

STUDI FENOMENOLOGI DAN ANALISIS DRAMATURGI PENGALAMAN HIDUP PADA SISWA SMA NEGERI 17 BATAM PENGUNAAN SECOND ACCOUNT INSTAGRAM

Bella Novelia¹, Michael Jibrael Rorong²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komuniasi, Universitas
Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas
Putera Batam

email: pb201110052@upbatam.ac.id

ABSTRACT

Adolescents are among the most widely associated with technological development. Adolescence becomes a time when a person who is on a violent rampage searches for their identity and their experiences. It also leads to where many teenagers easily follow things done by others such as forming a good self-image, they want to be admired, they want to gain recognition by the public, and they want to show their existence through the experiences they feel. It's the same with the 17 Batam Negeri High School students who have an Instagram account. For some students, not only using Instagram as a medium to share information and communications, but also making Instagram a place to share experiences and a place to complain. There is even one student who has 2 Instagram accounts. The purpose of this study is to analyze and know the experiences, shapes, patterns, activities, and how Frontstage and Backstage users second account on 17 Batam State High School students. This study uses qualitative methods with phenomenological approaches, which are based on a person's subjective or phenomenological experience and use Dramatic analysis (as a theory). The results of this study are how communication experiences, forms and patterns of communication, communication activities, as well as Front stage and Back stage on users of 17 Batam State High School students' second accounts.

Keywords: *Dramaturgi; Phenomenology; Instagram; Teens; Second Account*

PENDAHULUAN

Remaja menjadi salah satu kalangan yang paling banyak dikaitkan dengan perkembangan teknologi. Masa remaja menjadi masa dimana seseorang yang sedang gencar gencarnya mencari jati diri mereka dan pengalaman mereka. (Ayu, 2015). Hal ini juga mengakibatkan dimana banyak remaja dengan mudah mengikuti hal hal yang dilakukan oleh orang lain seperti membentuk citra diri yang baik, mereka ingin dikagumi, mereka ingin mendapatkan pengakuan oleh publik, dan mereka ingin menunjukkan eksistensinya melalui berbagai pengalaman yang mereka

rasakan. Sama hal nya dengan siswa SMA Negeri 17 Batam yang memiliki akun Instagram. Bagi sebagian siswa, tidak hanya menggunakan Instagram sebagai media untuk berbagi informasi dan komunikasi, tetapi juga menjadikan Instagram sebagai tempat untuk membagikan pengalaman serta tempat untuk berkeluh kesah. Adanya ketertarikan dapat dirasakan oleh sebagian besar siswa yang mempunyai akun Instagram. Instagram merupakan salah satu media yang memungkinkan siswa saling berinteraksi dengan siapapun secara virtual. Disini mereka dapat berbagi pengalaman serta momen keseharian mereka dengan menggunakan

foto dan video, berkomunikasi dan saling membagikan informasi dengan orang yang mereka kenal maupun yang baru mereka kenal. (Zamila dan 2 Nugrahawati. 2023). Tidak hanya di dalam kota ataupun luar kota tetapi di luar negeri sekalipun.

Instagram juga memiliki fitur interaksi berupa fitur menyukai, berkomentar, dan fitur untuk saling mengirim pesan. Instagram juga sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Mereka dapat mencerminkan minat, gaya hidup, dan kepribadian mereka. Siswa juga banyak tertarik untuk membuat konten kreatif yang dapat menarik perhatian orang banyak. Instagram juga bisa menjadi sumber pembelajaran dan inspirasi bagi siswa. Mereka dapat mengikuti berbagai akun yang membagikan pengetahuan atau menampilkan inspirasi dalam berbagai bidang seperti pendidikan, seni, olahraga, dan lain sebagainya. Siswa juga dapat terkoneksi dengan berbagai komunitas sosial seperti komunitas penggemar film, musik, atau hobi tertentu. Hal ini dapat memungkinkan mereka untuk berbagi minat dan pengetahuan yang sama. Selain itu juga pandangan dari Rorong (2016) Instagram dapat dimanfaatkan untuk membangun jaringan dan kesempatan di masa depan. Siswa dapat terhubung dengan berbagai khalayak yang memiliki bakat serupa, yang nantinya akan berguna dalam perkembangan karier mereka. Dari sinilah Instagram menjadi media sosial yang banyak disenangi oleh remaja salah satunya ialah siswa SMA Negeri 17 Batam.

