

MAKNA PENGGUNAAN FITUR *CLOSE FRIENDS* INSTAGRAM SEBAGAI REPRESENTASI DIRI MAHASISWA DALAM KOMUNIKASI DIGITAL

Suherli^{1,*}; Muhammad Taslim²; Muh Nurqadri Jamal³

^{1,2,3} Universitas Almarisah Madani, Makassar, Indonesia;

suherli715@gmail.com¹, muhammadtaslim111194@gmail.com², qadridjamal@gmail.com³

*correspondence : suherli715@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna penggunaan fitur *Close Friends Instagram* sebagai bentuk representasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani dalam dinamika komunikasi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap tujuh informan yang dipilih secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria aktif menggunakan fitur tersebut. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur *Close Friends* dimaknai sebagai ruang komunikasi semi-privat bagi mahasiswa untuk melakukan representasi diri, keterbukaan diri, pengelolaan audiens, dan manajemen identitas dalam praktik komunikasi digital di media sosial. Diadopsi dari perspektif dramaturgi Erving Goffman, perbedaan representasi diri pada akun publik dan fitur *Close Friends* mencerminkan strategi pengelolaan kesan (*impression management*) dalam ruang komunikasi digital. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital dengan menunjukkan fitur *privasi* media sosial dimanfaatkan untuk menegosiasikan batasan diri dan interaksi sosial secara daring.

Kata kunci

Close Friends, Komunikasi Digital, Dramaturgi, Representasi Diri

ABSTRACT

This study aims to analyze the significance of using Instagram's Close Friends feature as a form of self-representation among Communication Studies students at Almarisah Madani University within the dynamics of digital communication. This study employs a descriptive qualitative approach, utilizing data collection techniques such as interviews, observation, and documentation of seven informants selected through purposive sampling based on the criterion of actively using the feature. Data were analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results indicate that the Close Friends feature is interpreted as a semi-private communication space for students to engage in self-representation, self-disclosure, audience management, and identity management within digital communication practices on social media. Adopting Erving Goffman's dramaturgical perspective, the differences in self-representation between public accounts and the Close Friends feature reflect impression management strategies within digital communication spaces. This study contributes to the development of digital communication research by demonstrating how social media privacy features are utilized to negotiate personal boundaries and online social interactions.

Keywords

Close Friends, Digital Communication, Dramaturgy, Self-Representation

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan terhadap pola interaksi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial kini tidak hanya digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial, hiburan, serta pembentukan identitas diri pengguna di dunia digital (Efrida & Diniati, 2020). Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai bagian penting dalam kehidupan generasi muda, khususnya mahasiswa (Anggraini et al., 2024).

Salah satu media sosial yang paling aktif digunakan mahasiswa saat ini adalah Instagram, yaitu platform media sosial populer yang memungkinkan pengguna berbagi gambar dengan para pengikutnya maupun, pada akun publik, dengan audiens yang lebih luas dan tidak dikenal (Marko, 2023). Kehadiran berbagai fitur di Instagram membuat pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pembentuk identitas digital di ruang virtual (Nejadghanbar & Fotouhi, 2025). Instagram digunakan generasi muda sebagai media presentasi diri dan sarana membangun citra tertentu di hadapan audiens digital (Suherli et al., 2025). Penggunaan Instagram tidak hanya menjadi media berbagi informasi, tetapi juga menjadi arena pengelolaan identitas dan citra diri pengguna di ruang virtual (Lutfiah et al., 2024).

Perkembangan fitur Instagram turut memengaruhi cara pengguna merepresentasikan dirinya di media sosial. Salah satu fitur yang banyak digunakan saat ini adalah fitur *Close Friends* pada Instagram Story. Fitur *Close Friends* memungkinkan pengguna membagikan informasi pribadi hanya kepada orang-orang tertentu yang dianggap dekat dan dipercaya (Azzahra et al., 2022). Kondisi tersebut membuat pengguna merasa lebih nyaman dalam menyampaikan ekspresi diri di media sosial.

