

DUA WAJAH SELEBGRAM: ANALISIS DRAMATURGI GOFFMAN DALAM PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM

Rossy Chelsea Putri^{1*}, Zikri Fachrul Nurhadi², Haryadi Mujiyanto³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut, Kabupaten Garut, Indonesia;

rossychelseap05@gmail.com¹, zikri_fn@uniga.ac.id², haryadimujiyanto@uniga.ac.id³

*Correspondence : rossychelseap05

ABSTRAK

Selebgram menjadi fenomena yang semakin umum di dunia media sosial saat ini. Sebagai figur publik yang populer di platform tersebut, selebgram sering kali membagi kehidupan mereka menjadi dua akun untuk menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan karier serta untuk melindungi privasi mereka. Para selebgram menyadari bahwa *Instagram* dapat mengubah citra diri seseorang sehingga dalam beberapa kasus, mereka memilih untuk membagikan cerita dan keluh kesahnya di akun *Instagram*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan panggung depan, panggung tengah dan panggung belakang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori Dramaturgi Goffman. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Panggung depan adalah akun utama atau publik yang digunakan untuk menjaga citra profesional dan berinteraksi dengan pengikut, sedangkan panggung tengah adalah akun pribadi yang menunjukkan sisi selebgram yang lebih autentik. Sementara itu, di belakang panggung adalah ruang privat yang tertutup untuk umum, tempat para selebgram menjaga privasi tertinggi.

Kata kunci

Dramaturgi, Panggung Depan, Panggung Tengah, Panggung Belakang.

ABSTRACT

Celebrities are becoming an increasingly common phenomenon in today's social media world. As popular public figures on the platform, celebs often divide their lives into two accounts to maintain a balance between personal life and career and to protect their privacy. Celebrities realize that Instagram can change a person's self-image, so in some cases, they choose to share their stories and complaints on their Instagram account. The purpose of this study is to explain the front stage, middle stage and back stage. This study used a qualitative method with the approach of Goffman's Dramaturgy theory. Data collection techniques used by researchers are interviews, observation, literature study and documentation. The research results show that the front stage is the main or public account that is used to maintain a professional image and interact with followers, while the middle stage is a personal account that shows a more authentic side of the celebrity. Meanwhile, behind the stage is a private room that is closed to the public, where celebrities maintain the highest private

Keywords

Back Stage, Dramaturgy, Front Stage, Middle Stage.

Pendahuluan

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer dan disukai banyak orang terutama kalangan selebgram. Salah satu fitur di *Instagram* yaitu fitur *multiple account* yang memberikan kemudahan bagi pengguna *Instagram* untuk membuat *second account* dalam satu perangkat. Pengguna dapat *login* dua hingga lima akun secara bersamaan tanpa harus *logout* terlebih dahulu. Beberapa selebgram menggunakannya untuk memiliki lebih dari satu akun. Dimana akun pertama menunjukkan akuntabilitasnya jelas dengan menggunakan nama akun, foto profil dan konten yang mewakili identitas aslinya, sedangkan akun kedua melakukan sebaliknya. Terdapat dasar teori yang kuat untuk Penggunaan *second account* dalam penelitian. Teori ini mengacu pada konsep "*second account*"; digunakan dalam penelitian untuk mengeksplorasi perspektif yang mendalam. Dalam kerangka konseptual, *penggunaan second account* dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Dengan menggunakan *second account* dapat memahami dan menggali sudut pandang partisipan yang berbeda dan mendalam. Hal ini dapat memperkaya analisis dan interpretasi data (Fitriyani et al., 2020).

