

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial merupakan salah satu dari perkembangan internet (lingga, 2019). Memiliki kamera berkualitas tinggi pada *smartphone* membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan, orang akan memudahnya mengambil gambar dimanapun dan kapanpun, setelah itu diupload ke media sosial. Jenis media sosial yang biasa digunakan antara lain Facebook, Twitter, dan Instagram. Kebutuhan media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur Hal yang paling penting dari teknologi adalah terjadinya pergeseran cara mngetahui orang membaca dan membagi cerita, serta mencari informasi dan konten.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer di Indonesia, memiliki peran yang sangat menonjol di kalangan mahasiswa. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023, terdapat 215 juta pengguna internet di Indonesia, dan mayoritas berasal dari kelompok usia 19–34 tahun—kelompok usia yang mencakup sebagian besar mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi media utama dalam kehidupan sosial dan komunikasi mahasiswa.

Instagram singkatan dari kata “instan”. Kata “*instan*” atau “*insta*” seperti polaroid yang dulu dikenal dengan “foto instan”. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*Telegram*”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan infomasi dengan cepat. Dengan demikian Instagram mengandung arti dapat menampilkan foto-foto secara instan dan disampaikan dengan cepat (Miranda & Lubis, 2017). Secara sederhana pengertian Instagram adalah situs jejaring sosial yang mengutamakan berbagi foto atau video kepada para pengguna lainnya. Atmoko (2012:3) Instagram merupakan layana 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.

Hasil survey www.datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

instagram memiliki 100,9 juta pengguna pada awal 2024. Angka-angka yang direvisi secara berkala menunjukkan bahwa jangkauan iklan Instagram di Indonesia setara dengan 36,2 persen dari total populasi pada awal tahun. Data yang di publikasikan di alat perencanaan Meta menunjukkan bahwa potensi jangkauan iklan Instagram di Indonesia menurun sebesar 3,9 juta (-3,7 persen) antara Oktober 2023 dan Januari 2024.

Instagram bukan hanya digunakan untuk berbagi foto atau video, tetapi juga sebagai sarana untuk membentuk citra diri atau personal branding. Irwanto dan Hariatiningsih (2019) menjelaskan bahwa aktivitas yang dibagikan mahasiswa di Instagram sering kali mencerminkan identitas diri yang ingin mereka tampilkan kepada publik. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi medium penting dalam pembentukan identitas digital generasi muda. Lebih dari itu, Instagram juga menjadi ruang interaksi sosial yang memperkuat relasi pertemanan. Mahasiswa memanfaatkan fitur-fitur seperti stories, direct message, hingga komentar untuk menjalin komunikasi yang lebih dekat. Penelitian oleh Maheswari, Parahita, dan Purwanto (2023) menunjukkan bahwa representasi simbolik dan konten visual di Instagram dapat memperluas relasi sosial, membangun personal branding, dan mewadahi ekspresi diri, terutama bagi Generasi Z.

Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia pada 2024 dengan presentase sebesar 85,3%, namun Meta hanya mengizinkan orang berusia 13 tahun untuk menggunakan Instagram, jadi perlu digaris bawahi bahwa 46,0 persen dari audiens yang memenuhi syarat di Indonesia menggunakan Instagram pada tahun 2024. Audiens Perempuan sebesar 54,5 persen dan audiens laki-laki 45,5 persen serta perbedaan tertinggi antara pria dan Wanita terjadi pada kelompok umur 18 sampai 24 tahun, dimana wanita unggul dengan selisih 12.500.000.

Penggunaan Instagram juga digunakan sebagai alat kebutuhan untuk hiburan, mencari informasi, menjadi tempat penghasilan bagi sebagian orang, serta tempat mengekspresikan diri untuk membangun identitas. Hal tersebut tidak terlepas dari banyaknya fitur Instagram yang mendukung berbagai jenis kebutuhan. Salah satu fitur Instagram yang paling terkenal yaitu *insta story*, dimana kita bisa mengunggah foto dan video dari gallery maupun mendokumentasi secara langsung

selama 24 jam tanpa harus melalui pengeditan terlebih dahulu. Motif penggunaan *insta story* oleh para pengguna Instagram salah satunya untuk membagikan atau mengabadikan salah satu keseharian pengguna tersebut. Dengan adanya fitur ini yang banyak ditemukan semakin banyaknya kecenderungan pengguna Instagram mengunggah foto dan video pribadinya yang memperlihatkan keseharian, pencapaian, keunggulan diri, dan kehidupan yang mewah untuk mendapatkan like dan komentar.

