaan dalam dirinya. Konsep yang satu ini menjelaskan bahwa individu harus memiliki kepribadian yang baik.

1. Perbedaan *(The Law of Distinctiveness)*

*Personal brand* yang efektif harus berbeda dibanding yang lainnya. Memiliki kesan yang berbeda di antara yang lain dalam bidang yang sama dapat menjadikan *personal brand* yang dibentuk menonjol dan lebih diingat di benak masyarakat.

1. Kenampakan *(The Law of Visibility)*

Untuk menciptakan *personal brand*, kegiatan *Personal Branding* harus dilakukan dan terlihat secara konsisten, terus menerus sampai akhirnya berhasil terbentuk persepsi di benak masyarakat. Konsep ini menunjukkan bahwa visibility lebih penting dari kemampuan yang dimiliki seseorang. Jika seseorang dengan kemampuan sangat menarik tetapi tidak di tunjukkan dan dipromosikan ke publik*, personal brand* dirinya tidak dapat terbentuk. Maka dari itu, untuk menjadi *visible*, seseorang harus terus memasarkan dan menunjukkan dirinya dalam segala kesempatan yang ada.

1. Kesatuan *(The Law of Unity)*

Realita yang sebenarnya dalam kehidupan sehari-hari pribadi harus sesuai dengan nilai dan perilaku yang dibentuk dalam *personal brand* nya karena etika moral dan sikap nya harus sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Hal ini harus dilakukan untuk tidak menimbulkan kepura-puraan dalam bersikap yang dapat merusak *personal brand*.

1. Keteguhan *(The Law of Persistence)*

Waktu terus berjalan, perubahan tidak dapat dihentikan dan perubahan ini menciptakan banyak trend baru. Membentuk *personal brand* memakan waktu, individu harus memperhatikan *trend* dan harus tetap teguh dengan *personal brand* awal yang dibentuk, tanpa pernah meragukan dan berniat untuk mengubahnya.

1. Nama Baik *(The Law of Goodwill*)

*Personal brand* yang lebih baik, berpengaruh dan tahan lama dapat terbentuk jika banyak orang mempersepsikan diri seseorang individu tersebut secara positif dan sebagai pribadi yang memiliki nilai ataupun ide yang bermanfaat kepada umum.

Secara garis besar, kedelapan komponen ini saling berkesinambungan untuk membentuk citra dari *Personal Branding* yang dilakukan oleh Syahid dalam kiatnya untuk menginterpretasikan diri di panggung depan (*Front Stage*). Sejalan dengan Kristen & Stevens, *8 Laws of Personal Branding* yang dijelaskan oleh Peter Montoya di atas, bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi pelaku yang melakukan tindakan presentasi diri ini.

Dalam segi materiil, Syahid mendapatkan keuntungan tersebut dengan mendapatkan keuntungan tersebut dengan semakin banyaknya penjualan buku yang mengangkat isu yang sama dengan yang dilakukannya dalam akun Instagram *@iidmhd.* Sedangkan dari segi non-materiil, Syahid mendapatkan sorotan yang cukup besar atas isu-isu yang diangkatnya, sehingga nilai-nilai dari konten komunikasi yang dilakukannya lebih memiliki arti dengan penekanan kredibilitas Syahid atas isu dimaksud.

Presentasi Diri pada Panggung Belakang (*Back Stage*) merupakan impresi menyeluruh atas apa yang dirasakan sebenarnya oleh Syahid sebagai aktor. *Back Stage* dapat didefinisikan sebagai kawasan yang tidak menyembunyikan impresi yang dimunculkan oleh aktor, tetapi justru menampilkannya secara terbuka (Medlin, 2008:43). Dalam pengertian Goffman, *Back Stage* adalah suatu kawasan pribadi aktor yang memungkinkannya menampilkan situasi yang informal dan familiar, serta memberi kesempatan untuk melakukan persiapan untuk pertunjukan mereka (Medlin, 2008: 43, 44, 85). Bila dikaitkan dengan aspek-aspek pertunjukan sang aktor, maka aspek yang ingin disembunyikan, ia sebut *Back Stage.* Dengan kata lain, Syahid akan lebih terbuka dan apa adanya ketika dia berada di dalam panggung belakang (*Back Stage*). Termasuk apa yang benar-benar dirasakannya dalam isu kekalutan mental yang kerap diangkat sebagai topik utama komunikasinya sebagai aktor di panggung depan (*Front Stage*).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui realitas panggung depan (*Front Stage*) dan panggung belakang *(Back Stage),* serta Presentasi Diri yang dilakukan Syahid pada kedua panggung dimaksud dengan menggunakan analisis teori dramaturgi dari Erving Goffman.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Pada penelitian ini, setelah peneliti mengumpulkan data dalam bentuk hasil observasi partisipan, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan maka untuk selanjutnya data tersebut akan dianlisis lebih mendalam lagi sehingga membentuk suatu kesimpulan ilmiah-alamiah yang dapat diterima oleh berbagai kalangan, terutama dalam hal ini adalah Syahid Muhammad sebagai objek penelitian dalam tesis ini dan kalangan pengikut di akun Instagram *@iidmhd*, serta pembaca buku-buku Syahid.