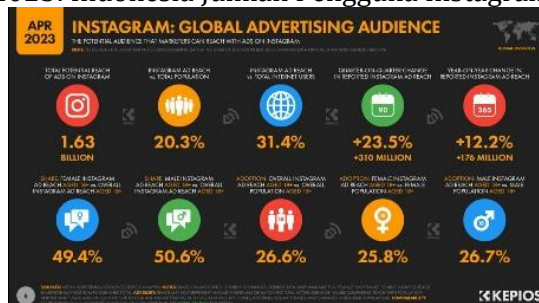
Penggunaan *second account* dalam *Instagram* dapat berdampak pada kehidupan pribadi seseorang. Ada beberapa pertimbangan aspek etika dalam penggunaan akun kedua, seperti penggunaan komunikasi yang baik, tidak terlalu banyak membagikan informasi pribadi, dan menggunakan nama samaran sesuai dengan etika digital yang baik. Selain itu, penggunaan *second account* juga dapat dikaitkan dengan citra diri dan *branding*, dimana *first account* digunakan untuk pencitraan dan formalitas, sedangkan *second account* digunakan sebagai punggung kebebasan berekspresi. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memahami dan mengikuti etika media sosial dalam menggunakan akun kedua untuk mengurangi dampak negatif terhadap kehidupan pribadinya (Paramesti & Nurdiarti, 2022).

Penelitian mengenai penggunaan *second account* dalam konteks perkembangan sosial dan media menunjukkan bahwa penggunaan *second account* khususnya pada platform media sosial seperti *Instagram* menjadi topik penelitian yang menarik. Beberapa penelitian menunjukkan alasan utama pengguna *Instagram* membuat *second account*, seperti pengungkapan diri, digunakan sebagai latar belakang aktivitas dan ekspresi diri yang lebih santai, dan bebas serta mengekspresikan diri dan dapat berinteraksi dengan orang lain. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan *second account* dapat memengaruhi interaksi dan pola perilaku sosial pengguna (Istiani & Islamy, 2020).

Sosial Media memegang peranan penting bagi penggunanya sebagai wadah ekspresi diri atau realisasi diri. Salah satu media yang populer saat ini untuk ekspresi diri adalah *Instagram*, karena memiliki jumlah pengguna yang banyak. *Instagram* juga memiliki fitur yang beragam seperti *feed*, *stories*, *IGTV*, *reels*, *explore*, *filter*, *DM*, *Live*, *shopping*, *insight*, *close friends*, dan lainnya memungkinkan pengguna dengan mudah mengunggah dan berbagi konten apa pun baik berupa potret maupun video. Segala bentuk informasi bisa didapatkan dengan gampang jika memakai *Instagram* (Tiara Ardiesty, 2022). Fitur-fitur di *Instagram* dirancang dengan kecanggihan teknis sekaligus menyuguhkan unsur daya tarik dan kesenangan, bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna *platform* ini. Desain tersebut juga berfungsi sebagai bujuk rayu, menciptakan lingkungan yang mengundang dan membuat pengguna merasa betah serta terhibur saat berada di *Instagram* (Susilawaty et al., 2022)

Berdasarkan data Digital 2023: Indonesia pada bulan April 2023 menurut kemp (2023) di datareportal.com menunjukkan banyaknya 116,16 juta pengguna jejaring sosial Instagram di Indonesia pada bulan Agustus 2023. Jumlah tersebut meningkat sebesar 6,54% dari bulan sebelumnya sebanyak 109,03 juta pengguna.

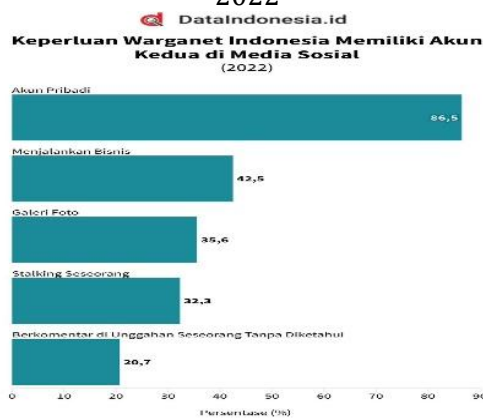
Gambar 1. Data Digital 2023: Indonesia Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2023



Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Diperkuat dengan data empirik di lapangan dari hasil survey jakpat terhadap 989 responden warga Indonesia pada tanggal 31 Oktober 2022, menjelaskan bahwa *second account* sedang maraknya di media sosial. Media sosial telah bertransformasi menjadi tempat berkeluh kesah bagi sebagian orang yang senang untuk melakukan hal tersebut. Namun tidak semua orang berani melakukan hal tersebut karena ingin menjaga citranya, sehingga warganet berinisiatif untuk menggunakan *second account* dengan beragam kepentingan yang berbeda, 86,5% menggunakan akun kedua sebagai akun pribadi, 42,5% untuk menjalankan bisnis, 35,6% untuk galeri foto, 32,3% untuk *stalking* seseorang, dan tercatat 20,7% untuk berkomentar di unggahan seseorang tanpa diketahui (Sadya, 2023).

