

# DRAMATURGI *CONTENT CREATOR* DALAM PRESENTASI DIRI DI *INSTAGRAM*

(Studi Etnografi Virtual Pada akun *Instagram* @bangijal\_tv)

Lina Wati, S.Sos.I.,M.Ikom  
Robi Setiawan

Email : [linawati@unis.ac.id](mailto:linawati@unis.ac.id)

Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

## Abstrak

Penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi dengan metode penelitian kualitatif. Objek pada penelitian ini adalah *Content Creator* Muhamad Rijal Mulyana dalam *Instagram* @bangijal\_tv. Alasan peneliti memilih @bangijal\_tv karna *Content Creator* tersebut pernah mengisi beberapa program televisi swasta di Indoensia sebagai bintang tamu dan pemeran utama, sehingga menarik untuk diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Dramaturgi yang digunakan oleh informan dalam presentasi diri di *Instagram* @bangijal\_tv, melalui unsur *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Serta meninjau presentasi diri apa yang digunakan oleh informan.

**Kata kunci** : Dramaturgi, *front stage*, *back stage*, presentasi diri.

## Abstract

*In this study, using the theory of dramaturgy, with qualitative research methods. The object of this research is the Content Creator Mulyana Rijal Muhammad in @bangijal\_tv Instagram. The reason the researchers chose @bangijal\_tv Content Creator because it ever fill some private television programs in the premises as a guest star and the main character, so it is interesting to study. The purpose of this study was to determine Dramaturgy used by informants in the presentation of self in Instagram @bangijal\_tv, through the front element of stage (front stage) and back stage (behind the stage). Self-presentation and review what is used by the informant.*

**Keywords:** *Dramaturgy, fontstage, back stage, self presentasion.*

## PENDAHULUAN

Bagi kalangan remaja atau kaum *milenial* media sosial dapat dimanfaatkan sebagai tempat untuk membentuk *image* diri, mengungkapkan perasaan, maupun kritik. Semua aktivitas yang dilakukan wajib di *share* melauai media sosial apapun khususnya *Instagram* agar semua *followers* mengetahui apa yang sedang dilakukan. *Instagram* dapat dijadikan

sarana komunikasi yang tepat terutama dalam pembentukan *image* dengan cara mengunggah foto atau video dan komunikasi yang berdasar pada pemaknaan orang-orang terhadap foto yang ditampilkan di media sosial

Salah satu contoh creator Indonesia yang memanfaatkan kecanggihan teknolog dan media sosial serta memiliki nama atau *followers* yang sudah cukup tinggi di

media sosial adalah akun *Instagram* @bangijal\_tv, akun yang berisikan konten video lucu dan recek ini namun dapat menarik perhatian para penonton dan *followers*-nya, kini akun tersebut sudah memiliki 2,4 juta pengikut



Gambar 1.1 Profil *Instagram* sumber

[https://www.instagram.com/bangijal\\_tv/?hli](https://www.instagram.com/bangijal_tv/?hli)

Walaupun dianggap sebagai komedi recek akan tetapi hasil dari kerja kerasnya membuat video bersama Teman-temannya membuahkan hasil yang cukup besar bahkan hingga ratusan juta dari hasil video *endorse* dan panggilan mengisi suatu acara bahkan hingga pada tayangan di televisi swasta Indonesia, selain membuat video bersama temannya Rijal juga mengajak bocah lucu bernama Fiki menjadi salah satu bagian dari pengisi konten video di akun *Instagram* @bangijal\_tv. Hingga saat ini akun *Instagram* @bangijal\_tv masih aktif dalam membuat konten kreatif di *Instagram*. *Content Creator* @bangijal\_tv prestasi yang didapatkan melalui *Instagram* dapat menarik perhatian peneliti. Dimulai dari jumlah *followers* yang sudah mencapai angka 2.4 juta, pernah mengisi program acara televisi sebagai pemeran utama, *talk*

*show* dan bintang tamu. Dan juga video yang dibuat sudah mencapai 545 video, video yang dibuatnya bertemakan sketsa dan komedian sehingga dapat menarik perhatian orang-orang yang melihatnya. Semua berawal dari ketekunan dan keseriusan @bangijal\_tv dalam dunia digital sehingga dapat meraih hasil gemilang sampai saat ini.