Beberapa alasan Peneliti memiih metode ini yaitu: pertama, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antar peneliti dan informan. Kedua, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong, 2004: 10), Dan ketiga, metode ini tidak terpaku pada satu penyampaian, tetapi elastis terhadap situasi dan kondisi yang dihadapi selama masa penelitian.

Metode Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi partisipan pada pengalaman keseharian Syahid Muhammad, dan wawancara mendalam pada kesempatan-kesempatan tertentu untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, serta dalam prosesnya Peneliti mengumpulkan dokumentasi yang mendukung penelitian ini.

Instrumen metode penelitian ini adalah dokumentasi dalam format tertulis dan juga pedoman wawancara terbuka, penggunaan teknologi *Google Forms* untuk mengumpulkan data respondensi atas informan sekunder (pengikut akun *@iidmhd*), serta fitur sosial media dalam percakapan yang dilakukan, baik melalui *video call, voice call,* maupun fitur pertukaran pesan (*messaging*) dalam aplikasi Instagram, Whatsapp, *iMessage* dan *Facetime.*

Dengan situasi global *pandemic* yang dialami saat ini, Peneliti dan para Informan harus melakukan protokol kesehatan *Physical Distancing*, dan dengan alasan tersebut, Metode Pengumpulan data berfokus pada wawancara terbuka jarak jauh dengan menggunakan dukungan teknologi yang tersedia dan wawancara tatap muka dengan mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan.

1. Observasi Partisipan dilakukan pada keseharian kehidupan Syahid yag berawal dari tahun 2013, dan difokuskan sejak awal tahun 2018.
2. Wawancara Mendalam, dilakukan pada Informan Kunci dengan menggunakan instrumen pedoman wawancara penelitian, yang berkembang dengan alur pembicaraan yang terjadi pada proses wawancara. Sehingga data yang didapat akan memiliki tambahan fokus pada hal-hal yang tidak disebutkan dalam pedoman wawancara.

Selain pada Informan Kunci, Peneliti melakukan wawancara pada Informan Sekunder yang memiliki akses Panggung-panggung untuk mendukung data observasi partisipan yang sebelumnya dilakukan. Instrumen Wawancara ini adalah Informan Sekunder yang terdiri dari:

1. Pengikut akun instagram *@iidmhd:*

Tabel 1: Informan Sekunder
Pengikut akun instagram *@iidmhd*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Nama | Akun Instagram | Hubungan |
| 1. | Ashifa | *@luthfiyyashifa* | Pengikut *@iidmhd* |
| 2. | Mukarromah | *@bintinurul\_m* | Pengikut *@iidmhd* |
| 3. | Destiani | *@deevSyahideestiiaanii* | Pengikut *@iidmhd* |
| 4. | Rahimah | *@\_srahimah* | Pengikut *@iidmhd* |
| 5. | Ningrum | *@pratiwiwahyun98* | Pengikut *@iidmhd* |
| 6. | Hana | *@cantikahanah* | Pengikut *@iidmhd* |
| 7. | Afra | *@zaahiraf* | Pengikut *@iidmhd* |
| 8. | Kamila | *@wavv\_\_* | Pengikut *@iidmhd* |
| 9. | Fadillah | *@\_fhfadillah* | Pengikut *@iidmhd* |

Sumber: Peneliti, 2020

1. Lingkungan Sosial Terdekat *(inner circle*) Syahid (merupakan nama panggilan):
2. Imeh: Mantan Kekasih Syahid (2013 – 2017);
3. Budhi: Sahabat Syahid;
4. Irva: Mantan Kekasih Syahid (2014);
5. Bella: Sahabat Syahid (2014).
6. Informan Ahli: Psikiater Syahid dalam menghadapi Kekalutan Mentalnya; dr. Fiddina Mediola, Sp. KJ.
7. Studi Kepustakaan, dilakukan dengan menghimpun informasi yang relevan dengan topik pada buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, jurnal, internet, dan sumber-sumber lainnya.

Setelah melakukan pengumpulan data di atas, Peneliti melakukan proses analisis data dengan mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar (Patton dan Moleong, 2012).

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis yang menjadi suatu kesimpulan yang dapat diterima ataupun ditolak. Analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis. Salah satu cara yang dapat dianjurkan ialah dengan mengikuti langkah- langkah berikut:

* 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)
	2. Penyajian Data (*Data Display*)
	3. Kesimpulan/ Verifikasi (*Conclussion Drawing / Verification*)

Dalam proses analisis, Peneliti melakukan Interpretasi dalam Penyajian Data *(Data Display)* penelitian. Nasution (2003) menjelaskan “Interpretasi menggambarkan perspektif atau pandangan peneliti, bukan kebenaran. Kebenaran hasil penelitian masih harus dinilai orang lain dan diuji dalam berbagai situasi lain. Hasil interpretasi juga bukan generalisasi dalam arti kuantitatif karena gejala sosial terlampau banyak variabelnya dan digeneralisasi. Generalisasi di sini lebih bersifat hipotesis kerja yang senantiasa harus diuji kebenarannya dalam situasi lain” (Elvinaro, 2010: 215).

Proses selanjutnya yang dilakukan adalah Keabsahan / Validitas Data yang dilakukan dengan Triangulasi Data. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data (Rahardjo, 2010).