Gambar 2. Data Keperluan warganet Indonesia Memiliki Akun Kedua di Media Sosial tahun 2022



Sumber: Jakpat

Pengguna mencoba membuat konsep *content* untuk diposting ke akun *Instagramnya* agar bisa menarik pengikut dan menerima kesan dalam bentuk suka atau komentar. Karena *Instagram* digunakan untuk menampilkan citra diri yang baik kepada penggunanya, *Instagram* mengembangkan jenis fitur baru yaitu fitur multi-akun, dengan alasan *Instagram* memudahkan pengguna mempunyai banyak akun dalam satu aplikasi tanpa harus masuk atau keluar. Fitur ini memudahkan pemilik akun untuk mengelola akun *Instagramnya* dengan lebih dari satu akun. (Nolanda Destiano Lestari et al., 2021).

Media sosial Instagram telah menciptakan para influencer atau bisa disebut selebgram. Selebgram adalah sebutan untuk pengguna akun *Instagram* yang terkenal di situs jejaring sosial *Instagram*. Selebgram merupakan julukan yang diberikan kepada pengguna akun *Instagram* yang memiliki banyak *followers* karena unggahan yang dibagikannya menarik dan disukai banyak orang. Saat ini para selebgram mengekspresikan diri lewat *Instagram Stories* untuk berbagi keluh kesah dan mengungkapkan perasaannya. Ketika seseorang menjadi populer, biasanya mendapat banyak keuntungan. Misalnya bisa menjadi figur publik, bisa mendapatkan banyak koneksi, dan ketika menjadi seorang selebgram biasanya akan mendapatkan banyak *endorsement* dari berbagai *online shop* (Rosemary, 2022).

Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman. Goffman menjelaskan, dalam seni drama, kehidupan sosial masyarakat mirip dengan pertunjukan teater, dimana aktor memainkan peran tertentu. Dalam konteks penggunaan *second account Instagram*, individu dapat memiliki peran berbeda di akun utama dan akun kedua. Mereka dapat menggunakan akun kedua untuk mengekspresikan sisi lain dari dirinya, untuk menyembunyikan aktivitas tertentu dari audiens, atau untuk alasan lain yang berkaitan dengan dramaturgi sosial. Dalam penelitian yang menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman untuk pengguna *second account Instagram*, relevansi konsep teoretis ini dapat dijelaskan dengan mengingat perbedaan peran individu di jejaring sosial. Penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana penggunaan akun kedua mempengaruhi interaksi sosial, identitas online, dan pembentukan citra diri. Dengan demikian, teori dramaturgi dapat membantu memahami bagaimana individu "memainkan peran"; di dunia maya, termasuk platform media sosial seperti *Instagram* (Harianto, 2023).

Kehidupan sosial ini terbagi kedalam 3 konsep yaitu panggung depan, panggung tengah dan panggung belakang. Pada konsep panggung depan, individu akan menjalankan perannya dengan sebaik-baiknya. Muka personal dan setting akan ditampilkan melewati panggung depan. Muka personal adalah keadaan fisik aktor seperti penampilan dan tingkah lakunya. Kemudian, panggung tengah adalah area transisi panggung belakang ke panggung depan, dimana di sela-selanya semua aktor dramaturgi melakukan langkah-langkah persiapan yang mendukung penampilannya di panggung. Panggung tengah juga terkadang digunakan untuk memainkan peran sampingan di mana individu menggunakan peran tersebut untuk mendapatkan keuntungan. Setelah itu, di panggung belakang kita dapat bebas menjadi dirinya sendiri atau mengekspresikan diri kita yang sesungguhnya tanpa peduli dengan pandangan publik, bagian ini juga disebut area *private* dimana masyarakat umum tidak dapat melihatnya (Rahma Hidayati & Irwansyah, 2021).

