

## Analisis *Self Presenting* Remaja di Media Sosial

*Analysis of Teenagers' Self-Presenting on Social Media*

Umi Kulsum\*

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

[umiazcha@gmail.com](mailto:umiazcha@gmail.com)

Imam Bukhori

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

[imambukhori@gmail.com](mailto:imambukhori@gmail.com)

Nining Winarsih

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

[niningprabaprabu161@gmail.com](mailto:niningprabaprabu161@gmail.com)

### Abstract

*This study examines how adolescents engage in self-presentation on social media. The research employs a qualitative approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The validity of the data is ensured through triangulation techniques, specifically method triangulation and source triangulation. The results show that adolescents in Gebangan Village, particularly those from middle-class families, tend to present themselves in roles of social climbing within the realms of motivators and socialites for reasons of happiness, enjoyment, and entertainment, both for themselves and for the media. This behavior is adopted to adapt and avoid feeling left behind, as well as to positively increase followers or friendships. Additionally, it was found that adolescents often use social media as a means to seek social validation and support from peers. This study provides new insights into adolescent behavior on social media and makes a significant contribution to understanding how social media influences the construction of social identity among adolescents. These findings can serve as a basis for further research on the psychological impact of self-presentation on social media and its influence on adolescent identity formation.*

**Keywords:** *self present, teenagers, social media*

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana remaja melakukan *self presenting* di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu triangulasi metode dan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja yang ada di Desa Gebangan terutama di keluarga kelas menengah cenderung menampilkan dirinya sebagai peran panjat sosial dalam ranah motivator dan sosialita dengan alasan kebahagiaan, kesenangan serta hiburan bagi diri sendiri dan bagi media massa, hal ini dilakukan untuk tampil menyesuaikan diri dan tidak merasa ketinggalan dan menambah *follower* atau pertemanan secara positif. Selain itu, ditemukan juga bahwa remaja sering menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mencari validasi sosial dan dukungan dari teman sebaya. Studi ini memberikan wawasan baru tentang perilaku remaja di media sosial dan memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang bagaimana media sosial mempengaruhi konstruksi identitas sosial di kalangan remaja. Temuan ini dapat menjadi dasar penelitian lebih lanjut mengenai dampak psikologis dari *self-presenting* di media sosial, serta pengaruhnya terhadap pembentukan identitas remaja.

**Kata Kunci:** *self presenting, remaja, media sosial*



## Pendahuluan

Khususnya remaja, kecenderungan untuk selalu tampil di media sosial membuat mereka kecanduan untuk mengunggah foto-foto mereka dan berbagi aktivitas mereka dengan orang lain, seperti makan, belajar, dan berwisata. Dalam psikologi modern, penggunaan teknologi menjadi perhatian penting terutama mengenai dampak yang dapat merugikan pengguna media sosial contohnya kecanduan dan obsesif<sup>1</sup>. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih, terutama dalam bidang komunikasi. Dengan adanya internet, masyarakat modern dapat dengan mudah mengakses informasi dan bertukar informasi dengan orang lain. melalui *smartphone* atau ponsel pribadi<sup>2</sup>. Dengan menggunakan dokumen, foto, atau pesan pada media sosial yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi. Karena luasnya jangkauan teknologi ini, jarak jauh pun akan terasa dekat. Itu berarti teknologi memiliki banyak manfaat. karena pertumbuhan pengguna internet bersamaan dengan kemajuan teknologi<sup>3</sup>. Selain berfungsi sebagai alat untuk mengakses informasi bagi kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi *web 2.0*, media sosial juga memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten mereka sendiri<sup>4</sup>.

Situs web atau jejaring sosial yang dimaksud seperti *Facebook, Instagram, YouTube, Tiktok* dan lain sebagainya yang muncul akibat perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi<sup>5</sup>. Media sosial tersebut dirancang sebagai media komunikasi dan hiburan. Tampilan berbagai fitur yang beragam yang disajikan dari berbagai platform media sosial tersebut yang menarik minat pengguna untuk menampilkan konten hiburan yang variatif untuk ditonton ribuan pengguna lainnya. Inilah yang mengakibatkan melonjaknya pengguna beberapa media sosial yang telah disebutkan diatas. Berdasarkan observasi awal pada penelitian ini ditemukan

---

<sup>1</sup>Miguel Landa-Blanco et al., "Social Media Addiction Relationship with Academic Engagement in University Students: The Mediator Role of Self-Esteem, Depression, and Anxiety," *Heliyon* 10, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24384>.

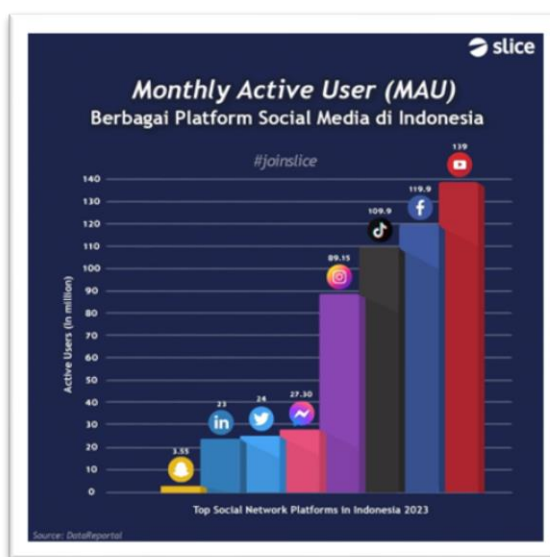
<sup>2</sup>Pradhana, T. A. "*Self Presenting Pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman: studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya (Doroctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)*" (2019).