Pada Penelitian ini, Triangulasi dilakukan pada Informan Sekunder Penelitian di ruang lingkup sosial Syahid Muhammad yang meliputi kekasih dan sahabat terdekat Syahid untuk mendapatkan data *Back Stage* yang dilakukan Syahid, pembaca yang sekaligus pengikut Instagram *@iidmhd* untuk mendapatkan data *Front Stage* yang dilakukan Syahid, serta Psikiater Syahid sebagai Informan Ahli yang memiliki akses data atas data penelitian yang dibutuhkan.

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung, Kota Jakarta, dan kota-kota lainnya dimana Informan Kunci melakukan tur promosi buku nya, serta dengan kondisi *global* *pandemic* COVID-19 saat ini, Peneliti melakukan Penelitian dibantu dengan teknologi yang tersedia (*e-mail, chat and messenger, social media instagram, video conference, google forms*, dll.), dengan waktu menyesuaikan kesediaan masing-masing Informan untuk melakukan sesi wawancara secara individual.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Realitas Panggung Depan (*Front Stage*)

Syahid menujukkan dirinya sebagaimana diri Syahid yang apa adanya, seorang yang canggung secara sosial, dan sangat lembut. “*Socially awkward, brutally soft*” (Instagram *@iidmhd*, 2020). Baik dalam tulisannya di buku digital Rehat Dulu, dan terlebih pada unggahan di Instagram, dimana Syahid seringkali ditemukan mengunggah pengalaman pribadinya ke dalam bentuk konten yang dapat dinikmati oleh pengikutnya, karena Syahid memoles pengalaman tersebut dengan bentuk persepsi diri dalam melihat pengalaman tersebut, dan keahliannya dalam menulis, menghasilkan suatu bentuk unggahan yang kaya akan makna dan tetap ringan untuk dipahami maksudnya oleh pengikutnya yang lain.

Apa yang Syahid tampilkan di panggung depan (*Front Stage*) merupakan cerminan dari keresahan-keresahan dari kekalutan mental yang Syahid alami. Hampir setiap unggahan yang Syahid lakukan pada akun Instagramnya, merupakan suatu bentuk pengeluaran dari hasil pemikiran Syahid atas kekalutan mental yang dirasakannya. Namun, dalam melakukan hal tersebut, Syahid memberikan makna implisitnya dengan “... membuat cerita seolah-olah mengatakan keresahan dalam bentuk cerita yang lain” (Wawancara Syahid, 08 Agustus 2020). Sehingga, para pengikutnya masih dapat menerimanya dengan baik.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kekalutan mental yang Syahid miliki nampak pada presentasinya yang dilakukan dalam unggahannya di sosial medianya, hal ini menurut Branca (1964: 52) merupakan perilaku non-refleksif atau operan lain, yang dikendalikan atau diatur oleh pusat kesadaran atau otak untuk kemudian diproses dan direspon dengan sebagaimana Syahid melakukannya di panggung depan.

Syahid menyadari hal tersebut, dan kemudian membentuk dirinya sesuai dengan ekspektasi diri sebelum menampilkan dirinya ke panggung depan melakukan presentasi diri yang dilakukan. Peneliti menemukan hal ini adalah salah satu kekuatan Syahid yang belum tentu aktor lain dengan kondisi yang sama memiliki kemampuan yang sama atas kondisi ini. Syahid membuat kekalutan mental yang dimilikinya sebagai sebuah kualitas untuk didentifikasi oleh para pengikutnya dan pembaca bukunya tersebut. Dalam penelitian ini, Syahid menyatakan melakukan *Personal Branding* di sosial media nya. Syahid menggunakan kekalutan mental sebagai dasar dari *Personal Branding* yang dilakukan untuk dapat mempresentasikan diri di panggung depannya. Dalam jurnal berjudul *Personal Branding* Prabowo Subianto karya Hendro Agus Prakoso (Vol. 7, No.1, 2015: 19), Willian Aruda dalam Rampesad (2008) menyebutkan:

*Personal Branding* sebagai cara – cara mengidentifikasikan dan cara mengkomunikasikan keunikan dan hal lain yang membuat diri secara unik, relevan dan menarik agar dapat membedakan dirinya dari orang lain dan meningkatkan karir atau bisnisnya.

Keunikan yang dimiliki Syahid adalah kekalutan mentalnya yang telah ia proses sebagaimana rupa sehingga menjadikan presentasi diri yang layak untuk ditampilkan pada audiens nya di khalayak Instagram dan pembaca bukunya tersebut. Dan hal ini terbukti dengan pengikut akun Instagramnya, *@iidmhd* yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Serta penjualan beberapa judul bukunya yang telah dicetak ulang hingga ke-7 kalinya. Menurut Montoya dalam Haroen (2014: 67-69) menjabarkan delapan konsep utama *Personal Branding* (8 Laws of *Personal Branding*) yang menjadi dasar pembentukan Personal Brand yang hebat. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Syahid telah berhasil memenuhi 8 konsep utama tersebut (Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Kenampakan, Kesatuan, Keteguhan, dan Nama Baik).