Bahkan ada salah satu siswa yang memiliki 2 akun Instagram. Akun tersebut terdiri dari *first account* sebagai panggung depan yang siapapun bisa melihatnya dan terkesan sedikit membagikan pengalamannya di sana sedangkan *second account* sebagai panggung belakang yang banyak membagikan pengalaman dirinya dan beberapa orang tertentu saja yang dapat melihatnya. Bisa dikatakan bahwa, berbagai pengalaman lebih sering diabadikan dan dipublikasikan di *second account*

dibandingkan dengan *first account*. Dari pra reset yang telah dilakukan secara online, terdapat siswa dengan nama *first account @lalissa* dan dengan *second account @dayinlifelica_* yang memberikan alasan mengapa membuat dan menggunakan *second account* Instagram. Disini pengguna akun tersebut mengatakan:

“karna saya ingin memasukkan semua momen yang saya alami kedalam akun tersebut, dan pastinya moment itu ga akan bisa terulang suatu saat nanti. Dan saya hanya ingin orang terdekat saya yang dapat melihat momen tersebut”.

Dari sini dapat dianggap bahwa siswa tersebut menjadikan *first account* sebagai panggung depan yang terkesan membentuk dan menjaga citra diri yang baik. Hal ini dikarenakan *first account* yang dapat dilihat oleh banyak orang tetapi tidak banyak membagikan berbagai pengalaman dan terkesan monoton. Sedangkan *second account* dijadikan tempat yang paling nyaman dan bebas untuk membagikan pengalamannya tetapi tidak banyak orang yang bisa melihatnya dan hanya orang terdekat saja yang dapat melihatnya. Penulis menyimpulkan bahwa, adanya alasan serta kepuasan tersendiri dari pengguna instagram yang memiliki *second account* yaitu adanya berbagai pengalaman hidup dari pengguna untuk membagikan segala bentuk kegiatan yang tidak ditampilkan di *first account* melainkan lebih banyak ditampilkan di *second account*.

Berdasarkan *second account* Instagram dengan nama akun *@dayinlifeica_* dapat dilihat ketika ia membagikan berbagai pengalaman seperti mengikuti lomba yang ada di sekolah, membagikan momen ketika ia mendapatkan piagam penghargaan, membagikan momen kebersamaan bersama teman di sekolah, membagikan momen bersama keluarga, serta membagikan suatu curhatan atau keluh kesah atas sebuah permasalahan hidupnya. *Second account* tersebut tidak banyak pengikut dan orang yang diikuti akun tersebut. *Second account* ini dibatasi dan hanya orang tertentu saja

yang sedang diteliti, sudah dijelaskan bahwa fenomenologi adalah bidang yang berusaha untuk memberikan penjelasan tentang apa yang sebenarnya terjadi. Sama halnya dengan penelitian ini, adanya fenomena yang membentuk pada pengguna akun kedua Instagram. Pengguna akun kedua lebih banyak membagikan pengalaman hidup mereka dibandingkan dengan akun pertama mereka.

2.2 Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi sesuai dengan penelitian ini. Teori ini terdapat front stage dan back stage dimana para pemainnya diibaratkan sebagai pengguna Instagram yang memiliki 2 akun yang masing-masing memiliki perbedaan. *Front stage* sebagai akun pertama yang dapat dilihat oleh semua orang dan back stage sebagai akun kedua yang tidak semua orang bisa melihatnya. Teori Dramaturgi yang mencakup identitas diri dan presentasi diri sangat cocok untuk penelitian ini dimana, penelitian ini berhubungan tentang bagaimana fenomena pengguna akun kedua Instagram yang masing-masing mempunyai karakteristik (depan panggung adalah akun pertama dan panggung belakang adalah akun kedua). Keduanya mempunyai peran sosial dimana adanya perbedaan pada saat membagikan suatu aktivitas ataupun pengalaman hidup mereka di media sosial Instagram. Siswa SMA Negeri 17 Batam yang mempunyai akun kedua di Instagram menjadi subjek penelitian ini. Teori ini juga membantu penulis untuk menganalisis bagaimana bentuk pola komunikasi mereka di Instagram, pengalaman dan aktivitas komunikasi seperti apa yang mereka bagikan di Instagram, serta bagaimana front stage dan back stage dari pengguna akun kedua mereka di Instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini cocok menggunakan jenis kualitatif dengan pendekatan fenomenologi karena dapat membantu peneliti memahami dan menganalisis fenomena apa yang dialami oleh subjek