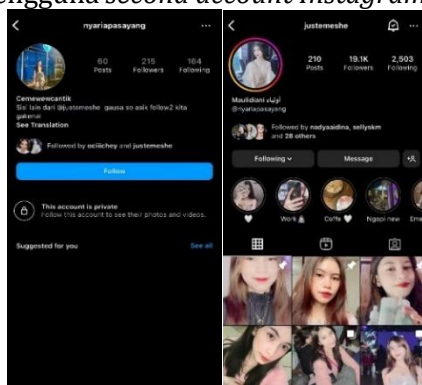
Banyak pengguna *Instagram* baru-baru ini menggunakan lebih dari satu akun, dan sering disebut sebagai akun pertama dan akun kedua. Mereka biasanya memiliki akun lain untuk bersenang-senang dan melakukan apa saja tanpa mengkhawatirkan pendapat orang lain. Munculnya fenomena *second account* di media sosial *Instagram* ini terbilang cukup baru, karena pada saat ini *second account* cukup populer di kalangan *selebgram*. Akun Kedua adalah akun yang dibuat setelah akun pertama. Membuat akun kedua yang berarti akan ada perbedaan konten. Pengguna *Instagram* ingin *followers* mereka melihat sisi terbaik mereka. Ini meningkatkan standar untuk selalu tampil sempurna di *Instagram*, yang memengaruhi pikiran penggunanya. Namun, tuntutan ini menekan

pengguna Instagram untuk menampilkan citra diri yang berbeda di media sosial (Arifa & Permata Sari, 2023)

Fokus pada penelitian ini yaitu *Instagram* sebagai *platform* media sosial populer untuk membangun eksistensi bagi para *selebgram*. Pengguna akun menyadari akun *Instagram* mereka berpengaruh pada penilaian orang lain terhadap mereka. Dengan itu beberapa *selebgram* ingin menunjukkan diri dengan gaya yang berbeda, dan menyadari berbagai respon dari *followers*, maka dari itu mereka membuat akun kedua di *Instagram*. (Setiadi, 2019)

Kemunculan pengguna *second account* di media sosial Instagram, dilatar belakangi oleh adanya beberapa alasan yang membuat orang terlihat palsu dalam kehidupan nyatanya, menggunakan Instagram dengan lebih dari satu akun untuk tujuan yang berbeda, kemunculan penggunaan akun Instagram kedua mencakup konten, baik foto maupun video, yang dianggap tidak pantas untuk diposting di akun utama. Dengan munculnya fenomena akun Instagram kedua, berarti ada perbedaan konten media sosial pertama dengan akun lainnya. (Harianto, 2023)

Gambar 3. Contoh Pengguna *second account Instagram selebgram* Maulidiani



Sumber : Media sosial Instagram, 2023

“Maulidiani gadis yang berusia 24 tahun, Bernama asli Aulia Mauli Diani berasal dari Kalimantan timur, samarinda. Gambar diatas menunjukkan akun Instagram Maulidiani. Kepopuleran Aulia ini berawal dari Pemain *game* di evos, Aulia menonjolkan gaya hidup seorang remaja yang "menyukai *game*". Begitupun nama akun Instagram Aulia yang sangat unik itu diambil dari nama gamenya sewaktu ia masih di evos, Aulia menjadi populer di Instagram, karna dijuluki seorang *gamers* yang cantik sehingga membuat *followers*nya menjadi sangat tertarik untuk mengikuti Aulia sehingga aulia menjadi *selebgram* yang banyak *endorsement*” (Instagram, 2023).

Penelitian ini terkait dengan serangkaian penelitian terdahulu yang membahas fenomena penggunaan dua akun Instagram. Penelitian sebelumnya berjudul "Dramaturgi Pengguna *Second Account* Instagram" mengungkapkan bahwa banyak orang memiliki dua akun Instagram untuk menjaga privasi, membagikan konten hanya kepada orang-orang terdekat. Penelitian ini menonjolkan keunikan dengan menggunakan akun Instagram yang berbeda untuk mengelola akun utama dan akun pribadi, mencerminkan cara pengguna menjaga privasi dan efisiensi dalam menjalankan akun profesional (Acta & Komunikasi, 2023).