Dalam hal Spesialisasi, Peneliti menemukan bahwa Syahid berhasil mendapatkan kekhususan atas presentasi dirinya sebagai “Seorang Penulis yang mengangkat isu-isu kesehatan mental yang relevan bagi pengikutnya dan disampaikan secara ringan sehingga mudah untuk diminati”. Kekalutan Mental atau *mental disorder* merupakan bentuk gangguan pada ketenangan batin dan harmoni dari struktur kepribadian (Kartini Kartono, 2001:229). Hal ini tentu saja membutuhkan proses dan usaha yang cukup keras dari Syahid untuk dapat mendobrak stigma yang ada pada standar sosial yang ada. Karena Peneliti sadari pada awal Syahid bergabung di sosial media Instagram (2012) dan menulis blog (2014), isu kesehatan mental di Indonesia masih menjadi hal yang tabu untuk dibahas, bukan hanya di kapasitas perbincangan umum, seperti seminar, dll, bahkan dalam perbincangan komunikasi antarpersonal, hal tersebut masih dirasakan tabu.

Tetapi, Syahid berhasil menembus itu semua dan muncul sebagai seseorang yang berani menunjukkan bahwa hal itu (kekalutan mental) wajar untuk dirasakan oleh siapapun, dan Syahid menjadikan dirinya sebagai sebuah pedoman dan teladan dengan unggahan-unggahannya di Instagram, serta tulisannya di buku yang kerap membahas isu kesehatan mental dan kekalutan mental tersebut.

Spesialisasi ini didukung dengan konsep kepemimpinan yang Syahid lakukan dengan memfokuskan diri pada kekuatan yang dimiliki bahwa ia memiliki spesialisasi dan menjadi salah satu pelopor yang mampu mengangkat isu kesehatan mental ke publik tanpa diiringi dengan stigma. Serta mendukung para pengikutnya untuk dapat bekerja sama untuk berjuang menghadapi kondisi yang dihadapi, sehingga menimbulkan kepercayaan dari para pengikutnya untuk dapat meneruskan perjuangan memerangi kekalutan mental dalam kapasitasnya sebagai penulis dan pemilik akun instagram.

Dalam melakukan tindakannya tersebut secara konstan, Syahid pun memunculkan kepribadiannya yang canggung dan sangat lembut ke hadapan audiens dengan bersikap sebagaimana konsep diri Syahid dalam unggahannya. Dari hasil penelitian terhadap pembahasan ini, Peneliti menemukan sebuah karakter yang Syahid ciptakan sendiri untuk menampilkan konten-konten yang mendukung spesifikasi, kepemimpinan dan konsep *Personal Branding* lainnya di hadapan audiens. Peneliti tidak menemukan adanya distorsi kepribadian atas yang Syahid lakukan pada panggung depan ini, namun Peneliti menyadari bahwa ada lapisan kepribadian Syahid yang tidak ditunjukkan dalam panggung depan ini. Dan Peneliti menghargai apa yang Syahid lakukan, karena menurut Montoya (2012), *Personal Branding* harus didasari oleh kepribadian indvidu yang apa adanya, ... (tetapi) individu harus memiliki kepribadian yang baik. Peneliti tidak menginterpretasikan kepribadian Syahid adalah kepribadian yang buruk, tapi untuk kepentingan *Personal Branding*, sebagaimana diungkapkan Mulyana (2010) aktor harus “dapat menyembunyikan kesenangan-kesenangan yang tidak kompatibel dengan perannya saat itu...”.

Sehingga, kepribadian akan menonjol dan mendukung konsep spesialisasi yang telah diungkapkan sebelumnya. Peneliti menemukan dengan teknik yang dilakukan ini, Syahid tidak mendapat komplikasi atas *Personal Branding* yang dilakukan, karena semuanya itu menunjukkan satu nilai yang sama. Dan nilai-nilai tersebut merupakan konsep perbedaan Syahid dengan apa yang pengguna instagram dan penulis buku lainnya miliki. Syahid memiliki nilai yang tidak dimiliki individu yang memiliki jalur karir serupa di bidangnya, sehingga audiens akan langsung mengenali Syahid. Hal ini Peneliti temukan dari hasil observasi terhadap unggahan Syahid di Instagram *@iidmhd*, setelah sekian lama membaca buku dan mengobservasi panggung depan Syahid, Peneliti dapat mengenali unggahan Syahid dari unggahan-unggahan penulis lainnya. Sejalan dengan temuan tersebut, responden yang mengikut instagram *@iidmhd* pun memiliki kemampuan serupa, sehingga banyak diantaranya dapat mengetahui isi konten buku yang Syahid tulis sebelum membaca keseluruhan buku tersebut.

Peneliti pun menemukan konstansi unggahan yang dilakukan Syahid. Dari isi konten tersebut, Syahid menunjukkan konsep-konsep *Personal Branding* dan menebalkan citra diri yang dimiliki. Dan unggahan yang dilakukan secara konstan itu membantuk konsep kenampakan sebgaiamana Montoya (2012) jelaskan *Personal Branding* harus dilakukan dan terlihat secara konsisten, terus menerus sampai akhirnya berhasil terbentuk persepsi di masyarakat.