Dalam menggunakan media sosial setiap manusia pasti menuju pada kesan yang ia buat agar dapat dimaknai positif oleh orang banyak hal itu dikenal dengan sebutan Pengelolaan kesan. Namun dibalik itu semua terdapat beberapa rencana dan penyusunan agenda yang dibuat agar mendapatkan hasil yang maksimal, yaitu dengan menggunakan drama atau teater yang dibuat lebih menarik. Dramaturgi dikembangkan oleh Erving Goffman (1959) yang merupakan Sosiolog Amerika “Secara ringkas Dramaturgi merupakan pandangan dari kehidupan sosial sebagai serentetan pertunjukan drama dalam sebuah pentas. Lebih jelasnya Goffman (1959) mengungkapkan bahwa kehidupan sosial bagaikan teater yang memungkinkan sang aktor memainkan berbagai peran diatas sesuatu atau beberapa panggung dan memproyeksikan citra diri tertentu kepada orang yang hadir, sebagaimana yang diinginkan sang aktor dengan harapan bahwa khalayak bersedia menerima citra diri sang aktor dan memperlakukannya

sesuai dengan citra dirinya itu”. (Mulyana, 2003:119).

Istilah Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan dalam Dramaturgi terdapat *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang).

1. *Front stage* (panggung depan) yang terdiri dari *appearance* dan *manner* keduanya berfungsi untuk menunjukkan status sosial seseorang berdasarkan tampilan dirinya.
2. *Back stage* (panggung belakang) dimana fakta disembunyikan individu mempersiapkan perannya sesuai dengan kondisi yang akan dihadapinya. (Santoso, 2012:47)

Memanfaatkan teknologi saat ini memang sangatlah penting, namun kebijakan dalam menggunakan media itu harus di pertanggung jawabkan selama kita masih menggunakannya dan pasti setiap manusia memiliki motivasi dalam menggunakan media dan memanfaatkan teknologi terutama media sosial yang kini sedang tren penggunaannya di kalangan masyarakat baik tua maupun muda, yang kini sudah lebih maju dari zaman dahulu. Dari hasil pemaparan singkat diatas,

peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai bagaimana Dramaturgi *Content Creator* dalam presentasi diri di *Instagram*, karna peneliti ingin mengetahui bagaimana Dramaturgi yang dilakukan oleh *Content Creator* pada saat presentasi diri di *Instagram*.

## LITERATUR DAN METODOLOGI

### 1. Teori Dramaturgi

Erving Goffman (1959) memaparkan Teori Dramaturgi merupakan pandangan dari kehidupan sosial sebagai serentetan pertunjukan drama dalam sebuah pentas, lebih jelasnya Goffman mengungkapkan bahwa kehidupan sosial bagaikan teater yang memungkinkan sang aktor memainkan berbagai peran diatas sesuatu atau beberapa panggung dan memproyeksikan citra diri tertentu kepada orang yang hadir, sebagaimana yang diinginkan sang aktor dengan harapan bahwa khalayak bersedia menerima citra diri sang aktor dan memperlakukannya sesuai dengan citra dirinya itu”.

Teori Dramaturgi merupakan sebuah kegiatan interaksi satu sama lain sama halnya dengan sebuah pertunjukan drama, dalam hal ini manusia sebagai aktor dan menampilkan segala sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu melalui drama yang ditunjukannya identitas seorang aktor dalam berinteraksi dapat berubah, tergantung dengan siapa aktor berinteraksi. (Mulyana, 2011:122)

Asumsi Teori Dramaturgi dalam (Supardan, 2011:158) menyatakan bahwa

Goffman “tidak menitik beratkan pada struktur sosial, melainkan pada interaksi tatap muka atau kehadiran bersama (*co-presence*) menurutnya interaksi tatap muka itu dibatasi sebagai individu yang saling mempengaruhi tindakan-tindakan mereka satu sama lain ketika masing-masing berhadapan secara fisik. Begitu pula dengan interaksi yang dilakukan oleh satu pengguna dengan pengguna lainnya di media sosial”. Sedangkan menurut (Harymawan, 1986:1), “Dramaturgi adalah ajaran tentang masalah hukum dan konvensi atau persetujuan drama. Kata drama berasal dari bahasa Yunani yaitu *dramoai* yang berarti berbuat, berlaku, bertindak, beraksi dan sebagainya. Drama berarti tindakan dan perbuatan”.