<sup>3</sup>M Toubet, A Ainol, and B Bahrudin, "Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Menyimpang Dan Motivasi Belajar IPS Siswa SMA Islam Raden Fatah Probolinggo," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6 (2022): 13983–87, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/4657%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/4657/3932>.

<sup>4</sup>Lidya Agustina, "Viralitas Konten Di Media Sosial," *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa* 1, no. 2 (2020): 149–60, <https://www.researchgate.net/publication/348296842>.

<sup>5</sup>Muhammad Aditya Putra, "Self-Presentasing Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman ( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan , UIN Syarif Hidayatullah Jakarta )," 2023, 1–99, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73780>.

bahwa remaja di desa Gebangan lebih banyak aktif di akun media sosial *Facebook* dan *Instagram* karena faktor pertemanan dan *follower* lebih banyak mereka miliki dari pada platform media sosial lainnya. *Facebook* merupakan salah satu *platform* media sosial yang jumlah penggunanya sangat besar, mulai dari kalangan anak kecil hingga dewasa <sup>6</sup>. *Instagram* adalah *platform* media sosial yang sangat populer di kalangan remaja, seperti Facebook, di mana pengguna memposting kegiatan, barang, lokasi, atau diri mereka sendiri dalam bentuk foto atau video <sup>7</sup>. Hal ini yang membuktikan ramainya pengguna *platform* media sosial *Facebook* dan *Instagram*. Dapat dilihat dari hasil data statistik MAU (*Monthly Active User*) yang menunjukkan banyaknya pengguna platform media sosial di Indonesia pada tahun 2023;



Sumber: [www.Blog.slide.id](http://www.Blog.slide.id)

**Gambar 1. Data Statistik Pengguna Platform Media Sosial Tahun 2023**

Dari gambar 1 terlihat bahwa banyaknya pengguna dari berbagai *platform* media sosial terutama *Facebook* yang menempati urutan kedua dan yang paling sering dikunjungi, menarik hampir 2,96 miliar pengguna pada Februari 2023<sup>8</sup>, sementara *Instagram* menempati urutan keempat dan menghasilkan lebih dari 2,35 miliar pengguna<sup>9</sup>, yang mana dua platform media sosial tersebut juga menjadi fokus pada penelitian ini. Ruang virtual di Internet yang

<sup>6</sup>Ayu Oktaviani, Anwar Maulana, and Ricky Firmansyah, “Peranan Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran Di Era Digital” 2, no. 2 (2023): 143–50, <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1592>.

<sup>7</sup>Ali Ibrahim et al., “Dampak Penggunaan Instagram Sebagai Media Pencitraan Pada Kalangan Remaja Di Palembang.” *POSITIF: Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi* 5, no. 1 (2019): 1–7, <https://ejournal.poliban.ac.id/index.php/Positif/article/view/669>.

<sup>8</sup>R. Hooper et al., “A Brief Mindfulness Meditation Can Ameliorate the Effects of Exposure to Idealised Social Media Images on Self-Esteem, Mood, and Body Appreciation in Young Women: An Online Randomised Controlled Experiment,” *Body Image* 49, no. March (2024): 101702, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101702>.

<sup>9</sup>Hooper et al.

memfasilitasi interaksi, koneksi, dan komunikasi secara *real-time* yang disebut dengan *platform* media sosial<sup>10</sup>. Dengan munculnya berbagai platform media sosial seperti pada gambar diatas yang mengakibatkan pertukaran budaya, nilai, dan gaya hidup telah berubah. Ini telah membuat dunia terasa lebih luas daripada sebelumnya, dan membuat komunikasi jarak jauh antar benua dan negara terasa sangat sulit. Oleh karena itu, kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi yang dilakukan di era ini melalui media audio dan visual sangat memengaruhi pemikiran, sikap, perilaku, dan gaya hidup masyarakat<sup>11</sup>.

Hilmi dalam (Bahrudin) menjelaskan bahwa pergeseran nilai dalam masyarakat lebih banyak berpengaruh pada remaja, karena dari berbagai kalangan komunitas yang ada di masyarakat<sup>12</sup>. Dan komunitas terbesar di Indonesia yang sering menggunakan media sosial adalah remaja<sup>13</sup>. Dikatakan dapat mempengaruhi nilai-nilai sosial di masyarakat, teknologi sendiri merupakan salah satu elemen yang mempengaruhi perilaku dan aktivitas manusia. Karena kemajuan peradaban manusia terutama dengan adanya jejaring sosial media menghasilkan warna yang berbeda di setiap zaman, dalam hal ini remaja di masalalu sangat berbeda dengan remaja saat ini<sup>14</sup>. Perbedaan ini dapat dilihat bahwa remaja saat ini yang mahir dalam menggunakan media sosial dan juga selalu tampil eksis berbeda dengan remaja di masalalu yang hanya memfungsikan situs email dan alat komunikasi lainnya untuk menggali informasi saja<sup>15</sup>.