Syahid melakukan unggahan-unggahan tersebut secara terkonsep dan berkala, sesuai dengan situasi yang dihadapi, tetapi setiap konten yang diunggahnya memiliki satu topik yang sama, baik dari buku, unggahan-unggahannya, maupun ketika Syahid bertemu secara langsung dengan penggemarnya dalam acara-acara yang dihadiri, baik itu seminar, maupun, promosi buku. Baik dari cara Syahid menyampaikan isi pesan, maupun ketika merespon komunikasi yang terjadi diantaranya. Dan konsep tersebut menimbulkan kesatuan dari konsep spesialisasi atas aplikasinya dalam keseharian dan tindakan Syahid dalam panggung depan.

Dan dalam kondisi pandemi yang mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia, Syahid berusaha untuk dapat terus berkarir dan menerbitkan buku dengan teknik buku digital yang menjaga kondisi kesehatan audiens nya yang diharuskan untuk beraktivitas di dalam rumah. Sebagaimana diketahui, bahwa situasi pandemi ini bukan hanya mempengaruhi aspek materiil kehidupan manusia, tetapi aspek psikologi dari setiap individu pun terpengaruh. Pada bulan Maret 2020, Psikolog Klinis, Esmeldah mengatakan “Ketika kita stres, kan kita psikosomatis juga, jadi kita bingung, ini kok aku sesak, ngerasa sesak, padahal kan bisa jadi sesak itu karena cemas” (Kompas, 2020). Dan mengetahui kondisi tersebut, dengan kapasitasnya sebagai seorang penulis yang mengangkat isu kesehatan mental, Syahid menerbitkan buku Rehat Dulu, dalam bentuk digital. Bukan hanya teknik penerbitan ini memberikan rasa aman pada pembacanya karena terhindar dari keharusan keluar rumah, tetapi juga konten dalam buku ini sangat relevan pada kondisi yang tidak menentu di pandemi covid-19. Dan Peneliti mengkategorikan tindakan Syahid ini sebagai konsep keteguhan yang dilakukan dalam menghadapi situasi dan kondisi tertentu untuk *Personal Branding*-nya.

Sehingga, dari hasil pembahasan penelitian, diketahui panggung depan Syahid adalah bentuk *Personal Branding* berdasarkan kekalutan mental yang dialaminya sendiri, sebagaimana dijelaskan oleh Mubasyaroh (2013: 30) “Orang yang sehat mentalnya akna mudah menyesuaikan diri terhadap untutan lingkungannya ...”. Dan dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa pengalaman-pengalaman Syahid menunjukkan kesulitannya dalam memenuhi tunutan lingkungan dalam persepsi diri Syahid. Pengalaman-pengalaman tersebut dijadikan Syahid sebagai sebuah konseptual diri yang dapat membentuk *Personal Branding* yang dilakukan dengan menyesuaikan 8 konsep utama *Personal Branding* yang diungkapkan oleh Montoya (2002).

1. Realitas Panggung Belakang (*Back Stage*)

Berbeda dengan panggung depannya, Syahid menampilkan diri pada panggung belakang serta impresi nyata dengan tidak menyembunyikan diri karena citra diri yang tampak pada orang-orang yang berada di panggung belakangnya ini. Panggung belakang pada penelitian ini digambarkan Peneliti sebagai ruangan belakang panggung yang dikunci, dan hanya orang-orang tertentu yang memiliki kunci akses terhadap ruang dimaksud. Apa yang terjadi di dalam ruangan tersebut merupakan suatu fakta mendalam yang tidak dibagikan Syahid pada panggung lainnya. Sehingga, tidak semua orang dapat mengakses kedalaman fakta dimaksud pada Syahid.

Sebagaimana dijelaskan Mulyana dari pernyataan Goffman “Sedangkan *backstage* merujuk pada tempat atau peristiwa yang memungkinkan aktor melakukan persiapan peran untuk *frontstage*” (Mulyana, 2010: 114). Perisitiwa disini dimaksudkan pada kejadian-kejadian yang dialami oleh Syahid sebagai aktor, dan bagaimana Syahid merespon dengan menunjukan impresi diri yang faktual tanpa mempertimbangkan citra diri yang mungkin muncul dari impresinya tersebut. Sedangkan persiapan peran dapat Peneliti artikan sebagai sebuah konsep persepsi diri Syahid yang telah terbentuk sebelumnya untuk memproses semua fakta yang dimiliki dan memilah fakta mana yang akan disampaikan pada panggung depan dengan mempertimbangkan kapasitas audiens pada panggung depan dan kepentingan fakta yang disampaikan berdasarkan standar persepsi yang Syahid miliki.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Syahid memiliki kondisi gangguan kesehatan mental berbentuk depresi ringan yang telah divalidasi oleh dr. Fiddina Mediola, Sp.KJ dengan sesi wawancara tersendiri. Menurut dr. Mediola, Syahid telah melakukan sesi terapi sejak tahun 2019 lalu dengan metode psikoedukasi dan *support therapy.* Dan hal tersebut menjadikan penjelasan panggung belakang yang Syahid lakukan berputar pada kondisi kesehatan mental Syahid.