### 3. New Media

Pada Mark (1990) *the Second Media Age* merupakan buku besar Mark poster yang menandai bahwa “media baru merupakan teknologi interaktif dan komunikasi jaringan media maya yang akan mengubah masyarakat”. Gagasan tentang era media baru telah dikembangkan sejak tahun 1980-an hingga saat ini menandai perubahan menandai perubahan yang sangat penting dalam teori media. Pada pendekatan interaksi sosial membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka, bentuk media penyiaran merupakan salah satu bentuk penekanan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang interaksi. Media tersebut dianggap

sebagai media informasional dan karenanya menjadi media realitas bagi konsumen. Sebaliknya media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. (Littlejohn, 2008: 413)

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif menurut Creswell (2009) “adalah pendekatan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif-konstruktif (misalnya, makna-makna yang bersumber dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial dan sejarah, dengan tujuan untuk membangun teori atau pola pengetahuan tertentu), atau berdasarkan perspektif partisipatori (misalnya, orientasi terhadap politik, isu, kolaborasi, atau perubahan)”. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkandata tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas. (Gunawan, 2013:82) Paradigma yang diunakan pada penelitian ini adalah konstruktivisme Paradigma konstruktivis ialah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam

menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka. (Hidayat, 2003:3)

Penelitian ini menggunakan pendekatan Etnografi Virtual Menurut Dell Hymes melalui artikel *the ethnography of speaking* (1962), dalam buku (Nasrullah, 2018:6-7) “Etnografi komunikasi merupakan penggabungan bidang antropologi dan *linguistik* untuk mengurai artefak percakapan yang terjadi antar individu dalam sebuah komunitas. Fokus studi terhadap percakapan dan bahasa pada dasarnya harus bisa menjelaskan dan menganalisis bagaimana penutur (*native speaker*) menggunakan bahasa dalam berkomunikasi pada situasi nyata (*communicative competence*) dibanding bagaimana cara penutur menggunakan kata-kata atau kalimat yang benar secara gramatikal (*linguistik competence*). Percakapan yang terjadi antar individu dalam sebuah komunitas atau masyarakat tidak sekedar terlihat pantas atau sesuai, tetapi juga harus dipertimbangkan aspek atau konteks sosial budayanya. Ada nilai-nilai, norma juga aturan yang berlaku yang menjadi dasar berkomunikasi”.

## TEMUAN DAN DISKUSI

### 1. Dramaturgi Content

#### *Creato*@bangijal\_tv pada saat *Front*

#### *Stage* ( panggung depan)

*Front Stage* (panggung depan) merupakan suatu penampilan atau *setting* yang ditampilkan seseorang kepada publik yang dilakukan secara langsung maupun melalui media guna untuk menarik simpati dan dapat dikenali oleh banyak orang, pada *front stage* terdapat beberapa unsur seperti *manner* (gaya tingkah laku seperti berjalan, duduk, berbicara dan memandang), *Appearance* (penggunaan petunjuk artifaktual seperti pakaian dan celana) dan *Setting* ( serangkaian peralatan ruang dan benda yang digunakan). Di *Instagram* @bangijal\_tv, Rijal Mulyana atau yang biasa dipanggil Bang Ijal selalu menampilkan ketiga unsur tersebut pada setiap foto dan video yang diunggahnya contoh *setting* seperti pada foto profil *Instagram* yang digunakannya :



Gambar 4.3 *front stage* 1 (Profil *Instagram*)@bangijal\_tv sumber : <https://www.instagram.com/p/BySkVun>

Pada foto profil tersebut berbeda dengan foto profil orang pada umumnya dapat dilihat serangkaian *setting* yang digunakan berupa *editing* kostum

tambahan seperti dalam tokoh film Aladin yang digunakannya agar terlihat unik dan menarik, profil tersebut di unggah pada tanggal 4 Juni 2019 sehubungan dengan beredarnya film Aladin dilayar lebar, Rijal memanfaatkan momen tersebut sebagai tema pada profilnya untuk menarik perhatian para pengikutnya di *Instagram*. Dan menampilkan hal yang berbeda, yang orang biasa jarang lihat.



Gambar *front stage* 2 :  
<https://www.instagram.com/p/BwwXTTFI sLt/>

Pada video tersebut menampilkan memey *Spotify* yang dikemas dengan unik yaitu Rijal menggunakan kostum Superhero Kapten Amerika dalam film layar lebar *Avangers*. *Manner, appearance* dan *setting* pada video tersebut dapat terlihat karna, gaya, pakaian dan alat yang digunakannya berada pada *frame* video tersebut. Video tersebut di unggah pada tanggal 27 April 2019, *front stage* tersebut terlihat bahwa Rijal menganggap dirinya sebagai *Content Creator* yang bertingkah laku komedi agar dapat menarik perhatian dari orang yang melihat videonya.