Di kalangan mahasiswa, fitur *Close Friends* sering digunakan sebagai media ekspresi diri kepada kelompok tertentu yang dianggap dekat. Mahasiswa cenderung menampilkan citra yang lebih ideal dan terkontrol pada akun publik karena mempertimbangkan penilaian sosial dari audiens yang luas. Sebaliknya, melalui fitur *Close Friends*, pengguna lebih bebas menunjukkan sisi personal seperti aktivitas sehari-hari, opini pribadi, keluhan, maupun ekspresi emosional kepada kelompok pertemanan tertentu. Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan representasi diri antara ruang publik dan ruang yang lebih terbatas dalam media sosial, di mana pengguna dapat menyesuaikan cara mereka menampilkan diri berdasarkan karakteristik audiens yang dituju (Putri & Farida, 2018).

Selain menjadi ruang ekspresi diri, fitur *Close Friends* juga menunjukkan adanya pengelolaan *audiens* dalam komunikasi digital. Pengguna media sosial secara sadar memilih siapa saja yang dapat melihat unggahan tertentu berdasarkan tingkat kedekatan sosial dan kenyamanan interpersonal. Pengguna Instagram melakukan seleksi *audiens* untuk menjaga privasi dan membangun komunikasi yang lebih personal dengan kelompok tertentu (Efrida & Diniati, 2020). Dalam konteks ini, fitur *Close Friends* menjadi ruang komunikasi *semi-privat* yang memungkinkan mahasiswa membangun hubungan interpersonal yang lebih personal dibandingkan akun publik mereka.

Fenomena penggunaan fitur *Close Friends* juga ditemukan pada mahasiswa Universitas Almarisah Madani yang aktif menggunakan Instagram dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa memanfaatkan fitur tersebut bukan hanya untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai media representasi diri kepada kelompok tertentu yang dipilih. Penggunaan fitur *Close Friends* menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki cara

tersendiri dalam menampilkan identitas digital mereka di media sosial berdasarkan audiens yang berbeda.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan Instagram dalam konteks komunikasi digital dan *self disclosure*. Penelitian yang dilakukan oleh (Dianiya, 2021) dengan judul "*Management privacy dalam penggunaan fitur Close Friends di Instagram*" menunjukkan bahwa fitur *Close Friends* digunakan mahasiswa sebagai ruang keterbukaan diri kepada kelompok tertentu yang dianggap dekat. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengguna merasa lebih nyaman mengekspresikan diri karena adanya batasan *audiens* pada fitur *Close Friends*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Annabillah & Boer, 2023) berjudul *Fitur Close Friends instagram sebagai Keterbukaan Diri Mahasiswa yang Mengalami Kecemasan Bermedia Sosial*". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman menggunakan *close friends* sebagai bentuk keterbukaan diri untuk menyalurkan ide, informasi, emosi, keluhan, curahan hati, opini, hobi, hubungan asmara, hiburan.

Selain itu, penelitian (Sisnawar et al., 2023) mengenai "*Penggunaan fitur Close Friends Instagram sebagai Bentuk Self Disclosure*" yang menjelaskan bahwa *Self disclosure* yang dilakukan pada fitur *Close Friends* dilandasi dengan kepercayaan, rasa aman dan nyaman. Fitur *Close Friends* memungkinkan penggunaannya untuk dapat lebih berekspresi dan menjadi apa adanya dikarenakan di dalam fitur tersebut hanya berisikan orang-orang yang telah dipercaya.

Namun, penelitian-penelitian terdahulu masih lebih banyak membahas *self disclosure* dan penggunaan Instagram secara umum, serta belum secara spesifik menyoroti makna penggunaan fitur *Close Friends* sebagai representasi diri mahasiswa dalam konteks komunikasi digital. Penelitian mengenai penggunaan fitur *Close Friends* pada mahasiswa juga masih relatif terbatas. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berfokus pada pemaknaan penggunaan fitur *Close Friends* Instagram sebagai representasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis fitur *Close Friends* sebagai ruang komunikasi *semi-privat* yang dimanfaatkan mahasiswa untuk mengelola identitas digital, melakukan *audience management*, dan membangun representasi diri yang berbeda dari ruang digital khususnya media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna penggunaan fitur *Close Friends* Instagram sebagai representasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami dan menggambarkan makna suatu fenomena berdasarkan perspektif partisipan (Creswell. & David, 2022). Penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial berdasarkan pengalaman, pandangan, dan makna yang diberikan oleh subjek penelitian terhadap suatu fenomena tertentu (Putra, 2024). Objek dalam penelitian ini adalah penggunaan fitur *Close Friends* pada Instagram sebagai representasi diri mahasiswa. Subjek penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani yang aktif menggunakan fitur *Close Friends* Instagram. Penelitian ini melibatkan tujuh informan yang dipilih secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa aktif Program Studi

Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani yang menggunakan fitur *Close Friends* Instagram secara aktif dalam membagikan konten melalui fitur. Ketujuh informan tersebut dianggap memadai karena data yang diperoleh telah mencapai titik kejenuhan yaitu tidak ditemukan lagi informasi baru yang signifikan dari proses wawancara yang dilakukan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas penggunaan Instagram informan, khususnya terkait penggunaan fitur *Close Friends* selama periode penelitian Februari hingga April 2026. Pengamatan difokuskan pada jenis konten yang dibagikan melalui fitur *Close Friends*, pola interaksi yang ditampilkan, serta bentuk representasi diri yang ditunjukkan informan dalam unggahan tersebut. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, alasan, serta makna penggunaan fitur *Close Friends* Instagram sebagai media representasi diri. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa tangkapan layar, profil akun, maupun dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif *Miles, Huberman, dan Saldaña*, yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2018). Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data hasil wawancara serta observasi yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif agar memudahkan proses interpretasi data. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil temuan penelitian mengenai makna penggunaan fitur *Close Friends* Instagram sebagai representasi diri mahasiswa. Keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antar informan untuk melihat konsistensi informasi yang diperoleh. Selain itu, data hasil wawancara juga dicocokkan dengan hasil observasi terhadap aktivitas penggunaan fitur *Close Friends* serta dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan dan profil akun yang relevan dengan penelitian. Melalui proses tersebut, peneliti dapat melakukan verifikasi silang terhadap data sehingga meningkatkan tingkat kredibilitas dan keabsahan temuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini membahas mengenai makna penggunaan fitur *Close Friends* pada Instagram sebagai representasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani. Penelitian ini melibatkan tujuh informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria mahasiswa aktif pengguna fitur *Close Friends* Instagram dalam aktivitas komunikasi digital sehari-hari. Adapun informan dalam penelitian ini menggunakan inisial HI, NI, PC, ND, SL, KSW, ASY untuk menjaga kerahasiaan identitas informan.

Tabel 1. Karakteristik Informan

No	Inisial	Jenis Kelamin	Semester	Keterangan
1	HI	Perempuan	2	Aktif menggunakan fitur <i>Close Friends</i> Instagram
2	NI	Perempuan	2	Aktif menggunakan fitur <i>Close Friends</i> Instagram
3	PC	Perempuan	2	Aktif menggunakan fitur <i>Close Friends</i> Instagram
4	ND	Perempuan	2	Aktif menggunakan fitur <i>Close Friends</i> Instagram
5	SL	Perempuan	2	Aktif menggunakan fitur <i>Close Friends</i> Instagram

6	KSW	Perempuan	4	Aktif menggunakan fitur <i>Close Friends</i> Instagram
7	ASY	Perempuan	4	Aktif menggunakan fitur <i>Close Friends</i> Instagram

Sumber: Olahan Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil wawancara, informan menggunakan fitur *Close Friends* karena merasa lebih nyaman mengekspresikan diri dan membagikan aktivitas pribadi tanpa adanya tekanan sosial dari *audiens* umum. Akun publik dinilai memiliki jangkauan yang terlalu luas, sehingga informan cenderung lebih selektif dan berhati-hati dalam mengunggah konten. Sebaliknya, fitur *Close Friends* dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi digital yang lebih privat karena *audiensnya* telah dipilih secara khusus berdasarkan tingkat kedekatan interpersonal dan rasa percaya. NI menjelaskan bahwa dirinya lebih berhati-hati ketika mengunggah konten pada akun publik dibandingkan fitur *Close Friends*.

"Saya menggunakan Close Friends untuk berbagi hal yang lebih personal karena hanya orang tertentu yang bisa melihat." (Informan NI, 2026)

Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa secara sadar membedakan ruang berekspresi antara akun publik dan fitur *Close Friends*. Akun publik cenderung dihindari untuk konten personal demi meminimalisasi tekanan dan penilaian sosial dari *audiens* luas. Sebaliknya, fitur *Close Friends* memberikan rasa aman melalui mekanisme pengelolaan audiens (*audience management*) dan kontrol privasi, yang pada akhirnya memberikan kebebasan bagi mahasiswa untuk mengekspresikan identitas diri secara lebih jujur dan personal

Berdasarkan hasil temuan penelitian, terdapat tiga temuan utama dalam penggunaan fitur *Close Friends* Instagram oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani, yaitu: (1) *Close Friends* sebagai media representasi diri, (2) pengelolaan audiens dalam penggunaan *Close Friends*, dan (3) makna penggunaan *Close Friends* bagi mahasiswa.