Penelitian lain berjudul "Dramaturgi dalam Media Sosial *Second Account* di Instagram sebagai *Alter Ego*" menyoroti penggunaan akun kedua sebagai alter ego, digunakan sebagai buku harian pribadi, *platform* untuk komentar negatif, representasi

diri, dan kepentingan komersial. Penelitian ini memberikan perspektif dramaturgi pada interaksi pengguna akun kedua dan dampaknya terhadap konstruksi identitas dan pengaruh selebgram (Dewi & Alnashava Janitra, 2018).

Sebuah penelitian tentang "Dramaturgi Pengguna *Second Account* Pada Generasi Z" menyajikan temuan bahwa pengguna akun Instagram cenderung menonjolkan sisi positif di *front stage* dan menyajikan informasi faktual di *back stage*. Relevansi penelitian ini terletak pada aspek etis penggunaan akun kedua dan dampaknya terhadap kehidupan pribadi serta masyarakat secara lebih luas (Rizkiana & Aprianti, 2022). Selanjutnya, penelitian berjudul "*The Melting of Student Identity through Second Accounts on Instagram*" secara rinci membahas identitas mahasiswa yang melunak di Instagram melalui penggunaan dua akun. Temuan menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan dua akun untuk membangun identitas ideal yang berbeda, menghadapi dilema tampil autentik secara online, dan mengalami eksplorasi identitas yang mengarah pada penemuan diri dan pengembangan diri. Keunikan penelitian ini terletak pada pemahaman naratif dan motivasi di balik penggunaan akun kedua, yang dapat menambah nilai pada praktik dramaturgi (Zahra, 2023).

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini karena fenomena penggunaan akun Instagram kedua saat ini sedang marak ditengah kehidupan masyarakat, khususnya dalam kalangan remaja. Dimana selebgram menampilkan atau menonjolkan identitas yang berbeda, fenomena tersebut menunjukkan rumitnya membangun citra publik dan kehidupan pribadi yang terkadang bertolak belakang. Dengan akun kedua, para selebgram dapat menampilkan sisi kehidupan yang lebih autentik dari akun utamanya sehingga dapat mempengaruhi persepsi para pengikutnya. Pada hal itu, mereka bisa mempunyai beberapa akun yang digunakan dalam berbagai kepentingan, sehingga permasalahan ini menarik untuk diteliti, karena banyak selebgram yang berkomunikasi dan mengelola akunnya dengan berbagai perbedaan. Maka hal tersebut menarik perhatian peneliti untuk memahami bagaimana dramaturgi digital ini yang mempengaruhi interaksi sosial dan konstruksi identitas secara online. (R. F. Lestari & Yulianita, 2023).

Dipilihnya selebgram selaku media penelitian karena banyak selebgram yang memiliki akun kedua dan kini menjadi selebgram merupakan pekerjaan yang diinginkan banyak orang karena menghasilkan keuntungan. Penelitian selebgram juga dapat memberikan wawasan berharga mengenai dinamika media sosial, pengaruh digital, dan perubahan budaya di era digital. Selain itu, menganalisis strategi dalam membangun dan mempertahankan citra online mereka dapat membantu memahami bagaimana media sosial memengaruhi publik dan hubungan antara selebgram dan pengikutnya. Selebgram juga dapat meningkatkan kredibilitas dan personal brand seseorang di media sosial Instagram. Dari penjelasan tersebut, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu, untuk menjelaskan Penampilan Panggung Depan, Panggung Tengah, dan Panggung Belakang Pengguna *Second account* di Media Sosial Instagram Pada Kalangan Selebgram (Rejeki, 2020).

Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menggambarkan ciri atau kondisi suatu fenomena, dalam hal ini praktik dramaturgi pengguna akun di media sosial Instagram. Dengan alasan membantu menjelaskan gambaran lengkap tentang penggunaan akun kedua. Dengan metode deskriptif, penelitian juga dapat menganalisis fakta dan karakteristik pengguna *second account*, seperti motivasi penggunaan, jenis konten yang dibagikan, dan pengaruhnya terhadap interaksi sosial, yang bisa memberikan dasar kuat untuk melakukan observasi dan menghasilkan temuan yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Oleh karena itu, peneliti memilih metode deskriptif untuk memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena dramaturgi pengguna akun kedua di Instagram dan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara sistematis dan rinci. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive* dan pengumpulan data yaitu menggunakan observasi lapangan, wawancara mendalam, studi pustaka dan dokumentasi. Peneliti dapat mempelajari bentuk-bentuk panggung depan, panggung tengah, dan panggung belakang dari para informan sebagai pengguna media sosial Instagram dari sudut pandang orang yang mengalaminya langsung (Dianiya, 2021)

Peneliti melakukan wawancara semi terstruktur setelah merekrut 5 informan yang terpilih menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive* adalah non-probabilitas dan berbasis kriteria dan satu ahli membantu peneliti memahami alasan untuk membuat akun lain. wawancara jenis ini melibatkan kategori wawancara mendalam yang pelaksanaannya tidak terlalu dibatasi daripada wawancara terstruktur karena cenderung secara terbuka mengidentifikasi tema yang muncul dan orang yang diwawancarai didorong untuk mengungkapkan pikiran dan gagasannya. Peneliti juga melakukan observasi dan mengamati kegiatan pengguna Instagram. Para peneliti kemudian membandingkan data wawancara, lalu membuat Dokumentasi digunakan untuk menginterpretasikan dan memperoleh wawancara sebagai data pendukung (Octaviana & Susilo, 2021).

Penentuan informan dan proses seleksi yang penulis tetapkan untuk dapat menyelesaikan penelitian ini dengan kriteria informan sebagai berikut:

(1) Selebgram dengan karakteristik berbeda, seperti fokus pada, *beauty influencer*, fotografer, duta genre, model, dan gamer; (2) Selebgram yang popularitasnya berkisar dari pengikut terbatas hingga sangat terkenal, seperti selebgram yang baru naik daun dan sudah sukses; (3) Selebgram yang rutin memuat berbagai jenis konten, seperti memposting foto, video, cerita, atau kombinasinya; (4) Selebgram yang memiliki alasan dan motivasi berbeda dalam menggunakan akun kedua, seperti menjaga privasi, mengelola citra, atau berkomunikasi dengan pengikut; (5) Selebgram dengan Usia 18-24 tahun; (6) Aktif menggunakan *first account* dan *second account* dan selalu membuat *snagram/story* setiap harinya.

Tabel 1. Data Informan

NO	Nama informan	Nama First Account	Nama Second Account	Profesi
1	Aulia Mauli Diani	@justemeshe	@nyariapasayang	Selebgram/Gamers
2	Rifki M Ramdani	@capturifki	@rifkiw__	Selebgram/Fotografer
3	Fuja Verra Annisa	@jjverra	@verraannisa07	Selebgram/Model

NO	Nama informan	Nama First Account	Nama Second Account	Profesi
4	Anindya Pratami P	@anindyapratami p	@niinhydrin	Selebgram
5	Tiara Febrianti	@tiarafrnti_	@awwraahhh	Selebgram/D utaGenre

Sumber: Hasil Penelitian 2023

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berdasarkan output wawancara yang dilakukan pada dua narasumber yang sesuai kriteria penelitian. Selain kriteria informan diatas, peneliti juga memiliki kriteria narasumber untuk membantu peneliti dalam penelitiannya. Kriteria narasumber tersebut adalah sebagai berikut : (1) Memahami ilmu komunikasi dan ahli dalam mengamati media; (2) Memiliki wawasan luas, paham mengenai dramaturgi dan *second account*; (3) Terbuka dan bisa berkomunikasi dengan media; (4) Aktif di media Instagram; (5) Mampu mengekspresikan ide dan memberikan informasi yang jelas.