Pada awalnya media sosial dirancang sebagai media komunikasi dan media hiburan. Sebelum itu, media sosial juga berkembang sebagai media digital dalam dunia bisnis<sup>16</sup>. Namun pada saat ini media sosial sudah beralih fungsi sebagai media untuk mempresentasikan diri. Bisa disebut pula media sosial memiliki kekuatan untuk mempengaruhi individu dengan cara menjadikan media sosial sebagai wadah untuk

---

<sup>10</sup>Landa-Blanco et al., "Social Media Addiction Relationship with Academic Engagement in University Students: The Mediator Role of Self-Esteem, Depression, and Anxiety."

<sup>11</sup>(Bukhori, 2020)

<sup>12</sup>Babul Bahrudin, Masrukhi, and Hamdan Tri Atmaja, "Pergeseran Budaya Lokal Remaja Suku Tengger Di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang," *Journal of Educational Social Studies* 6, no. 1 (2017): 20–28, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jess/article/view/16251>.

<sup>13</sup>Pamela Felita et al., "Pemakaian Media Sosial Dan Self Concept Pada Remaja," *Jurnal Ilmiah Psikologi Manasa* 5, no. 1 (2016): 30–41.

<sup>14</sup>Daryanto Setiawan, "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Budaya," *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018): 62, <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1474>.

<sup>15</sup>Shalika Fajrin Triananda, Dinie Anggraeni Dewi, and Yayang Furi Furnamasari, "Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 9106–10.

<sup>16</sup>Nining Winarsih, "Jejak Glipang: Daya Ungkit Bangkitnya Nasionalisme Pribumi Dan Media Promosi Pariwisata 4B," *Sandhyakala Jurnal Pendidikan Sejarah, Sosial Dan Budaya* 3, no. 1 (2023): 29–40, <https://doi.org/10.31537/sandhyakala.v3i1.907>.

mempresentasikan diri<sup>17</sup>. Berbicara tentang mempresentasikan diri, beberapa tahun silam sebelum banyak masyarakat mengenal media sosial, mereka berpenampilan sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka. Namun, saat ini banyak pengguna media sosial yang ingin menarik perhatian netizen, bahkan cenderung memaksakan diri untuk berpenampilan menonjol dengan pakaian *branded* yang cocok untuk panggung Facebook atau Instagramnya, meskipun sebenarnya itu hanyalah manipulasi<sup>18</sup>.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Sri Tri Atmaja, yang menunjukkan bahwa Instagram digunakan oleh @panggilvanyaja untuk berinteraksi dan membangun hubungan dengan pengikutnya dengan tujuan menumbuhkan loyalitas komunitas pengikutnya dengan memanfaatkan gaya busana sebagai elemen penting dalam personal branding<sup>19</sup>. Dan begitupula penelitian yang dilakukan oleh Malicha, menunjukkan bahwa relasi sosial yang membuat mahasiswa senang dan dihargai ketika mereka menerima like dan komentar. Selain itu, representasi diri yang dilakukan oleh mahasiswa tidak hanya memiliki motif berekspresi, tetapi mereka juga ingin menampilkan representasi diri yang baik. Mereka juga memiliki kebiasaan menceritakan aktivitas yang mereka lakukan kepada orang lain. Selain itu, dalam penelitian yang dia lakukan, dia juga menjelaskan bahwa panggung depan terdiri dari setting dan personal front. Setting berkaitan dengan pemilihan foto dan fitur yang digunakan, sedangkan personal front berkaitan dengan feed, cerita, caption, dan sikap mereka. Selanjutnya, panggung belakang berhubungan dengan situasi kehidupan nyata<sup>20</sup>.

Penelitian yang sejenis juga dilakukan oleh Arofah & Tandyonomanu (2020), yang mana fokus utama penelitian tersebut adalah analisis tindakan yang dilakukan objek dalam akun Instagram. meliputi foto dan video yang diunggah untuk meningkatkan citra diri sebagai bentuk dari tampilan *Front Stage*, serta persiapan yang dilakukan untuk meningkatkan tampilan *Back Stage* melalui berbagai aktivitas di luar fokus Instagram. Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus kualitatif deskriptif dan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan *engagement rate* di atas 3%, informan dipilih berdasarkan micro influencers. Studi ini menemukan bahwa ada berbagai kesan yang ditunjukkan oleh influencer kecantikan Instagram untuk mendukung dirinya sebagai publik

---

<sup>17</sup> Tria Fricila, Abdul Rasyid, and Aulia Kamal, "Media Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri," *Pendalas* 2, no. 3 (2022): 242–57.

<sup>18</sup> Putra, "Self-Presenting Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman ( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan , UIN Syarif Hidayatullah Jakarta )."

<sup>19</sup> S T Atmaja, J H Wibowo, and L Hakim, "Personal Branding Nonselebriti Pada Akun Instagram@ Panggilvanyaja," *Universitas 17 Agustus Surabaya*, 2022, 44–48, <https://conference.untagsby.ac.id/index.php/snhs/article/download/924/398>.

<sup>20</sup> Salsabillah Malicha, Putri Deny, and Wahyu Apriadi, "Dramaturgi Dalam Motif Sharing Di Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang" 5 (2023): 31–42.

figur. Aktivitas ini memiliki kesan yang dapat menimbulkan eksistensi, yang menghasilkan berbagai keuntungan bagi seorang influencer kecantikan. Namun, ini berbeda dengan bagaimana dia terlihat di depan kamera di Instagram, di mana dia tidak terlalu menonjol<sup>21</sup>.