***Close Friends* sebagai Media Representasi Diri**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan fitur *Close Friends* untuk merepresentasikan sisi diri yang berbeda dibandingkan akun publik mereka. Pada akun publik, informan cenderung menampilkan konten yang lebih terstruktur, estetik, dan mempertimbangkan penilaian sosial dari *audiens* luas. Sebaliknya, melalui fitur *Close Friends* pengguna lebih bebas menunjukkan sisi personal, seperti humor, opini pribadi, aktivitas sehari-hari, maupun keluhan pribadi secara spontan. Berdasarkan hasil wawancara, informan menjelaskan bahwa unggahan pada akun publik biasanya dipilih dan disesuaikan terlebih dahulu agar terlihat lebih baik di hadapan *audiens* umum. Sementara itu pada fitur *Close Friends* pengguna cenderung membagikan konten secara spontan tanpa terlalu memikirkan penilaian sosial dari pengguna lain. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengguna media sosial secara sadar melakukan pengelolaan identitas digital sesuai dengan karakteristik *audiens* yang dituju. HI menjelaskan bahwa dirinya lebih berhati-hati ketika mengunggah konten pada akun publik dibandingkan fitur *Close Friends*

"Kalau di akun publik saya lebih hati-hati saat posting karena banyak yang lihat, sedangkan di Close Friends saya lebih bebas membagikan cerita pribadi." (Informan HI, 2026)

Temuan ini diperkuat oleh pernyataan ND yang mengungkapkan adanya rasa aman dan kenyamanan psikologis yang lebih besar untuk menampilkan kepribadiannya secara jujur melalui fitur *Close Friends*. Pembatasan *audiens* pada fitur tersebut meminimalisasi

kecemasan akan penilaian sosial, sehingga informan dapat mengekspresikan diri secara lebih autentik tanpa harus mengonstruksi citra yang kaku seperti di akun publik.

"Saya merasa lebih jadi diri sendiri kalau posting di Close Friends dibanding akun publik. Karena kalau di akun publik kan banyak yang lihat jadi rasanya harus selalu jaga image, sementara di Close Friends saya bisa bebas cerita apa saja tanpa perlu pura-pura." (Informan ND, 2026)

Pernyataan informan menunjukkan bahwa akun publik Instagram cenderung digunakan untuk membangun citra tertentu di hadapan *audiens* luas. Pengguna lebih mempertimbangkan estetika, komentar, dan penilaian sosial ketika mengunggah konten pada akun publik. Di sisi lain, fitur *Close Friends* dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih fleksibel untuk menampilkan identitas personal secara spontan dan autentik. Berdasarkan hasil observasi, informan cenderung membagikan aktivitas personal, aktivitas akademik, curahan perasaan, serta aktivitas hiburan melalui fitur *Close Friends*. Konten yang dibagikan pada fitur tersebut cenderung bersifat spontan dan tidak terlalu mempertimbangkan tampilan visual seperti pada akun publik Instagram.

Gambar 1. Picture of Building (10pt)



Sumber: Akun Instagram HI

Berdasarkan hasil observasi, informan HI membagikan unggahan mengenai momen personal yang dianggap berkesan melalui fitur *Close Friends* Instagram sebagai bentuk ekspresi perasaan dan identitas diri kepada kelompok yang dipercaya. Temuan ini memperlihatkan bentuk representasi diri yang jauh lebih personal dan autentik dibandingkan dengan konten yang ia tampilkan pada akun publik. Melalui fitur *Close Friends* yang dimaknai sebagai ruang komunikasi *semi-privat* ini, informan secara sadar melakukan manajemen *audiens* (*audience management*) untuk mengontrol siapa saja yang dapat mengakses narasi kehidupannya.