Peristiwa tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau menunjukkan identitas diri dengan memberikan kesan yang positif dengan membuat konten untuk dibagikan. Namun demikian, penggunaan media sosial juga tidak lepas dari dinamika dan tantangan. Fenomena seperti *fear of missing out* (FOMO), *flexing*, hingga kebutuhan akan validasi sosial menunjukkan bahwa mahasiswa sangat terpengaruh oleh bagaimana mereka mengelola citra diri di ruang digital. Dalam konteks ini, fitur *Close Friend* yang disediakan oleh Instagram menjadi menarik untuk diteliti, karena menawarkan ruang komunikasi yang lebih selektif dan privat di tengah dominasi ruang publik digital.

Fenomena *Close Friend* yang dihadirkan oleh Instagram bagi penggunanya yang ingin membagikan konten privasi dalam bentuk stories yang hanya dapat dilihat oleh para pengikut yang sudah dijadikan teman dekat. Ciri-ciri lingkaran berwarna hijau muda pada foto profil pengikutnya. Fitur *Close Friend* digunakan untuk berbagi hal-hal yang telah ditambahkan ke daftar fitur *Close Friend*, tanpa sepengetahuan pengguna lain karena pengguna dapat mengaturnya sendiri. Berbeda dengan fitur Instagram Stories, fitur *Close Friend* banyak digunakan sebagai cara untuk berbagi masalah pribadi, terkadang juga digunakan sebagai cara untuk berbagi mengenai cerita sehari-hari, perasaan emosi sedih keluhan, kisah cinta yang penuh gairah, swa foto yang mengarah pada pose vulgar, tangkapan layar obrolan grup atau pribadi, foto memalukan, gossip, bahkan hal-hal vulgar dan banyak lagi.

Penggunaan Fitur *Close Friend* pada aplikasi Instagram memberikan kesempatan kepada pengguna untuk dapat menunjukkan diri mereka secara lebih terbuka. Menurut Floyd, Pengungkapan diri merupakan suatu tindakan menyampaikan informasi dengan sengaja yang berisikan tentang diri sendiri dan

percaya bahwa sebuah informasi benar walaupun khalayak belum mengetahui kebenarannya. Syarat yang harus dipenuhi dalam berkomunikasi untuk menciptakan keterbukaan yaitu penyedia informasi harus sengaja memberikan informasi dan pembaca juga harus mempercayai informasi yang diberikan oleh penyedia informasi tersebut. 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 (Ella Ilvana Mutia, Mursyid Ridha, 2019). Seseorang akan terbuka ketika mereka memberikan informasi pribadi tentang diri mereka sendiri seperti keinginannya, ketakutan, menunjukkan perasaan, menunjukkan pemikiran, dan pengalamannya. Keterbukaan cenderung dapat mengajak orang lain untuk saling terbuka. Hal ini dikarenakan adanya rasa percaya dari kedua pihak untuk saling memberikan informasi tentang dirinya dengan rasa aman. Artinya, informasi yang diberikan merupakan informasi tentang diri nya tidak diperuntukan untuk orang banyak dan bersifat rahasia.

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 depan (*front stage*) merupakan suatu panggung yang terdiri dari bagian pertunjukkan (*appearance*) atas penampilan dan gaya (*manner*). Di panggung inilah actor akan membangun dan menunjukkan sosok yang ideal dari identitas yang akan ditonjolkan dalam interaksi sosialnya. Sedangkan panggung belakang (*back stage*) merupakan wilayah yang berbatasan dengan panggung depan, tetapi bersembunyi dari pandangan khalayak, actor tidak terkait dengan peran yang didalamnya, sehingga lebih bebas untuk mengekspresikan diri tanpa oranglain mengetahui keadaan yang sesungguhnya (Mulyana, 2008: 115).

Seperti kemunculan fitur *Close Friend* 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. Dalam karya klasiknya *The Presentation of Self in Everyday Life*, Goffman (1959) memaknai interaksi sosial sebagai pertunjukan teater di mana aktor secara sadar mengelola kesan yang hendak dibangun di hadapan khalayak melalui dua panggung: *front stage* dan *back stage*. Di ranah media sosial, unggahan publik di *feed* atau *story* berfungsi sebagai *front stage*, sedangkan konten yang hanya dibagikan kepada daftar *Close Friend* menjadi *back stage*.