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa, saat berinteraksi dengan orang lain, terutama di internet, perhatian seringkali tertuju pada bagaimana orang lain akan menilai perilakunya dan bagaimana orang lain berpikir sesuai dengan pendapat mereka. Jadi, perlu melakukan presentasi diri, yang berarti mencoba mengatur bagaimana orang lain melihat Anda, baik secara sadar maupun tidak sadar. Pengguna Instagram atau Facebook akan mengatur medianya agar terkesan sempurna dan memenuhi ekspektasi pengguna. Semua akun yang diikuti dapat melihat bentuk presentasi diri. Misalnya, jika pemilik akun mengikuti banyak akun pendidikan atau kuliner, maka dapat dikatakan si pemilik akun menyukai pendidikan. Presentasi diri juga dapat dilihat dari unggahan foto atau video pemilik akun Instagram dan Facebook. Misalnya saja jika banyak mengikuti akun pendidikan, maka dapat dikatakan si pemilik akun menyukai pendidikan. Selain itu, jika pemilik akun banyak mengikuti akun kuliner maka bisa dikatakan si pemilik akun menyukai bidang kuliner. Bentuk presentasi diri juga bisa dilihat dari unggahan foto atau video pemilik akun Instagram ataupun Facebook. Jika pemilik akun ingin dikatakan sebagai pencinta alam, maka rata-rata unggahan fotonya terkait dengan alam yang bernuansa hijau.

Dari berbagai penelitian sebelumnya diatas yang membedakan ialah penelitian ini lebih berfokus untuk menganalisis bagaimana *self-presenting* yang dilakukan remaja keluarga kelas menengah di desa Gebangan pada akun media sosial yang dimilikinya dan persepsi dari remaja yang show up tentang diri mereka di media sosial Instagram dan Facebook yang berbeda dari kenyataannya. Teori dramaturgi Erving Goffman (1956) digunakan untuk mengkaji masalah penelitian ini. Teori ini mengatakan bahwa interaksi satu sama lain dalam kegiatan sama dengan menampilkan drama. Dalam kasus ini, manusia bertindak sebagai aktor yang menampilkan segala sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Identitas seorang aktor dapat berubah tergantung pada orang yang mereka bicarakan. Manusia akan mengembangkan perilaku yang mendukung perannya untuk mencapai tujuan<sup>22</sup>.

Untuk mengungkap realitas yang tersembunyi dalam fokus penelitian ini, yaitu *self-presenting* remaja keluarga kelas menengah yang menggunakan media sosial Instagram dan

---

<sup>21</sup> Inayatul Arofah and Danang Tandyonomanu, "Impression Management Beauty Influencer Di Media Sosial Instagram," *Commercium* 2, no. 2 (2020): 103–7, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/31622>.

<sup>22</sup> Suneki and Haryono, "Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial," *Civis* 2, no. 2 (2012): 1–11, <https://core.ac.uk/download/pdf/234022407.pdf>.

Facebook, teori dramaturgi Erving Goffman (1956) digunakan sebagai pisau analisis. Peneliti mengharapkan untuk melakukan penelitian secara empiris dan menguji teori, itulah alasan mengapa mereka menggunakan teori ini sebagai pisau analisis. Penelitian ini dianggap penting karena apabila *self presenting* dilakukan oleh remaja keluarga menengah secara berlebih dan terbawa ke dunia nyata mereka akan berdampak buruk pada pergaulan, dan pembentukan identitas remaja. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru kepada masyarakat, sehingga dapat mendiagnosis *self presenting* yang dilakukan bisa saja dilakukan oleh remaja yang tidak pandai bergaul dengan teman di dunia nyatanya sehingga lebih eksis di media sosial untuk mendapatkan teman. Hasil temuan dari penelitian ini, peneliti berharap dapat menjadi bahan acuan untuk peneliti lainnya yang ingin mengangkat permasalahan yang sama ataupun berkaitan dengan penelitian ini.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini bersifat kualitatif, menurut Lexy J. Maleong dalam <sup>23</sup> Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang perilaku dan tulisan orang. Pendekatan penelitian ini juga disebut pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini membahas analisis self-presenting di media sosial Instagram dan Facebook. Karena itu, penelitian ini tidak menekankan pengukuran tetapi lebih pada bagaimana remaja membentuk citranya di internet dan upaya mereka untuk mendapatkan citra yang diinginkan.

Penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman untuk menganalisis data, yang mencakup pengumpulan, reduksi, penyajian, verifikasi atau penarikan kesimpulan <sup>24</sup>. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya maka Wawancara, dokumentasi, dan observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan. Sebelum melakukan wawancara peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk mengumpulkan data informan penelitian ini. Selanjutnya metode triangulasi digunakan untuk memeriksa keabsahan data penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teori.

Penelitian ini berlokasi di Desa Gebangan Tengah, Krejengan, Probolinggo. Penelitian ini juga berfokus pada analisis konten pada platform media sosial yakni *Instagram* dan *Facebook* yang digunakan oleh remaja di Desa Gebangan untuk membandingkan *self presenting* dengan sisi nyata remaja. Selain analisis konten platform media sosial, peneliti juga

---

<sup>23</sup> Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press, 2020, [http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALITAIIF.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIIF.docx).