Gambar 2. Unggahan pada Fitur Close Friends



Sumber: Akun Instagram ND

Fenomena tersebut selaras dengan teori dramaturgi Erving Goffman dalam (Mokos & Salehudin, 2025) yang menjelaskan bahwa individu melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) untuk menampilkan identitas tertentu sesuai situasi sosial dan *audiens* yang dihadapi. Goffman membagi wilayah interaksi menjadi dua, yaitu *front stage* (panggung depan) tempat individu menampilkan citra ideal, dan *back stage* (panggung belakang) yang memungkinkan individu menampilkan sisi diri yang lebih personal dan autentik. Dalam konteks ini, akun publik Instagram berfungsi sebagai *front stage* tempat mahasiswa menampilkan unggahan yang terstruktur dan estetik demi mempertahankan citra sosial positif di hadapan *audiens* luas. Sebaliknya, fitur *Close Friends* bertindak sebagai *back stage* digital yang mereduksi tuntutan pengelolaan kesan tersebut. Melalui kontrol *privasi* ini, mahasiswa dapat melakukan *selective self-presentation* secara aman, sehingga mampu menyeimbangkan kebutuhan ekspresi diri yang autentik dengan kebutuhan menjaga batas informasi personal di ruang komunikasi digital. Fenomena tersebut menunjukkan adanya praktik *selective self-presentation* dalam penggunaan media sosial. Mahasiswa secara sadar memilih informasi, pengalaman, dan ekspresi diri tertentu yang ingin ditampilkan sesuai dengan kelompok *audiens* yang dituju. Selain itu, penggunaan fitur *Close Friends* juga mencerminkan upaya menjaga privasi digital karena pengguna memiliki kontrol terhadap siapa saja yang dapat mengakses unggahan mereka. Melalui pengelolaan *audiens* tersebut, mahasiswa dapat menyeimbangkan kebutuhan untuk mengekspresikan diri dengan kebutuhan menjaga batas-batas informasi personal di ruang digital.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan ruang komunikasi *semi-privat* di tengah keterbukaan media sosial. Fitur *Close Friends* memberikan ruang bagi pengguna untuk membangun kenyamanan komunikasi dan menampilkan identitas diri secara lebih leluasa dibandingkan pada akun publik. Dalam konteks komunikasi digital, praktik penggunaan fitur *Close Friends* menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif melakukan segmentasi *audiens* dan menyesuaikan cara berkomunikasi sesuai dengan konteks interaksi yang dihadapi. Fenomena ini mengindikasikan bahwa budaya media sosial di kalangan mahasiswa tidak hanya

ditandai oleh keinginan untuk memperoleh visibilitas dan pengakuan sosial, tetapi juga kebutuhan akan ruang komunikasi yang lebih terbatas dan aman. Kehadiran fitur *Close Friends* menjadi alternatif bagi mahasiswa untuk menyeimbangkan tuntutan menjaga citra diri di ruang publik dengan kebutuhan mengekspresikan diri secara lebih bebas dalam ruang *semi-privat*.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa representasi diri mahasiswa di media sosial tidak bersifat tetap, melainkan disesuaikan dengan karakteristik *audiens* yang dihadapi. Mahasiswa menampilkan identitas yang lebih terkontrol pada akun publik untuk mempertahankan citra sosial yang positif, sementara pada fitur *Close Friends* mereka cenderung menampilkan sisi diri yang lebih personal dan autentik. Praktik tersebut mencerminkan adanya *impression management*, di mana mahasiswa secara sadar mengelola informasi, ekspresi diri, dan cara mereka menampilkan diri kepada audiens yang berbeda untuk membangun kesan yang sesuai dengan tujuan komunikasi yang diinginkan.

Pengelolaan Audiens dalam Penggunaan Close Friends

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa informan melakukan seleksi *audiens* dalam penggunaan fitur *Close Friends*. Pengguna hanya memasukkan orang-orang tertentu yang dianggap memiliki hubungan dekat, seperti sahabat atau teman terpercaya untuk melihat unggahan pribadi mereka.

Berdasarkan hasil wawancara, informan menjelaskan bahwa tidak semua teman di Instagram dimasukkan ke dalam daftar *Close Friends*. Pengguna cenderung memilih orang-orang yang dianggap memiliki hubungan emosional dekat dan dapat dipercaya untuk melihat unggahan personal mereka. Pemilihan *audiens* tersebut dilakukan untuk menjaga kenyamanan komunikasi interpersonal di media sosial.