yang diteliti yaitu siswa SMA Negeri 17 Batam seperti persepsi, perilaku, motivasi, tindakan (*action*), dan lain sebagainya. Metode kualitatif juga pada dasarnya dilakukan dengan cara mendeskripsikan (deskriptif) dalam bentuk kata, kalimat, dan bahasa pada suatu konteks yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai macam metode yang alami (Moleong, 2004:6). penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menganalisa dan mendeskripsikan bagaimana bentuk, pola, aktivitas komunikasi pada siswa SMA Negeri 17 Batam penggunaan akun kedua (*second account*) Instagram, serta bagaimana *front stage* dan *back stage* penggunaan akun kedua tersebut jika ditinjau dengan menggunakan pendekatan fenomenologi dan analisis dramaturgi (sebagai teori).

3.4 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini ialah siswa SMA Negeri 17 Batam yang memiliki serta menggunakan akun kedua Instagram yang terdiri dari 1 *key informan* dan 5 *informan*. *key informan* yaitu siswa yang memiliki dan memberikan pemahaman tentang pengalaman, pandangan, maupun perasaan mereka terkait dengan topik penelitian ini. Peneliti memilih 1 siswa sebagai *key informan* yaitu Lissa dengan nama *first account @lalissa* dan dengan *second account @dayinlifelica_* dikarenakan Lissa mempunyai tingkat keaktifan yang lebih tinggi menggunakan dan membagikan pengalaman atau aktivitas kesehariannya di *second account* miliknya. Sedangkan *informan* yang terdiri dari 5 siswa sebagai berikut;

1. Rakha dari kelas 12 IPA2 dengan nama *First Account @r4khaaaaa* dan *Second Account @secc.combat*
2. Marsha dari kelas 12 IPA2 dengan nama *First Account @marshaalyaputriiii* dan *Second Account @cacaarc.hive*
3. Desri dari kelas 12 IPA2 dengan nama *First Account @_eciinaaauli* dan *Second Account @sunshinecii_*
4. Angela dari kelas 12 IPA5 dengan nama *First Account @angellananga_* dan *Second Account @ttiramisyu_*

5. Melati dari kelas 12 IPA5 dengan nama *First Account* @_melatii_ dan *Second Account* @mel.aja.post

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan harus memiliki karakteristik atau persyaratan tertentu, agar tidak menyimpang dari masalah yang ada.

3.6 Metode Analisis

Penelitian fenomenologi dapat memanfaatkan teknik analisis gabungan, juga dikenal sebagai analisis multikombinasi perspektif. Teknik ini memanfaatkan data yang dikumpulkan dari berbagai metode pengumpulan data, kemudian melakukan analisis, mengambil kesimpulan, dan menyampaikan hasilnya dalam format deskriptif. Teknik ini sangat cocok digunakan dalam penelitian yang mengkaji perspektif multikombinasi. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3.7 Uji Kredibilitas Data

Kredibilitas data dalam penelitian fenomenologi berfokus pada meminimalkan bias penelitian, memverifikasi temuan dengan berbagai sumber, dan melibatkan peserta dalam proses penelitian. Adanya beberapa langkah ini, peneliti dapat memperoleh temuan yang lebih dapat diandalkan dan mewakili siswa dengan akurat. Pada penelitian ini uji kredibilitas data yang digunakan yaitu Uji *Credibility*, Uji *Transferability*, dan Uji *Confirmability*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