<sup>24</sup> M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, "Metode Penelitian Kualitatif," Jogjakarta, Ar-Ruzz Media, 2016, hal 25.

melakukan wawancara dengan 10 remaja dari umur 10-19 tahun di Desa tersebut untuk mendapatkan data yang relevan.

Peneliti memilih lokasi di Desa Gebangan dikarenakan mayoritas remaja di desa tersebut sesuai dengan informan penelitian yang dituju, yang mana kisaran umur informan tersebut juga dikenal dengan sebutan gen z dan gen alpha. Dimana sosial media menjadi kebutuhan psikis mereka para pemilik jiwa jaman teknologi. Selain itu, sebagai penelitian kualitatif, peneliti harus benar-benar memahami sifat-sifat penting informan secara etik dan emik. Karena peneliti juga salah satu warga desa Gebangan maka dengan demikian peneliti dapat merasakan keabsahan data dan mengetahui cara memverifikasi dengan narasumber lainnya.

## **Hasil dan Pembahasan**

Dalam melakukan *self-presenting* atau pencitraan diri, dua jenis perilaku panjat sosial yang ditampilkan oleh remaja melalui dunia maya untuk memberi kesan kepada pengguna lainnya, bahwasannya mereka memiliki status sosial yang lebih tinggi dari apa yang sebenarnya mereka miliki. Panjat sosial dapat diartikan sebagai upaya seseorang untuk naik kelas sosial dengan cara yang tidak etis atau tidak baik<sup>25</sup>. Dua jenis panjat sosial tersebut diantaranya sebagai berikut:

### **1. Motivator**

Jenis panjat sosial yang pertama adalah motivator. Pengguna *Instagram* dan *Facebook* belakangan ini melakukan pencitraan diri atau *self-presentation* sebagai motivator. Remaja desa Gebangan juga mengikuti trend tersebut. Remaja mengunggah postingan yang terdiri dari foto atau video yang mengandung kalimat-kalimat yang cenderung menggurui dan berisi pesan. Remaja biasanya memulai ceritanya di Instagram atau Facebook dengan quotes buatannya sendiri. Berbagi pengalaman melalui media sosial tidak salah. Namun, apa yang diunggah oleh remaja tersebut tidak benar-benar dialami atau dipahaminya, yang membuatnya menjadi aneh. Berikut merupakan hasil wawancara dengan remaja di desa Gebangan:

*“Kadang saya gak nge Upload Video atau Foto, biasa quotes gitu yah sebagai motivasi aja, ntah buat saya atau orang lain,,walau kadang yang tak Upload itu quotes sad, nyindir-nyindirlah,,tapi terkadang gak selamanya tentang apa yang saya alami, yah kadang tentang apa yang terjadi*

---

<sup>25</sup> Qorina Widadiyah, Lina Marlina Marlina, and Sulistianingsih Sulistianingsih. "Social Climber dengan Pendekatan Psikoanalisis Inner Child." *Seminalu* 1.1 (2023): 647-656.



*terhadap temen saya, saya modiflab ke kata-kata ,,walau orang ngira itu saya lagi suasana yang begitu padahal nggak”<sup>26</sup>*

Beberapa remaja banyak yang menggunakan quotes atau kata-kata motivator dalam postingannya karena alasan malu untuk menampakkan wajahnya di media sosial dan adapula yang sebagai kalimat motivasi baik bagi dirinya maupun orang lain.

*“Iya, suka banget malah posting foto terus ada kalimat-kalimat atau quotes gitu, yah karena suka aja kadang juga mikir ini kok mirip gitu sama kehidupan atau hati yang aku rasakan sekarang yah, kadang juga loh ini kok ngene banget sama keadaan temenku, yah jadi alasannya itu kadang post quotes di Ig atau di FB”<sup>27</sup>*

Dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa apa yang terkadang orang lain tampilkan sosok dirinya di media sosial tidak selamanya sesuai dengan apa yang dirasakannya di dunia nyatanya. Seperti halnya memposting quotes tadi walau terlihat galau atau *sad* dalam quotesnya itu tidak berarti sama atau yang ia rasakan pada saat itu. Apabila pengguna lain termotivasi maka remaja sebagai motivator akan mendapatkan like atau disukai pengguna lainnya. Dalam hal ini, self presenting remaja yang ingin membangun citranya layaknya motivator sejalan dengan teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, di panggung depan remaja mengupload video atau foto yang berupa quotes islami, nasehat, dan lain-lain sebagainya. Sebelum proses upload remaja juga memilah quotes yang ingin dibagikan di media sosial agar memotivasi pengguna lainnya seperti penambahan fitur siturasi warna, dan penambahan *background* musik. Hal tersebut dilakukan oleh remaja agar mendapat lebih banyak feedback, like, reward, dan lain-lain. Sedangkan di panggung belakang, remaja mengambil quotes karangan orang lain dan dimodifikasi, ataupun situasi dan keadaan temannya yang memotivasi dirinya lalu dijadikan quotes dan di upload di media sosial untuk mendapatkan perhatian dari pengguna lainnya.