SL menjelaskan bahwa dirinya hanya memilih orang-orang tertentu dalam daftar *Close Friends* Instagram.

"Tidak semua teman saya masuk Close Friends. Biasanya hanya teman dekat yang memang saya percaya." (Informan SL, 2026)

Selain itu, KSW juga menjelaskan bahwa daftar *Close Friends* dapat berubah sesuai tingkat kedekatan interpersonal dengan pengguna lain.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Close Friends* tidak hanya berorientasi pada aktivitas berbagi informasi atau konten, tetapi juga mencerminkan dinamika hubungan interpersonal antar pengguna media sosial. Mahasiswa secara sadar melakukan pemilihan *audiens* dengan mempertimbangkan kedekatan sosial, rasa saling percaya, serta kenyamanan dalam berkomunikasi. Praktik tersebut memperlihatkan bahwa fitur *Close Friends* dimanfaatkan sebagai ruang interaksi yang lebih personal, sehingga pengguna dapat membangun komunikasi yang lebih terbuka dengan kelompok pertemanan tertentu tanpa harus berhadapan dengan *audiens* yang lebih luas.

Gambar 3. Unggahan pada Fitur *Close Friends*



Sumber: Akun Instagram SL

Berdasarkan hasil observasi, informan SL membagikan aktivitas keseharian dan kegiatan akademik melalui fitur *Close Friends* Instagram kepada kelompok tertentu yang dianggap dekat. Hal tersebut menunjukkan adanya kenyamanan komunikasi interpersonal dalam penggunaan fitur *Close Friends*.

Gambar 4. Unggahan pada Fitur *Close Friends*



Sumber: Akun Instagram KSW

Unggahan informan KSW menggambarkan aktivitas personal yang dibagikan kepada *audiens* terbatas melalui fitur *Close Friends* Instagram. Penggunaan fitur tersebut mencerminkan adanya pengelolaan *audiens* terhadap unggahan yang bersifat lebih personal.

Fenomena tersebut mengindikasikan adanya *audience management* dalam komunikasi digital mahasiswa. Pengguna media sosial tidak hanya mengatur konten yang ingin dibagikan, tetapi juga menentukan siapa saja yang dapat mengakses konten tersebut. Pengelolaan *audiens* dilakukan untuk menjaga kenyamanan komunikasi dan menghindari penilaian negatif dari *audiens* yang lebih luas.

Praktik pengelolaan *audiens* tersebut memperlihatkan bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna media sosial yang pasif, tetapi juga secara aktif mengendalikan batas-batas komunikasi digital mereka. Kemampuan memilih siapa yang dapat mengakses unggahan tertentu mencerminkan upaya pengguna untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan berekspresi dan kebutuhan mempertahankan citra sosial di ruang digital. Dengan demikian, fitur *Close Friends* berfungsi sebagai mekanisme *audience management* yang membantu mahasiswa menyesuaikan representasi dirinya dengan kelompok sosial yang berbeda.

Makna Penggunaan *Close Friends* bagi Mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara, informan memaknai fitur *Close Friends* pada Instagram tidak hanya sebagai fitur tambahan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang memberikan kenyamanan dalam mengekspresikan diri. Informan merasa lebih leluasa membagikan cerita, emosi, pengalaman pribadi, maupun aktivitas sehari-hari kepada *audiens* yang telah dipilih dibandingkan melalui akun publik Instagram. Beberapa informan menjelaskan bahwa fitur *Close Friends* memberikan kendali yang lebih besar terhadap siapa saja yang dapat mengakses unggahan mereka. Kondisi tersebut membuat informan merasa lebih bebas menampilkan sisi diri yang lebih personal tanpa khawatir terhadap penilaian dari *audiens* yang lebih luas. ASY menjelaskan bahwa fitur *Close Friends* menjadi ruang yang nyaman untuk berbagi cerita dan pengalaman pribadi.

"Close Friends itu seperti ruang nyaman buat saya karena bisa cerita apa saja tanpa takut di-judge banyak orang. Kalau di akun publik saya merasa selalu diawasi dan takut salah posting, tapi di Close Friends saya tahu semua orang di dalamnya adalah teman dekat yang tidak akan menghakimi saya." (Informan ASY, 2026)

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa mahasiswa membutuhkan ruang komunikasi *semi-privat* yang memberikan rasa aman dan kenyamanan psikologis untuk mengekspresikan pengalaman serta perasaan pribadi. Pembatasan *audiens* melalui fitur ini menjadi strategi penting bagi pengguna untuk mengelola representasi diri mereka secara bebas.