1. Pengalaman Komunikasi Pengguna *Second Account*

Terkait dengan realitas individu dari beberapa informan pada siswa SMA Negeri 17 Batam, hal ini menunjukkan adanya keterkaitan dari pengalaman komunikasi yang dirasakan pada pengguna Instagram dengan beberapa alasan dibalik mengapa mereka menggunakan *second account* Instagram dan paling sering

menggunakan akun tersebut dibandingkan akun pertama mereka. Adanya rasa ketidaknyamanan, rasa tidak percaya diri, rasa adanya keinginan diakui oleh banyak orang, serta adanya beberapa pengalaman komunikasi yang kurang baik. Hal ini menjadi sebab dan akibat terjadinya sebuah realitas individu berdasarkan pengalaman komunikasi mereka sebelumnya di akun pertama.

2. Bentuk dan Pola Komunikasi Pengguna *Second Account*

Bentuk dan pola komunikasi pada pengguna *second account* memiliki kesamaan. 1 *key informan* dan 5 informan sama-sama memiliki bentuk komunikasi secara tidak langsung. Dimana mereka hanya menggunakan media sosial (Instagram) dan berkomunikasi lewat *Direct Message* (DM) di Instagram, memberikan *caption* pada postingan, serta memberikan komentar. Pola komunikasi yang digunakan juga sama-sama membentuk pola yang saling memberikan respon (timbal balik) hal ini karena adanya unsur saling memberikan pesan atau informasi baik komunikator maupun komunikan.

3. Aktivitas Komunikasi Pengguna *Second Account*

Aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh beberapa pengguna Instagram termasuk pada *second account* yaitu adanya kesamaan dalam aktivitas pengguna akun Instagram salah-satunya yaitu terkait bahasa yang digunakan, *key informan* dan beberapa informan menggunakan bahasa yang sama tergantung dengan kondisi dan dengan siapa mereka berkomunikasi. Mereka berkomunikasi dengan orang yang tidak dikenal dan bahkan dengan orang yang lebih tua, mereka menggunakan bahasa yang lebih sopan dan ketika mereka berkomunikasi dengan teman sebayanya, mereka menggunakan bahasa yang lebih santai. Berdasarkan pernyataan dari *key informan* juga memiliki komunitas atau grup pada akun keduanya yang dimana, komunitas tersebut menjadi salah-satu aktivitas komunikasinya di dalam akun kedua milik *key informan*. Beberapa dari mereka (*key informan* dan 5 informan)

juga mengikuti dan mengonsumsi konten dari beberapa hal yang disukai (*hobby*) seperti sering mengonsumsi konten memasak, kecantikan, mistis, humor, serta mengikuti beberapa selebgram, youtuber, dan artis pemain film.

4. *Front Stage* dan *Back Stage* Pengguna *Second Account*

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap akun pertama dan akun kedua masing-masing milik *key* informan dan informan, penulis menemukan jawaban dari beberapa yang menjadikan akun pertama sebagai panggung depan. Dimana, akun pertama mereka (siswa) sengaja mereka publik dan mempersilahkan orang banyak untuk mengikutinya dan melihat postingan pada akun pertama mereka, berbeda dengan akun kedua mereka yang dijadikan sebagai panggung belakang. Dimana, akun kedua sengaja mereka (siswa) kunci dan hanya beberapa orang terpilih atau orang yang mereka rasa dekat boleh untuk melihat dan mengikuti akun tersebut.