## 2. Sosialita

Sosialita juga termasuk dalam salah satu macam panjat sosial. Sosialita lebih mengarah pada kehidupan mewah yang selalu dipamerkan kepada masyarakat. Pada tahun 1928, kata "sosialita", yang berasal dari kata "*sosial*" dan "*elite*", digunakan untuk menyebut suatu kelompok sosial yang sering mengadakan kegiatan sosial dan terdiri dari orang-orang elit seperti perdana menteri, walikota, dan bangsawan<sup>28</sup>. Namun, arti sosialita telah berubah di zaman modern. Orang-orang kaya dengan gaya hidup mewah dan glamor sekarang dianggap

---

<sup>26</sup> SNJ, Hasil Wawancara, 07 Desember 2023

<sup>27</sup> FF, Hasil Wawancara 09 Desember 2023

<sup>28</sup> Putra, "Self-Presentasing Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman ( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan , UIN Syarif Hidayatullah Jakarta )."

sebagai sosialita. Remaja di Desa Gebangan juga memaknainya dengan cara yang sama. Beberapa remaja di Desa Gebangan mencoba meniru gaya hidup sosialita yang mewah. Namun, jelas bahwa gaya hidup sosialita yang sebenarnya sangat berbeda dari yang ditunjukkan oleh remaja. Tujuan remaja melakukannya adalah untuk menunjukkan bahwa mereka dapat melakukan hal-hal yang dilakukan seorang sosialita secara finansial. Berikut merupakan kutipan hasil wawancara dengan remaja di Desa Gebangan:

*“Kalok saya berpenampilan kayak gitu yab karena suka aja, yab beli baju juga kalok pengen gak pas setiap ada yang baru saya ikutin, menyesuaikan keuangan yang dimiliki, karena uang udah hasil sendiri gak minta uang ke orang tua kayak kebanyakan remaja yang bergaya masih minta uang jajan ke orang tua, jadi setiap apa yang saya upload itu bukan berarti saya juga tergolong orang kaya”<sup>29</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa *self presenting* yang dilakukan oleh remaja dikarenakan sudah menjadi perihal atau aktivitas yang disukai. Dengan dukungan modal yang dimiliki sehingga dirinya mampu membeli pakaian yang sedang trending di media sosial.

*“Yab saya nge-Upload foto ataupun video kayak gitu sih ikut -ikut yang lagi trend, kloke ditanya tujuan yab pansos, semua orang pastilah gaya-gaya begitu karena pansos”<sup>30</sup>*

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa remaja menampilkan jati diri mereka dengan sosok dirinya yang cantik, pakaian yang digunakan trending atau remaja biasanya menyebutnya ootd kekinian, dengan harapan selalu tampil eksis di media sosial dengan tujuan panjat sosial dalam kategori sosialita. Tujuan sosialita dalam *self presenting* mereka di media sosial seperti bergaya kekinian, menggunakan pakaian yang trend dan lain sebagainya tidaklah sama seperti kehidupan nyata. Hal demikian tidak lain hanya sebagai hiburan semata. Terlihat seperti orang kaya di sosial media mereka namun berbeda pada realita kehidupan mereka.

Dalam teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, yang menyatakan bahwa kehidupan sosial manusia dianggap seperti serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan teater di panggung. Sebagaimana panggung teater, dalam teori dramaturgi milik Erving Goffman terdapat dua panggung yakni panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*)<sup>31</sup>. Panggung depan adalah tempat dimana seseorang memainkan perannya di hadapan para penontonnya. Panggung depan terbagi menjadi dua bagian yakni *setting* dan *personal front*. *Setting* mengacu pada tempat atau situasi fisik yang

---

<sup>29</sup> LNA, Hasil Wawancara, 7 Desember 2023

<sup>30</sup> KAA, Hasil Wawancara, 8 Desember 2023

<sup>31</sup> Suneki and Haryono, “Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial.”

digunakan aktor untuk bersandiwara. Sedangkan panggung belakang adalah tempat dimana seseorang mempersiapkan segala hal yang dapat melengkapi keberhasilan dalam memainkan perannya di panggung depan.

Di dalam panggung depan ini, aktor berusaha melakukan pengelolaan kesan atau Erving Goffman, menyebutnya dengan *impression management*. *Impression Management* adalah upaya menumbuhkan kesan pada benak orang lain sesuai dengan keinginan sang aktor. Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan, remaja di desa Gebangan berusaha melakukan *impression management* pada *followers*-nya melalui platform media sosial Instagram dan Facebook. Remaja melakukan pencitraan diri melalui dunia maya agar orang lain melihat dirinya sesuai dengan apa yang dicitrakannya. Seperti yang dilakukan oleh remaja yang mengunggah foto dirinya mengenakan pakaian trendi dan jalan-jalan bersama teman-temannya, mereka sebenarnya ingin menciptakan kesan pada pengikutnya bahwa mereka adalah orang kaya.