Gambar 5. Unggahan pada Fitur Close Friends



Sumber: Akun Instagram PC

Gambar 6. Unggahan pada Fitur Close Friends



Sumber: Akun Instagram ASY

Berdasarkan hasil observasi, informan PC dan ASY secara aktif membagikan unggahan berupa potongan lirik atau audio lagu melalui fitur *Close Friends* Instagram. Unggahan tersebut menunjukkan bahwa fitur *Close Friends* tidak sekadar menjadi media hiburan, melainkan dimanfaatkan sebagai sarana ekspresi diri dan medium untuk menyampaikan suasana perasaan secara simbolis kepada kelompok tertentu yang dianggap dekat. Melalui mekanisme ini, informan merasa jauh lebih nyaman membagikan unggahan yang bersifat personal dibandingkan jika harus menampilkannya pada akun publik Instagram yang memiliki jangkauan *audiens* lebih luas.

Gambar 7. Unggahan pada Fitur Close Friends



Sumber: Akun Instagram NI

Unggahan informan NI memperlihatkan fitur *Close Friends* dimanfaatkan untuk membagikan pengalaman pribadi kepada audiens yang telah dipilih, sehingga proses keterbukaan diri dapat dilakukan secara lebih terkontrol dibandingkan pada akun publik. Penggunaan fitur *Close Friends* pada Instagram menghadirkan ruang komunikasi *semi-privat* yang memberi keleluasaan bagi mahasiswa untuk merepresentasikan dirinya secara lebih fleksibel di media sosial. Fitur tersebut dimanfaatkan untuk

menampilkan identitas personal, mengelola citra diri, serta melakukan keterbukaan diri (*self-disclosure*) kepada kelompok yang dianggap dekat dan dipercaya. Keberadaan fitur ini memberikan kontrol yang lebih besar terhadap audiens sehingga pengguna dapat menentukan batas antara informasi yang dibagikan secara publik dan informasi yang hanya ditujukan kepada kelompok tertentu.

Dalam perspektif komunikasi digital, kondisi tersebut menggambarkan adanya pengelolaan kesan (*impression management*) dalam penggunaan media sosial. Mahasiswa berusaha menyesuaikan representasi dirinya sesuai dengan audiens yang dihadapi. Kehadiran fitur *Close Friends* memberikan pengguna kendali untuk membedakan antara ruang publik dan ruang privat digital sehingga dapat membangun kenyamanan komunikasi interpersonal di media sosial. Selain itu, penggunaan fitur *Close Friends* juga menunjukkan adanya kebutuhan mahasiswa terhadap ruang komunikasi yang lebih terbatas dan personal sebagai bentuk adaptasi terhadap karakter media sosial yang cenderung terbuka dan konsumtif terhadap penilaian sosial. Dengan demikian, penggunaan fitur *Close Friends* pada Instagram menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga sebagai ruang representasi diri dan pengelolaan identitas digital berdasarkan *audiens* tertentu. Melalui dinamika tersebut, penggunaan fitur *Close Friends* pada Instagram membuktikan bahwa mahasiswa tidak hanya memanfaatkan media sosial secara pasif. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya media sosial di kalangan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada satu bentuk identitas yang seragam, melainkan pada pengelolaan representasi diri yang cair dan adaptif demi menjaga keseimbangan relasi sosial di ruang digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa fitur *Close Friends* Instagram dimaknai oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani sebagai ruang komunikasi *semi-privat* untuk merepresentasikan diri di media sosial. Fitur tersebut memberikan rasa aman dan nyaman bagi mahasiswa dalam membagikan aktivitas pribadi, pengalaman, emosi, serta berbagai bentuk ekspresi diri kepada kelompok tertentu yang dianggap dekat dan dipercaya. Mahasiswa cenderung lebih berhati-hati dalam mengunggah konten pada akun publik karena mempertimbangkan penilaian sosial dari *audiens* yang lebih luas, sedangkan fitur *Close Friends* digunakan sebagai ruang yang lebih bebas untuk menampilkan sisi diri yang spontan, terbuka, dan autentik.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengelolaan identitas digital melalui perbedaan representasi diri pada akun publik dan fitur *Close Friends*. Akun publik digunakan untuk menampilkan citra diri yang lebih terstruktur dan sesuai dengan ekspektasi sosial audiens umum. Sebaliknya, fitur *Close Friends* dimanfaatkan sebagai ruang *semi-privat* untuk mengekspresikan sisi kehidupan yang lebih intim, melakukan keterbukaan diri (*self-disclosure*), serta mengelola identitas digital sesuai dengan karakteristik audiens yang dipilih. Selain itu, mahasiswa juga melakukan pengelolaan audiens (*audience management*) dengan memilih pengguna tertentu yang dapat mengakses unggahan mereka berdasarkan kedekatan interpersonal dan rasa percaya. Dalam perspektif teori dramaturgi Erving Goffman, akun publik dapat dimaknai sebagai *front stage*, sedangkan fitur *Close Friends* menjadi *back stage* tempat mahasiswa menampilkan identitas diri yang lebih personal di ruang digital.

Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital dengan memperlihatkan fitur media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga sebagai mekanisme pengelolaan identitas digital dan segmentasi audiens. Secara praktis, temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran terhadap pengelolaan privasi digital dan representasi diri di media sosial sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi pengembangan literasi digital yang lebih responsif terhadap kebutuhan generasi muda dalam mengelola interaksi di ruang digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup karena hanya melibatkan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Almarisah Madani. Oleh karena itu, temuan penelitian menggambarkan pengalaman dan pemaknaan penggunaan fitur *Close Friends* dalam konteks kelompok informan yang diteliti dan belum mencerminkan pengalaman mahasiswa dari latar belakang perguruan tinggi atau program studi yang berbeda. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada penggunaan fitur *Close Friends* Instagram sehingga belum mencakup praktik representasi diri pada platform media sosial lainnya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai program studi dan perguruan tinggi yang berbeda, serta mengkaji praktik representasi diri pada *platform* media sosial lainnya. Selain itu, penggunaan pendekatan teori yang berbeda dapat dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai representasi diri, identitas digital, dan perilaku komunikasi generasi muda di ruang digital.

References / Referensi

- Angraini, R. D., Aminah, S., & Nurkhayati, A. (2024). Second Account Instagram sebagai Media Self Disclosure di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1104–1112. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5039>
- Annabillah, F. A., & Boer, K. M. (2023). *Fitur Close Friends instagram sebagai Keterbukaan Diri Mahasiswa yang Mengalami Kecemasan Bermedia Sosial*. 4(3), 1550–1565. <https://doi.org/doi.org/10.35870/jimik.v4i3.379>
- Azzahra, F., Handayani, L., & Mahdalena, V. (2022). Manajemen Privasi Komunikasi Mahasiswa UPN Veteran Jakarta ada Fitur Close Friends di Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i2.2140>
- Creswell, J. W. C., & David, J. (2022). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Dianiya, V. (2021). Management Privacy dalam Penggunaan Fitur “Close Friends” di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2652>
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57–71. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Lutfiah, C., Dharta, F. Y., & Lubis, F. O. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i12.4910>
- Marko, K. (2023). Digital Identity Performance Through Emoji on the Social Media Platform Instagram. *Frontiers in Communication*, 1–12. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1148517>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Mokos, I. E., & Salehudin. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 638–649.

<https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690>

- Nejadghanbar, H., & Fotouhi, M. (2025). English Language Teachers ' Social Media Branding: Mapping the Construction and Perception of Brand Identities on Instagram. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 1–24. <https://doi.org/10.1515/iral-2024-0254>
- Putra, R. W. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Literasi Nusantara Abadi group.
- Putri, N. S. R., & Farida, F. (2018). Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr. Soetomo Surabaya dalam Instagram. *Jurnal Kajian Media*. <https://doi.org/10.25139/jkm.v2i2.1380>
- Sisnawar, W. C., Karimah, K. El, & Zein, D. (2023). *Penggunaan Fitur Close Friends Instagram sebagai Bentuk Self Disclosure*. 1(1), 134–149. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.379>
- Suherli, Taslim, M., Sabara, A. R. J., Yusvan, A. M., Cahyadi, R., & Desiana, N. I. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Pada Industri Kreatif Di Kota Makassar. *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal*, 7(1), 179–193. <https://doi.org/10.38204/komversal.v7i1.2198>