## 2. Dramaturgi *Content Creator*

@bangijal\_tv Pada Saat *Back Stage* ( panggung belakang)

Pada teori Dramaturgi bagian *back stage* (panggung belakang) merupakan kebalikan dari *front stage* (panggung depan) dimana *back stage* berada pada lingkungan yang dikelilingi oleh orang-orang yang lebih erat memiliki ikatan emosional seperti orang tua, kekasih dan sahabat. Segala aktivitas yang dilakukan lebih murni tanpa ada aturan atau skrip yang harus di jadikan panduan untuk menjalankannya, pada *back stage* Rijal ditinjau dari gaya, kesibukan dan penampilan selain membuat konten video di *Instagram* melainkan aktivitas yang dilakukan diluar kepentingan itu semua.

### 1. *Back Stage* yang ditinjau melalui sikap

Pada kehidupan sehari-harinya selain fokus membuat video atau aktif di dunia digital Rijal lebih memiliki sifat yang ceria atau ramai namun tak jarang juga Rijal lebih diam atau menyendiri karna diapun mengkategorikan dirinya sendiri adalah orang yang kondisional atau bertingkah sesuai dengan kondisi yang ada. Menurut Informan.



Gambar 4.10  
 backstage 1 sumber <https://www.instagram.com/p/>

Pada gambar di atas Rijal lebih terlihat rapih dan diam ketika berjalan dengan oran yang dekat dengannya terutama dengan kekasihnya sendiri, disitu dapat di gambarkan bahwa gaya atau penampilan Rijal jauh dengan sikap dan perannya saat berada didepan video atau pada saat mengisi konten pada videonya di *Instagram*. Maksud dari kondisional tersendiri pun Rijal bertingkah laku sesuai dengan kondisi yang ada saat itu juga, jika ia berada pada suatu acara formal disitu ia lebih menunjukkan sikap yang diam dan sopan. Sebaliknya jika bersama teman-temannya dan sedang kumpul- kumpul ia selalu ramai dan suka bercanda.

#### 4. *Back Stage* yang ditinjau melalui kesibukan informan diluar membuat video

Saat ini ada beberapa kesibukan yang Rijal lakukan selain fokus dalam membuat video, yaitu mengisi acara seperti bintang tamu dalam seminar, off air dan mempersiapkan hal-hal apa saja yang akan dibuat untuk videonya nanti seperti mengedit video membuat skrip dan yang lain-lainnya. Menurut Rijal mengenai kesibukannya sekarang.



Gambar 4.12 backstage :sumber

[:https://www.instagram.com/p/BzncQhyAzbh/](https://www.instagram.com/p/BzncQhyAzbh/)

Dalam undangan acara tersebut Rijal menghadiri acara seminar Polpos Talkshow yang di adakan oleh Bem Poltekpos (Politeknik Pos Indonesia) di Bandung pada hari Sabtu, 6 Juli 2019 dengan tema yang dibawakan adalah “talkshow seru bersama *Content Creator*”, dalam seminar tersebut berisikan tentang bagaimana menjadi seorang *Content Creator* dan apa saja yang harus dilakukan sebagai *Content Creator*.

### 3. Presentasi Diri *Content Creator @bangijal\_tv* Pada Saat Membuat Konten Kreati

Pada Presentasi diri seseorang akan melakukan suatu proses dimana dia menseleksi dan mengontrol perilakunya sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan untuk memproyeksikan diri kepada orang lain atau membentuk *image* yang di inginkannya dan pada presentasi diri juga seseorang akan melakukan berbagai macam hal tertentu demi menggapai tujuan yang diharapkannya dengan menggunakan beberapa macam Strategi Presentasi diri. Pada saat di *Instagram* informan menggunakan strategi persentasi diri *ingratiation* (mengambil muka

atau mencari perhatian) karna disetiap video yang ditampilkan dapat terlihat sikap informan yang berlebihan dibandingkan sikap aslinya yang kadang pendiam namun itu semua hanya sebatas drama yang dilakukannya dalam mengisi konten di videonya, tak jarang juga informan menggunakan presentasi diri *examplication* (memberi contoh) semacam nasihat-nasihat yang ditampilkan pada videonya agar dapat dijadikan contoh oleh setiap orang yang melihatnya. Yang ketiga strategi presentasi diri *self promotion* yaitu tindakan presentasi diri yang ditujukan untuk mempromosikan diri informan melalui akting di setiap videonya sekaligus menggunakan objek lain seperti pruduk-produk *endorse* yang di buat dengan konsep berbeda. Dari jumlah keseluruhan ada 6 strategi presentasi diri namun hanya tiga strategi yang digunakan oleh informan sebagai strateginya saat berdrama di *Instagram*, beberapa macam strategi presentasi diri yaitu: *Ingratiation* (mengambil muka) *Intimidation* (mengecam), *Self Promotion* (promosi diri), *Exemplication* (memberi contoh), *Supplification* (permohonan) dan *Self handicapping* (hambatan diri).