Selain itu, dalam membangun citra diri melalui dunia maya, remaja cenderung menutupi sifat atau karakter asli dari dirinya agar orang lain hanya melihat versi baik dari dirinya saja demi menumbuhkan citra yang sesuai dengan keinginannya. Selain itu, remaja seringkali mempersiapkan foto dan video sebelum diposting di Instagram dan Facebook. Remaja terlebih dahulu melakukan pemilihan foto dan video yang bagus dengan kriteria posisinya *balance*, pengambilan angle yang tepat, dan saturasi warna yang seimbang untuk mendukung *self presenting* atau citra yang ingin ditampilkan di akun media sosial mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Aditya Putra, yang menyatakan bahwa mahasiswa pada akun media sosial pertama sebagai panggung depan cenderung menampilkan atau mencitrakan dirinya sebaik mungkin sesuai dengan keinginannya sesuai dengan citra apa yang ingin ditampilkan kepada orang lain<sup>32</sup>.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa remaja di Desa Gebangan melakukan hal-hal yang berbeda di panggung belakang dari pada di panggung depan. Peneliti juga menemukan beberapa hal yang mengejutkan yang dilakukan remaja di panggung belakang, yang jelas dilakukan oleh remaja untuk mendukung peran dan penampilan mereka di panggung depan. Seperti yang telah diuraikan di atas, peneliti menemukan bahwa panggung belakang remaja menunjukkan perubahan total dari apa yang ditampilkannya di media sosial. Seperti yang terjadi di lapangan, remaja menampilkan gaya hidup hedon dan seperti orang

---

<sup>32</sup> Putra, "Self-Presentasing Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman ( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan , UIN Syarif Hidayatullah Jakarta )."

kaya. Namun pada kenyataannya, remaja tersebut mungkin tidak sekaya yang digambarkan di media sosial. Dimana remaja di desa Gebangan pada kenyataannya membeli barang trendi dengan uang yang mereka kumpulkan sendiri, serta keadaan perekonomian keluarga yang mencukupi, dan tempat tinggal yang sederhana berbanding terbalik dengan apa yang ditampilkan di media sosial.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Malicha dkk, yang menyatakan bahwa mahasiswa sering menampilkan unggahan jalan-jalan ke mal, kafe, dan tempat wisata di Instagram untuk menunjukkan gaya hidup glamor mereka. Namun, di balik semua itu, gaya hidup mereka yang sederhana terlihat dari tempat tinggal mereka dan makanan yang mereka makan setiap hari. Ternyata di panggung belakang, mahasiswa juga bekerja sebagai instruktur outbound dan joki tugas untuk mendapatkan uang untuk makan siang dan jalan-jalan. Ternyata anak-anak itu memiliki bapak yang tegas yang menghalangi mereka untuk pulang malam tanpa alasan di balik aktivitas mereka yang aktif<sup>33</sup>.

Dari pembahasan diatas dapat diketahui bahwa remaja melakukan berbagai tindakan untuk mendukung penampilan mereka di panggung depan. Selain itu, penemuan ini sesuai dengan gagasan Erving Goffman tentang panggung belakang, yang merupakan tempat di mana aktor berlatih atau mempersiapkan diri untuk penampilan mereka di panggung depan.

### **Kesimpulan**

Dapat disimpulkan dari hasil temuan penelitian bahwa *Self presenting* yang mereka lakukan oleh remaja keluarga kelas menengah tidak lain adalah panjat sosial dalam ranah motivator dan sosialita dengan alasan kebahagiaan, kesenangan serta hiburan bagi diri sendiri dan bagi media massa. Dalam banyak hal orang lain memiliki tujuan dan pilihannya masing-masing seperti *self presenting* atau pencitraan dirinya di media sosialnya. Seperti halnya pada remaja yang ada di Desa Gebangan, gambaran dari berbagai temuan penelitian yang dilakukan apa yang mereka tampilkan untuk menyesuaikan diri dan tidak merasa ketertinggalan dan menambah *follower* atau pertemanan, dan banyak orang atau pengguna lainnya yang juga menyukainya. Bukan hanya untuk sekedar gaya akan tetapi untuk menarik banyak teman dan hal demikian merupakan perihal yang sangat membahagiakan bagi remaja tersebut.

Adapun remaja yang menggambarkan diri mereka sebagai sosialita yang hidup mewah dan glamor. menggambarkan dirinya dengan gaya hidup yang sangat konsumtif agar dia

---

<sup>33</sup>Malicha, Deny, and Apriadi, "Dramaturgi Dalam Motif Sharing di Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang."

dianggap sebagai orang kaya, meskipun kenyataannya tidak seperti itu. Dalam hal ini, alangkah baiknya panjat sosial yang hanya bertujuan kepada ranah sosialita setidaknya jangan sampai menjadikan pribadi yang lupa akan keterbatasan yang dimiliki. Ataupun tidak sadar akan perekonomian keluarga dan hanya mementingkan kesenangan pribadi. Terutama bagi remaja dari keluarga kelas menengah ke bawah, alangkah baiknya self presenting di media sosial dilakukan dengan apa adanya dan tidak dilakukan secara berlebihan. Dan juga dari hasil observasi pengguna platform media sosial terdapat beberapa remaja yang tidak pandai bergaul dengan teman di dunia nyata sehingga ia lebih eksis di media sosial untuk mendapatkan teman.

Terakhir adalah remaja yang berpura-pura menjadi motivator. Remaja sering mengunggah foto dengan kalimat bijak untuk mendorong pengikutnya ketika mereka menghadapi masalah. Namun, hal tersebut akan menjadi aneh karena apa yang diunggahnya tidak benar-benar dialaminya, dan remaja sering mengunggah foto-foto dengan intensitas yang sangat tinggi sehingga dapat membuat orang yang membacanya merasa risih. Remaja mencitrakan seperti itu karena mereka ingin mendapatkan pengakuan dari lingkungannya dan mendapatkan posisi sosial yang lebih tinggi daripada posisi asli mereka.

Teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman sesuai dengan apa yang dilakukan remaja tersebut. Remaja memainkan peran yang mereka pilih di panggung depan; dalam hal ini, panggung depan adalah dunia maya di mana mereka membangun identitas mereka. Tujuan remaja bermain peran di panggung depan adalah untuk mengendalikan impression, atau menciptakan kesan dalam benak orang lain berdasarkan peran yang mereka mainkan. Remaja mempersiapkan semua hal di panggung belakang agar mereka dapat memainkan perannya di panggung depan dengan baik. Kehidupan nyata remaja yang tidak terlihat di dunia maya adalah panggung belakangnya. Panggung belakang juga berfungsi sebagai tempat untuk menyembunyikan hal-hal yang dapat mengganggu citra remaja.

## Refrensi

- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten di Media Sosial. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/348296842>
- Arofah, I., & Tandyonomanu, D. (2020). Impression Management Beauty Influencer di Media Sosial Instagram. *Commercium*, 2(2), 103–107. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/31622>
- Atmaja, S. T., Wibowo, J. H., & Hakim, L. (2022). Personal Branding Nonselebriti pada Akun Instagram@ panggilvanyaja. Universitas 17 Agustus Surabaya, 44–48. Retrieved from <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/download/924/398>

- Bahrudin, B., Masrukhi, & Atmaja, H. T. (2017). Pergeseran budaya lokal remaja suku Tengger di desa argosari kecamatan Senduro kabupaten Lumajang. *Journal of Educational Social Studies*, 6(1), 20–28. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jess/article/view/16251>
- Bukhori, I., Islam, U., Hasan, Z., & Probolinggo, G. (2020). Keberterimaan dalam Keberagaman (Refleksi Pendidikan Budaya dalam Pesantren). *AfTàlim: Jurnal Pendidikan*, 6(2), 2548–4419. From <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/attalim/article/view/372>
- Djunaidi, G, M & Fauzan Almanshur. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar- Ruzz Media
- Fricila, T., Rasyid, A., & Kamal, A. (2022). Media Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri. *Pendalas*, 2(3), 242–257. From <https://journal.yaspim.org/index.php/pendalas/article/view/183>
- Hooper, R., E. Guest, C. Ramsey-Wade, and A. Slater. “A Brief Mindfulness Meditation Can Ameliorate the Effects of Exposure to Idealised Social Media Images on Self-Esteem, Mood, and Body Appreciation in Young Women: An Online Randomised Controlled Experiment.” *Body Image* 49, no. March (2024): 101702. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101702>.
- Ibrahim, A., Ananda, D. T., Imani, F. N., Dhiah, S., & Napian, R. (2019). Dampak Penggunaan Instagram sebagai Media Pencitraan pada Kalangan Remaja di Palembang. *POSITIF: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 5(1), 1–7. Retrieved from <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/Positif/article/view/669>
- Landa-Blanco, Miguel, Yarell Reyes García, Ana Lucía Landa-Blanco, Antonio Cortés-Ramos, and Eddy Paz-Maldonado. “Social Media Addiction Relationship with Academic Engagement in University Students: The Mediator Role of Self-Esteem, Depression, and Anxiety.” *Heliyon* 10, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24384>.
- Malicha, S., Deny, P., & Apriadi, W. (2023). *Dramaturgi dalam Motif Sharing di Instagram pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang*, 5, 31–42. From <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/249>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. Yogyakarta Press. Retrieved from [http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALI\\_TAIIF.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALI_TAIIF.docx)
- Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital, 2(2), 143–150. From <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1592>
- Pamela Felita, Christine Siajaha, Vania Wijaya, Gracia Melisa, Marcella Chandra, & Rayini Dahesihsari. (2016). Pemakaian media sosial dan self concept pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi. Manasa*, 5(1), 30–41. From <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/Manasa/article/view/184>
- Pradhana, T. A. (2019). *Self Presenting Pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman: studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya (Doroctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)*. From [http://digilib.uinsa.ac.id/35570/3/Tian%20Angga%20Pradhana\\_I73215073.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/35570/3/Tian%20Angga%20Pradhana_I73215073.pdf)

- Putra, M. A. (2023). *Self-Presentasing Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman ( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan , UIN Syarif Hidayatullah Jakarta )*, 1–99. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73780>.
- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 62. From <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1474>.
- Suneki, & Haryono. (2012). *Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial. Civis*, 2(2), 1–11. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/234022407.pdf>
- Toubet, M., Ainol, A., & Bahrudin, B. (2022). *Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Menyimpang dan Motivasi Belajar IPS Siswa SMA Islam Raden Fatah Probolinggo. Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 13983–13987. Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/4657%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/4657/3932>
- Triananda, S. F., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9106–9110. From <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i3.2428>
- Widadiyah, Q. W., Marlina, L. M., & Sulistianingsih, S. (2023). Social Climber dengan Pendekatan Psikoanalisis Inner Child. *Seminalu*, 1(1), 647-656.
- Winarsih, N. (2023). Jejak Glipang: Daya Ungkit Bangkitnya Nasionalisme Pribumi Dan Media Promosi Pariwisata 4B. *Sandhyakala: Jurnal Pendidikan Sejarah, Sosial dan Budaya*, 3(1), 29–40. From <https://doi.org/10.31537/sandhyakala.v3i1.907>