Karena pada panggung depan, Syahid menunjukkan konten-konten yang terkait dengan isu kesehatan mental. Dan pada panggung belakang ini, Peneliti menemukan alasan pemilihan topik pada konten yang ditunjukkan pada panggung depan tersebut. Kekalutan mental yang dialami Syahid merupakan sebuah bentuk kecemasan berlebih yang mengganggu fungsi kejiwaan (Mubasyaroh, 2013).

Dari hasil penelitian ini, Peneliti menemukan perbedaan antara panggung depan dan panggung belakang yang dilakukan Syahid dalam dramaturgi yang dilakukan Syahid. Tidak ada distorsi makna maupun fakta yang Syahid lakukan pada panggung depan dalam perbandingannya dengan pertunjukkan panggung belakangnya. Namun, sebagaimana dijelaskan sebelumnya, terdapat perbedaan kedalaman makna yang Syahid tunjukkan pada panggung-panggung dimaksud.

Hal ini dijelaskan oleh Syahid yang merasa tidak memiliki tanggung jawab untuk memperihatkan keseluruhan yang terjadi pada dirinya. Sebagaimana dijelaskan oleh Goffman “... aktor merasa perlu melaksanakan berbagai teknik untuk menyembunyikan hal-hal yang dapat mengurangi idealisasi diri tersebut” (Mulyana, 2010: 116). Idealisasi diri dimaksudkan dengan presentasi diri yang Syahid bentuk berdasarkan ekspektasinya akan konsep diri seperti apa yang ingin Syahid tampilkan di panggung depan.

Tetapi, dalam penelitian pun ditemukan bahwa Syahid tidak berusaha menyembunyikan hal dimaksudkan, melainkan memerangkan peran tertentu, yang tidak berkeharusan untuk menunjukkan keseluruhan fakta yang ada. Hanya beberapa yang dianggap ideal dan sejalan sehingga tida adanya perasaan membohongi audiens maupun diri sendiri atas pertunjukkan di panggung depan.

Kekalutan mental yang menjadi topik utama dramaturgi yang Syahid lakukan menjadi topik pembahasan juga pada panggung belakang yang diberikan aksesnya pada orang-orang terdekat Syahid. Pada penelitian ini, sebagaimana dijelaskan di awal penelitian, orang-orang dimaksud terdiri dari Imeh, yang menjalin hubungan romantis dari tahun 2013 hingga 2017; Budhi, sahabat sejak tahun 2012; Irva, mantan kekasih dari 2014; dan Bella, sahabat Syahid yang juga adalah rekan penulis Syahid.

Dari penelitian ini ditemukan, bahwa pembahasan yang dilakukan oleh Syahid pada orang-orang di panggung belakang ini berputar di konteks kekalutan mental, pengalaman pribadi Syahid terkait dengan kecemasan, dan pemikiran-pemikiran Syahid terhadap kondisi-kondisi dimaksud. Dalam beberapa sesi wawancara ini, Peneliti menemukan kedalaman makna atas fakta yang dibagikan Syahid di panggung belakangnya. Dan pengalaman serta pembahasan yang dilakukan di panggung belakang, Peneliti analisa sebagai salah satu cikal-bakal presentasi diri yang dilakukan di panggung depan, hanya dalam kapasitas kedalaman yang berbeda.

Untuk memulai sebuah pertunjukan perlu adanya sebuah ide yang bersumber dari satu gambaran atau panduan yang kemudian dapat dielaborasikan lebih lanjut menjadi serangkaian tindakan, atau satu skrip utuh yang terperinci. Goffman juga menunjukkan bahwa panduan lain dapat dipergunakan, seperti tema (arahan mengenai gerakan maupun perangkat yang harus ada) serta plot (peran dan indikasi mengani langkah-langkah yang harus dituju untuk mencapai tujuannya (Medlin, 2008: 35).

Peneliti menemukan bahwa persiapan yang dilakukan Syahid di panggung belakang, baik disadari maupun tidak, merupakan sebauh konsep wacana atas presentasi yang dilakukan pada panggung depannya. Kekalutan mental yang merupakan salah satu topik yang sering dibahas dan dipermasalahkan Syahid pada panggung belakang ini, menjadikan sebuah konsep dasar yang kemudian dielaborasikan dalam bentuk tulisan-tulisan di buku-bukunya, serta unggahan-unggahan sosial media Instagramnya.

Dari teknik pelaksanaan di panggung belakang pun, Peneliti menemukan perlu adanya pengaturan (*setting*) untuk menumbuhkan mood Syahid dalam bercerita. Hasil wawancara dengan Budhi menunjukkan bahwa “semakin malam, semakin dalam cerita yang dibagikan”. Sedangkan, hasil wawancara dengan Imeh, situasi ruangan dan waktu perbincangan dapat mempengaruhi kedalaman cerita yang Syahid lakukan. Sehingga, Peneliti berkesimpulan bahwa dalam pelaksanaan panggung belakang yang dilakukan Syahid, bukan hanya harus memiliki kesan natural yang tidak memaksakan satu atau lainnya untuk bercerita, namun juga pengaturan ruang, tempat dan waktu dapat mempengaruhi. Hal ini dapat peneliti konfirmasi dengan pengalaman mengobservasi dan wawancara mendalam yang dilakukan dengan Syahid, semakin natural dan semakin malam observasi dan wawncara dilakukan, semakin mendalam dan nyaman Syahid menjawab pertanyaan secara natural, seolah dia sedang bercerita kepada salah satu orang di panggung belakangnya. Lebih lanjut, Medlin mengatakan “Pemilihan panggung juga merupakan tahap yang krusial bagi kesuksesan sebuah pertunjukan dramaturgi, karena lokasi yang tercipta memberikan indikasi mengenai waktu serta suasana pertunjukan (Medlin. 2008: 36).