4.2 Pembahasan

1. Pengalaman Komunikasi Pengguna *Second Account*

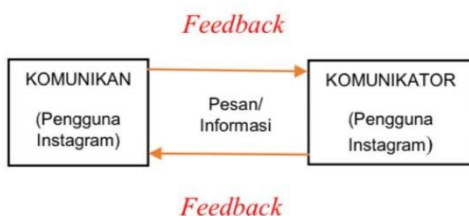
Pengalaman komunikasi dapat mencakup bagaimana seseorang merasa, memahami, dan menafsirkan pesan yang diterima atau disampaikan, serta bagaimana hal itu berdampak pada hubungan interpersonal dan apakah tujuan komunikasi tercapai atau tidak. Misalnya, pengalaman komunikasi dapat berupa pengalaman positif ketika seseorang merasa dipahami dan didengarkan dengan baik oleh orang lain sebaliknya, pengalaman komunikasi juga dapat berupa pengalaman negatif ketika seseorang merasa tidak dipahami dengan baik oleh orang lain. Pengalaman komunikasi dari siswa SMA Negeri 17 Batam dalam menggunakan *second account* (akun kedua) dapat dilihat pada beberapa wawancaranya terkait dengan pertanyaan "Bagaimana pengalaman komunikasi anda dalam menggunakan akun kedua (*second account*) di Instagram?" dari pertanyaan tersebut, 1

key informan dan 5 informan menjawab dengan berbagai macam pernyataan yang selaras dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dan beserta bukti serta dokumentasi pada saat wawancara tersebut.

2. Bentuk dan Pola Komunikasi Pengguna *Second Account*

Bentuk komunikasi mengacu pada berbagai cara atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi antara individu atau kelompok. Pola komunikasi mengacu pada cara atau metode tertentu yang digunakan dalam tahapan komunikasi untuk menyampaikan pesan, berinteraksi dengan orang lain, atau membangun pemahaman. Pola komunikasi mencakup aturan, norma, dan kebiasaan yang memengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima. Bentuk dan pola komunikasi dari siswa SMA Negeri 17 Batam dalam menggunakan *second account* (akun kedua) melalui wawancaranya bersama peneliti terkait dengan pertanyaan "Bagaimana bentuk dan pola dalam komunikasi saat anda menggunakan akun kedua (*second account*) di Instagram?" dari pertanyaan tersebut, masing-masing jawaban dari 1 *key* informan dan 5 informan menjawab dengan jawaban yang hampir sama. Penulis menyimpulkan dari 6 orang siswa (1 *key* informan dan 5 informan) menggunakan bentuk komunikasi secara tidak langsung yang hanya menggunakan media sosial Instagram melalui *Direct Message* (DM) dan *Live Streaming* di akun pertama maupun akun keduanya, meski ada beberapa siswa yang lebih sering berkomunikasi di akun kedua dan ada juga yang lebih sering berkomunikasi di akun pertama. Pola komunikasi yang digunakan oleh 6 orang siswa (1 *key* informan dan 5 informan) ini juga memiliki kesamaan yaitu dengan menggunakan pola *two way traffict communication* atau lebih sering disebut pola komunikasi timbal balik (adanya *feedback*). Hal ini dapat disimpulkan berdasarkan pernyataan dari pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Berikut gambaran dari pola komunikasi timbal balik.

Gambar 4.21 Komunikasi Timbal Balik
(Feedback)



Sumber : Olahan Peneliti, 2023

Terlihat pada gambar di atas, proses dari adanya komunikasi timbal balik yang menghubungkan keduanya mempunyai pesan atau informasi yang saling bertukar. Komunikasi timbal balik yang digunakan melalui media sosial Instagram dengan menggunakan *Direct Message* atau yang sering disebut DM. pada gambar di atas menunjukkan adanya pertukaran pesan atau informasi yang sama-sama saling menunjukkan adanya timbal balik (*feedback*).

3. Aktivitas Komunikasi Pengguna *Second Account*

Berbagai aspek interaksi komunikatif, seperti berbicara, mendengarkan, menulis, membaca, dan ekspresi tubuh dan bahasa tubuh, termasuk aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi dari siswa SMA Negeri 17 Batam dalam menggunakan *second account* (akun kedua) melalui wawancaranya bersama peneliti terkait dengan pertanyaan "Apa yang menjadi peran dalam akun Instagram kedua anda dalam kehidupan sehari-hari anda? Bagaimana aktivitas komunikasi pada akun kedua anda?. Dari pertanyaan tersebut, masing-masing *key informan* dan *informan* memberikan jawaban yang sebenarnya hampir serupa namun ada beberapa perbedaan yang tidak terlalu jauh. Disertai adanya hasil pengamatan dan dokumentasi dari beberapa aktivitas komunikasi seperti komentar pada postingan, *caption*, dan lain sebagainya. Hal ini dapat dikatakan bahwa masing-masing dari siswa mempunyai aktivitas komunikasi yang

dilakukan baik di akun pertama maupun di akun kedua.