Penelitian Ariyanti dan Purwanto (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa kerap menggunakan *Close Friend* untuk mengekspresikan sisi diri yang lebih personal dan emosional mulai dari kegembiraan hingga keresahan yang tidak mereka tampilkan di unggahan publik. Temuan serupa diungkap Merunková dan Šlerka (2019), yang menegaskan bahwa pengguna media sosial secara aktif menyesuaikan isi pesan dengan segmentasi audiens guna menjaga identitas diri dan relasi sosial. Hogan (2010) menambahkan bahwa praktik kurasi konten di media sosial merupakan bentuk lanjutan manajemen kesan, karena pengguna kini tidak hanya “bermain” di situasi tatap muka, tetapi juga menata “pameran” digital agar citra yang diinginkan tetap terjaga. Temuan-temuan ini menegaskan relevansi teori dramaturgi sebagai landasan teoretis untuk memahami strategi komunikasi dan pengelolaan identitas mahasiswa saat memanfaatkan fitur *Close Friend* di Instagram.

Penggunaan fitur *Close Friend* di kalangan mahasiswa di Kota Bandung cukup populer digunakan. Dimana sudah secara terang-terangan mahasiswa mempunyai *Close Friend* pada akun Instagram dan umumnya satu orang memiliki dua atau bahkan lebih akun Instagram. Selain itu, keberadaan fitur *Close Friend* 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.

Filosofi pemilihan nama akun **@diniharisebelumsabtu** berawal dari nama pribadi penulis, yaitu *Andini*, yang sejak kecil akrab dipanggil *Dini*. Oleh karena

itu, kata “*dini*” digunakan pada bagian awal nama akun sebagai representasi identitas personal. Sementara itu, frasa “*hari sebelum sabtu*” merujuk pada waktu, yaitu malam Jumat atau dini hari menjelang Sabtu. Pemilihan waktu tersebut didasarkan pada pemikiran bahwa malam Jumat merupakan awal menuju akhir pekan (*weekend*), yang umumnya dinantikan karena menjadi kesempatan untuk beristirahat, bersantai, maupun melakukan berbagai aktivitas menyenangkan di luar rutinitas sehari-hari.

Nuansa inilah yang kemudian terefleksikan dalam konten akun **@diniharisebelumsabtu**, yang berfungsi layaknya *digital diary*. Melalui akun tersebut, penulis mendokumentasikan momen-momen yang dianggap menyenangkan, seperti kebersamaan dengan teman, perjalanan, liburan, maupun aktivitas personal lainnya yang memberi kesan positif. Dengan demikian, setiap kali membuka dan menelusuri akun tersebut, penulis dapat merasakan kembali kebahagiaan sekaligus nostalgia karena momen-momen berharga telah berhasil diabadikan.

Lebih jauh, akhir pekan bagi penulis dimaknai sebagai saat untuk kembali pada jati diri tanpa adanya tuntutan pencitraan. Hal tersebut tercermin dalam gaya berbagi konten di akun ini, di mana penulis merasa bebas menampilkan keseharian, membagikan ulasan mengenai hal-hal yang disukai, serta mengekspresikan diri tanpa harus mempertimbangkan penilaian orang lain. Oleh karena itu, akun **@diniharisebelumsabtu** tidak hanya menjadi media untuk mengabadikan pengalaman bahagia, tetapi juga ruang personal yang menghadirkan rasa kebebasan dan keotentikandiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin membahas lebih dalam mengenai perilaku komunikasi pengguna *close friend* Instagram di kalangan mahasiswa dengan judul “**Penggunaan Fitur Close Friend Di Akun Instagram Mahasiswa Kota Bandung.**”

1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu tema masalah yang dihadapi dalam

penelitian. Berdasarkan paparan diatas, yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah **“Bagaimana Penggunaan Fitur *Close Friend* di Akun Instagram Mahasiswa Kota Bandung?”**

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana panggung depan (*front stage*) *Close Friend* Instagram mahasiswa Kota Bandung?
2. Bagaimana panggung belakang (*back stage*) *Close Friend* Instagram mahasiswa Kota Bandung?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Adapun tujuan lain sesuai dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Mengetahui panggung depan (*front stage*) *Close Friend* Instagram mahasiswa Kota Bandung.
2. Mengetahui panggung belakang (*back stage*) *Close Friend* Instagram mahasiswa Kota Bandung

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Secara Teoritis

1. Peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan manfaat, menambah wawasan, dan referensi bagi pihak yang membutuhkan.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan literatur untuk mahasiswa atau peneliti lainnya yang berkaitan dengan dramaturgi pada media sosial.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

1. Penelitian diharapkan dapat menjadi dedikasi pemikiran bagi pemecah masalah yang berhubungan dengan topik penelitian.
2. Penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran mengenai

perilaku komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa dalam *Close Friend* di akun Instagram.

3. Hasil penelitian dapat menjadi bahan masukan dan pemikiran bagi pengguna media sosial Instagram dari berbagai lapisan masyarakat.