Goffman pun secara khusus memberikan penekanan kepada sifat simbolik interaksi manusia dan pertukaran makna di antara orang-orang melalui simbol (1956:1). Peneliti menemukan bahwa makna yang disampaikan oleh Syahid disampaikan tidak hanya melalui pesan atau informasi yang disampaikan saja, melainkan gestur, emosi atau simbol-simbol lainnya yang tersisipkan dalam proses penyampaian menambah makna yang disampaikan. Dalam satu kesempatan wawancara, Syahid menyampaikan kecemasan berlebihnya dengan memberikan penekanan pada kata-kata tertentu, dan juga gestur tubuh yang menunjukkan bagaimana pentingnya penekanan pada satu atau beberapa hal di komunikasi yang dilakukan memberikan makna lebih mendalam dari informasi yang disampaikan.

1. Presentasi Diri pada Penggung Depan dan Panggung Belakang

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa Presentasi Diri yang dlakukan oleh Syahid pada Panggung Depan dan Panggung Belakang merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Peneliti tidak menemukan adanya distorsi makna atas presentasi yang dilakukan Syahid pada kedua panggung.

Namun demikian, Peneliti dapat menyimpulkan bahwa dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan kedalaman yang berbeda atas presentasi diri yang dilakukan di kedua panggung tersebut. Pada panggung depan, Syahid lebih menyaring informasi-informasi yang dirasa tidak diperlukan untuk kebutuhan presentasi dirinya, yang diaplikasikan dalam tindakan *Personal Branding*. Sebagaimana dijelaskan Haroen bahwa personal brand yang diciptakan oleh seseorang tidak boleh merendahkan dan bersifat menipu, karena personal brand yang kuat harus merepresentasikan karakter diir orang tersebut dan dibangun berdasarkan nilai, kelebihan dan juga kekurangan dirinya sendiri (Haroen, 2014:13).

Syahid menunjukan kualitas dan karakter dirinya di panggung depan tanpa bersifat menipu, karena apa yang ditunjukkan adalah fakta yang dimiliki oleh Syahid, namun kedalaman yang ditunjukan pada panggung depan tidak sama dengan apa yang ditunjukkan di panggung belakang. Hal ini bisa ditunjukkan dengan adanya temuan fakta pada panggung belakang yang tidak ditemukan di panggung depan, tetapi apa yang Syahid tunjukkan di panggung depan, tercakup dalam tampilan di panggung belakang. Serta, teknik yang dilakukan di panggung depan untuk menyampaikan sebuah makna dan/atau fakta yang Syahid miliki dilakukan dengan menyampaikannya dalam “bentuk cerita lain yang memiliki kesamaan nilai makna, tetapi kedalaman atas cerita lain tersebut tidak eksplisit, hanya orang-orang yang memiliki pengetahuan atas fakta tersebut yang mampu mengakses makna yang secara implisit disampaikan dalam bentuk cerita tersebut.

*Personal Branding* yang dilakukan Syahid di panggung depan, Peneliti anggap berhasil ditunjukkan dengan hasil observasi dan responden yang dilakukan terhadap para pengikutnya di Instagram yang menunjukkan kesan yang Syahid coba bentuk dari tindakan *Personal Branding* tersebut. Serta, dibuktikan dengan respon positif yang selalu diterima Syahid dalam unggahan sosial media dan penerbitan buku-bukunya tersebut.

Syahid melakukan kontrol terhadap informasi yang terpapar di panggung depan, hal ini dilakukan dengan upaya sebisa mungkin untuk menjaga terpisahnya panggung depan dan belakang (Medlin, 2008: 43). Pada panggung belakang, Presentasi yang Syahid lakukan adalah bersikap apa adanya tanpa batasan tertentu yang diaplikasikan pada panggung depan. Pada panggung belakang, Syahid terlihat lebih bebas untuk melakukan ekspresi dan menunjukkan impresinya pada topik topik pembahasan, seperti pada kekalutan mentalnya. Syahid menjadikan dirinya seterbuka mungkin dalam usahanya untuk “bekerja sama” dan “diajak kerja sama” untuk kesembuhan yang diharapkannya.

Penelitian yang dilakukan ini, membuka pengetahuan Peneliti atas kondisi sebenarnya yang Syahid lakukan, dan bagaimana perbedaan yang muncul dari presentasi diri Syahid pada panggung depan dan panggung belakangnya berdasarkan kedalaman makna dan cara Syahid melaukan presentasi tersebut untuk menimbulkan kesan dan makna pada orang-orang yang terdapat di panggung-panggung dimaksud.