4. *Front Stage* dan *Back Stage* Pengguna *Second Account*

Berkaitan dengan teori dramaturgi, yang mencakup panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) menjadi hal serupa jika dikaitkan dengan *first account* (akun pertama) dan *second account* (akun kedua). Berdasarkan hasil wawancara dengan pertanyaan yang ditujukan adalah "Apakah ada perbedaan dalam konten atau identitas yang anda ekspresikan di akun pertama (*first account*) dan akun kedua (*second account*) Instagram anda?. Serta pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap akun pertama dan akun kedua masing-masing milik *key informan* dan *informan*, penulis menemukan jawaban dari beberapa yang menjadikan akun pertama sebagai panggung depan. Dimana, akun pertama mereka (siswa) sengaja mereka publik dan mempersilahkan orang banyak untuk mengikutinya dan melihat postingan pada akun pertama mereka, berbeda dengan akun kedua mereka yang dijadikan sebagai panggung belakang. Dimana, akun kedua sengaja mereka (siswa) kunci dan hanya beberapa orang terpilih atau orang yang mereka rasa dekat boleh untuk melihat dan mengikuti akun tersebut. Hal ini dapat disimpulkan dilihat dari hasil pengamatan dan hasil wawancara terkait beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada *key informan* dan *informan*. Ada beberapa *informan* yang menjadikan akun pertamanya sebagai panggung belakang sedangkan akun keduanya sebagai panggung depan.

SIMPULAN

Hasil pengamatan serta wawancara terkait rumusan masalah yang diteliti, penulis juga menyimpulkan;

1. Pengalaman komunikasi pada pengguna *second account* siswa SMA Negeri 17 Batam cenderung memiliki unsur kesamaan yang pada umumnya banyak dilakukan oleh para pengguna akun Instagram seperti memberikan dan mendapatkan komentar, memberikan

sebuah *caption* pada postingan, serta beberapa dari informan juga memiliki pengalaman komunikasi yang kurang baik dari sesama pengguna *second account* maupun *first account* mereka.

2. Bentuk dan pola komunikasi pada pengguna *second account* siswa SMA Negeri 17 Batam memiliki kesamaan. 1 *key informan* dan 5 informan sama-sama memiliki bentuk komunikasi secara tidak langsung. Dimana mereka hanya menggunakan media sosial (Instagram) dan berkomunikasi lewat *direct message* (DM) di Instagram, memberikan *caption* pada postingan, serta memberikan komentar. Pola komunikasi yang digunakan juga sama-sama membentuk pola yang saling memberikan respon (timbal balik) hal ini karena adanya unsur saling memberikan pesan atau informasi baik komunikator maupun komunikan.
3. Aktivitas komunikasi pada pengguna *second account* siswa SMA Negeri 17 Batam menunjukkan adanya kesamaan dalam aktivitas pengguna akun Instagram salah-satunya yaitu terkait bahasa yang digunakan, *key informan* dan beberapa informan menggunakan bahasa yang sama tergantung dengan kondisi dan dengan siapa mereka berkomunikasi. Ketika mereka berkomunikasi dengan orang yang tidak dikenal dan bahkan dengan orang yang lebih tua, mereka menggunakan bahasa yang lebih sopan dan ketika mereka berkomunikasi dengan teman sebayanya, mereka menggunakan bahasa yang lebih santai. Tidak hanya itu, *key informan* juga memiliki komunitas atau grup pada akun keduanya yang dimana, komunitas tersebut menjadi salah-satu aktivitas komunikasinya di dalam akun kedua milik *key informan*. Beberapa dari mereka (*key informan* dan 5 informan) juga mengikuti dan mengonsumsi konten dari beberapa hal yang disukai (*hobby*) seperti sering mengonsumsi konten memasak, kecantikan, mistis, humor, serta mengikuti beberapa selebgram, youtuber, dan artis pemain film.
4. Beberapa dari pengguna *second account* pada siswa SMA Negeri 17 Batam menunjukkan bahwa 5 dari 6