Peneliti menganalisis presentasi diri informan melalui video yang di *upload* dan ditinjau melalui isi wawancara yang dilakukan peneliti langsung kepada informan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada penelitian Dramaturgi *Content Creator @bangijal\_tv* dalam presentasi diri di *Instagram* menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam teori Dramaturgi terbagi menjadi dua panggung, panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*), bahwa dalam panggung depan informan mengakui bahwa dirinya lebih senang disebut sebagai *Content Creator* namun disisi lain informan juga menyukai komedian, sehingga setiap video yang dibuat olehnya sering sekali menggunakan gaya seperti seorang komedian dapat disebut bahwa informan merupakan *Content Creator* yang suka komedi
2. Dalam berpenampilan informan terlihat berebeda antara *front stage* dan *back stage*, biasanya orang-orang ingin terlihat rapih dan

menawan saat berada di depan layar terutama media sosial, namun informan hanya menggunakan pakaian seadanya dan biasa-biasa saja saat ber drama di *Instagram* atau media sosial miliknya tak jarang juga

informan kerap menggunakan kostum-kostum aneh yang disewa olehnya. Lain halnya dibalik layar video *Instagram*nya ia lebih berpenampilan menarik dan *casual* atau lebih rapih

3. Dramaturgi *Content Creator* @bangiial\_tv dalam presentasi diri di *instagram*, strategi komunikasi yang di gunakan ialah strategi presentasi diri, yaitu strategi mencari muka atau perhatian (*ingratiation*) dengan tujuan dapat menghibur orang-orang yang melihatnya tanpa ada pihak- pihak yang dirugikan olehnya dan yang kedua, memberi contoh atau teladan (*exemplification*) tindakan ini dibuat olehnya agar dapat menjadi pelajaran bagi orang-orang, karna tidak semua video yang dibuat informan hanya untuk lucu-lucuan saja melainkan ada sisi positif dibalik video-video yang diunggahnya. Yang ke tiga adalah (*self promotion*) promosi diri, kegiatan mempromosikan produk melalui keahlian diri'

## DAFTAR PUSTAKA

- Amber Mac Arthur 2010. *Power Friending Demystifying to grow your business social media: Portfolio Of Penguin Group* (USA)
- Dayaksini & Hudaimah 2009 PsikologiSosia (Umm Press Bandung)
- Deddy Hidayat 2003, Paradigma dan Metodologi penelitian sosial empirik klasik (Jakarta Departemen Ilmu komunikasi Fisip UI)
- Denis, McQuail. 2011, Teori komunikasi massa, Jakarta: Salemba humanika
- E Kristi Poerwandri 2007, Pendekata Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Indonesia: (Depok LPSP3)
- Edy Santoso 2012 Buku Teori komunikasi : (PT Remaja Roesdakarya)
- Harymawan, RMA.1998. Dramaturgi, Bandung : PT Remaja Roesdakarya
- Imam Gunawan 2013. Metode Penelitian Kualitatif, PT BumiAksara. Jakarta 13220
- Lexy J Moleong, 2007. Metode penelitian kualitatif. (Bandung: Rosda karya)
- Morissan, Wardhani, 2014. Teori komunikasi massa. Penerbit : Gahlia Indonesia
- Mulyana deddy 2013, Ilmu komunikasi Suatu Pengantar Bandung : PT Remaja Roesdakarya

- RuliiNasrullah, Teori dan Riset Media Cyber (Prenada Media Group 2014)
- Rulli Nasrullah 2018 Etnografi Virtual. Riset Komunikasi Budaya di Internet. PT Simbiosis Rekatama Media Bandung
- Rulli Nasrullah, Media sosial, PT Remaja Rosdakarya (Bandung 2017)
- Stephen W Little Jhon & Karen Foss 2013, (penerbit Salemba Humanika)
- Sudikin, Basrowi. 2002. Metode penelitian Kualitatif : Persepektif Mikro. Surabaya : Insan Cendikia
- Sugiyono 2017, Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suko Widodo, 2010. Antonomi dan perkembangan Teori Sosial Malang : (Aditya Media Publishing)
- Supardan, Dadang 2011, Pengantar Ilmu Sosial sebuah kajian pendekatan struktural : (Jakarta PT Bumi Aksara).