**PENUTUP**

Dramaturgi yang dilakukan Syahid dalam akun Instagram *@iidmhd* dan buku digital *Rehat Dulu* adalah satu kesatuan yang tidak bisa dilepaskan dan dipisahkan antara Panggung Depan (*Front Stage*) dan Panggung Belakang *(Back Stage*). Karena apa yang Syahid presentasikan melalui tindakan *Personal Branding* merupakan bentuk presentasi diri yang telah Syahid sesuaikan dengan kapasitas audiens atas fakta yang dimiliki Syahid dalam Panggung Belakang (*Back Stage*). Sehingga, tidak ditemukan adanya distorsi makna yang Syahid lakukan pada Presentasi Diri yang dilakukan di kedua panggung, bahkan kedua presentasi diri yang dilakukan berkesinambungan atas kepribadian Syahid sebagaimana yang diketahui oleh lingkungan kedua panggung sandiwara kehidupan Syahid.

Peneliti menyadari bahwa adanya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini. Hal ini tidak lepas dari beberapa kendala dalam pelaksanaan penelitian di masa pandemi COVID-19 yang membuat kondisi kehidupan sosial manusia dibatasi untuk mengurangi penyebaran virus. Hal tersebut juga, mengakibatkan keterbatasan akses Peneliti terhadap beberapa informan dan data yang dapat diakses melalui mereka, sehingga kedalaman dan penajaman atas sudut pandang tertentu menjadi muncul, dan membatasi penelaahan lebih lanjut atas beberapa aspek temuan pada penelitian ini.

Lebih lanjut, dengan keterbatasan penelitian atas kondisi pandemi ini, Peneliti merasa bahwa terdapat kemungkinan penelitian lebih lanjut dengan sudut pandang penelitian yang berbeda: Penelitian Psikoanalisis Kepribadian atas Kekalutan Mental Syahid (bidang Psikologi), maupun pendalaman terhadap kehidupan masa kecil Syahid dengan keluarga (Mama, dan adik-adiknya) dalam sudut pandang penelitian Pola Komunikasi.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam penelitian ini, banyak yang terlibat dalam proses penyelesaiannya. Peneliti berterima kasih kepada Dr. Sutrisno, M.Si, selaku Pembimbing I dan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi di Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung, Dr. Mahi M. Hikmat, M.Si, selaku Pembimbing II di Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung, serta staff pengajar dan administrasi yang membantu kelancaran jalannya penelitian ini.

Selain itu, Peneliti berterima kasih kepada Syahid Muhammad, selaku informan kunci dan sahabat dari Peneliti yang telah bersedia membuka diri pada kesempatan-kesempatan yang diberikan dalam proses penelitian, sehingga Peneliti dapat menemukan data-data yang dibutuhkan dalam penyelesaian penelitian. Serta teman-teman dan sahabat Peneliti yang membantu dan menyemangati Peneliti untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Atmoko, Bambang Dwi. 2012*. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.* Jakarta: Media Kita. **(Buku)**

Elvinaro, Ardianto. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media. **(Buku)**

Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Seelf in Everyday Life*. Jakarta: Erlangga. **(Buku)**

Halim, Devina. 2020. *Psikolog soal Psikosomatis saat Pandemi Covid-19 Sesak itu karena cemas.* <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/29/15521921/psikolog-soal-psikosomatis-saat-pandemi-covid-19-bisa-jadi-sesak-itu-karena>. **(konten website)**

Haroen, D. 2014. *Personal Branding.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. **(Buku)**

Medlin, A. K. 2008. *Bargain Theater: A Dranaturgical Analysis of a Flew Market.* Alabama: Auburn University. <https://etd.auburn.edu/handle/10415/1252>. **(Jurnal)**

Moleong Lexy J. 2012*. Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya. **(Buku)**

Mondry. 2008. *Teori dan praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia. **(Buku)**

Montoya, Peter. 2002. *The Personal Branding Phenomenon.* Nashville: Vaughan Printing. **(Buku)**

Mubasyaroh. 2013. *Pengenalan Sejak Dini Penderita Mental Disorder.* Jurnal STAIN Kudus, Vol.4, No.1, Juni 2013. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/konseling/article/download/1073/985>. **(Jurnal)**

Muhammad, Syahid. 2020. *Rehat Dulu.* **(Buku Digital)**

Muhammad, Syahid (*@iidmhd*). 2020. Instagram Posts, 2012 – 2020. **(konten sosial media)**

Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.* Bandung: Remaja Rosdakarya. **(Buku)**

Pendit, Nyoman S. 2008. *Ilmu Pariwisata.* Jakarta: Alfabeta. **(Buku)**

Prakoso, Hendro Agus. 2015. *Personal Branding Prabowo Subianto.* Vol. 7 No. 1. <http://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/download/2443/1700>. **(Jurnal)**

Rahardjo, Mudjia. 2010. *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif.* <http://www.uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>. **(Jurnal)**

Stevens, C. K. dan Kristof, A.L. 1995. *Making the Right Impression: A Filed Study of Applicant Impression Management During Job Interviews.* Journal of Applied Pyschology, 80, 587-606. <https://www.researchgate.net/publication/227515422_Ingratiation_and_Self-Promotion_in_the_Selection_Interview_The_Effects_of_Using_Single_Tactics_or_a_Combination_of_Tactics_on_Interviewer_Judgments>. **(Jurnal)**