informan (termasuk *key informan*) membentuk sebuah dramaturgi dimana, adanya unsur *front stage* yaitu pada *first account* dan unsur *back stage* yaitu pada *second account* milik mereka. Hal ini dikarenakan *first account* mereka bersifat publik (siapaapun boleh dan bisa melihatnya) sedangkan *second account* mereka bersifat *privasi* (hanya beberapa orang tertentu yang dapat melihatnya). Hanya 1 informan yang memiliki perbedaan dalam menentukan yang mana akun sebagai *front stage* dan *back stage*, ia memilih *first account* sebagai *back stage* (bersifat *privasi*) sedangkan *second account* sebagai *front stage* (bersifat publik). Hal ini juga adanya beberapa perbedaan terkait isi konten pada akun yang dijadikan sebagai *front stage* (panggung depan) dan akun yang dijadikan sebagai *back stage* (panggung belakang).

DAFTAR PUSTAKA

- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 3(2), 1–16. <https://doi.org/10.12928/channel.v3i2.3270>
- Biiznilla Yulian, S., & Syahriar Sugandi, M. (2019). Perilaku Komunikasi Otaku dalam Interaksi Sosial (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Jepang Soshonbu Bandung). *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 191–200. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art6>
- Budiani, A. N., Fauzi, F., & Bantar, G. Y. (2023). *Gambaran Self disclosure Pengguna Second account Instagram (Studi Fenomenologi Self disclosure Pengguna Second account Instagram Pada Dewasa Awal)*. 7, 17238–17243.
- Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of media and social media use in generation z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal*

- of Communications Studies), 7(1), 195–214. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.5230>
- Fauzi, E. P. (2021). Konstruksi Sosial Soft Masculinity dalam Budaya Pop Korea. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 127. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.3687>
- Febiana Christanti, M., Bestari Mardani, P., Putri Cahyani, I., & Yoga Sembada, W. (2021). “Instagramable”: Simulation, Simulacra And Hyperreality on Instagram Post. *International Journal of Social Service and Research*, 1(4), 394–401. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v1i4.59>
- INSTAGRAM POST AS A PERSONAL BRANDING MEDIA TO BUILD. (2022). *May 2020*, 88–95.
- Nuranisa Zamila, & Eni Nuraeni Nugrahawati. (2023). Pengaruh Kepribadian (Five Factor Personality) terhadap Perilaku Cyberbullying pada Pengguna Media Sosial. *Jurnal Riset Psikologi*, 61–68. <https://doi.org/10.29313/jrp.v3i1.2060>
- Rachmawaty, D., Rochayanti, C., & Sosiawan, E. A. (2013). Komunikasi Interpersonal Pembina Rumah Singgah dan Anak Jalanan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(3), 213–222. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/3802>
- Rizkiana, N. I., & Aprianti, A. (2023). Dramaturgi Pengguna Second Account Pada Generasi Z. *EProceedings of Management*, 9(6).
- Rorong, M. J. (2018). The Presentation Of Self in Everyday Life: Studi Pustaka Dalam Memahami Realitas Dalam Perspektif Erving Goffman. *Jurnal Oratio Directa*, 1(2), 119–132.
- Rorong, M. J. (2019). Penempatan Teori Dalam Ilmu Komunikasi. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(1), 90–107. <https://doi.org/10.33884/commed.v4i1.1417>
- Sudarmika, D., & Sella, N. (2020). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING NASYA MARCELLA. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 6(1).
- Tanwar, C., & Rai, S. (2022). *Social Media as Platforms of Dramaturgy: Text and Display Pictures as Tools of Impression Management*. 11(1), 288–302.
- Wibowo, G., & Soraya, I. (2023). Dramaturgi Dalam Membentuk Persentasi Diri Presenter. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 59–72. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14650>
- Yudhistira Iksandy, D. (2022). *DRAMATURGI PENGGUNA SECOND ACCOUNT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. <http://jurnal.utu.ac.id/jsourc>
- Yuniati, U., & Katon, F. (2020). through Phenomenology Approach. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18.