Di bawah ini adalah narasumber yang dipilih untuk mengumpulkan informasi dan data yang diperlukan untuk penelitian ini:

Tabel 2 Data Narasumber

No	Nama	Gender	Profesi
1.	Martha Tri Lestari	Perempuan	Dosen Telkom University
2.	Rafdi Syukma M	Laki-laki	<i>Influencer</i> / Unit Produksi Manager

Sumber: Hasil Penelitian 2023

Hasil dan Pembahasan

Hasil wawancara dengan informan yang memiliki beberapa akun Instagram, diketahui bahwa selebgram memiliki akun Instagram sebagai wujud eksistensi pribadinya, karena hampir semua rekannya juga memiliki lebih dari satu akun Instagram. Mereka juga menyadari bahwa akun media sosialnya sangat berdampak terhadap citranya sebagai seorang publik figur. banyaknya jumlah *followers* yang mengikuti mereka, biografi mereka, gambar profil mereka di feed Instagram mereka, foto yang dibagikan, keterangan atau caption foto, dan argumen orang-orang tentang apa yang mereka bagikan dalam bentuk *like* dan *comment* adalah suatu yang penting (Johana, 2020).

Inilah sebabnya beberapa alasan para selebgram pengguna Instagram merasa perlu memiliki akun kedua. Mereka merasa perlu untuk memberikan kesan yang baik kepada pengikutnya namun tetap ingin mengekspresikan diri apa adanya di depan orang yang terdekatnya, Inilah sebabnya mengapa akun kedua dibuat, akun ini dimaksudkan untuk mewakili orang yang berbeda atau versi berbeda dari seseorang, seperti teman yang sudah dipercaya, sisi lain yang berlawanan dengan karakter yang ditampilkan. (Mahardika & Farida, 2019)

Memiliki akun kedua memungkinkan mereka menambahkan lebih banyak kepercayaan diri dalam memutuskan apa yang harus mereka bagikan kepada audiens, sehingga apa yang mereka bagikan di akun pertama mereka hanyalah sebuah identitas yang telah dikemas dan direncanakan sebaik mungkin agar publik mempersepsikannya sesuai keinginan mereka, tanpa mengungkapkan sisi aslinya sendiri. Jadi, akun pertama hanyalah simbol diri mereka yang dikemas secara matang, dengan kata lain nyaris sempurna dan terlihat indah. (Prihantoro, 2020)

Panggung Depan (*Front Stage*) :

Hasil penelitian yang diperoleh saat peneliti melakukan wawancara dengan informan Pada penelitian ini panggung depan yang disampaikan oleh informan :

Informan 1 mengungkapkan di akun pertama ia gunakan untuk menciptakan kesan publik terhadap dirinya dan melakukan pemilihan konten yang akan ditampilkan.

"Karena akun saya yang pertama sudah banyak banget diketahui orang yang tidak saya kenal dan bahkan tidak dekat dengan saya, jadi saya gunakan akun pertama saya lebih ke konten, endorse, dan post foto yang menurut saya menarik dan terbaik, ibaratnya foto-foto terpilih saya, di akun pertama, saya juga pilih-pilih dulu harus sesuai urutan foto biar feed saya lebih terlihat rapih, saya menghindari orang-orang yang kepo sama kehidupan pribadi saya, di first account juga jarang banget balasin dm orang-orang kalau tidak penting apalagi kalo kalau gakenal kek males aja gitu" (Informan 1, 2023).

Peneliti menemukan fakta bahwa selain penampilan, akun pertama juga memiliki tone dan gaya yang lebih profesional atau berfokus pada merek seperti fotografer sehingga menghasilkan keuntungan melalui kolaborasi dengan merek sebagai berikut:

"Akun pertama lebih membranding orang lain termasuk kerjaan sehari hari atau sampingan, di akun pertama harus terkonsep contohnya dari ngepost, terus capture harus menampilkan yang lebih baik karena dilihat juga sama orang lain terus kalo kita mengupload yang jelek-jelek nanti akun kita juga yang jadi jelek" (Informan 3, 2023).

Adapun akun pertama bisa lebih banyak berinteraksi dengan pengikutnya terkait konten yang dibagikan, misalnya berinteraksi dengan komentar, menjawab pertanyaan atau melakukan siaran langsung untuk memperkuat ikatan dengan pengikut, menggunakan caption Bahasa Inggris agar terlihat keren untuk mendukung narasi yang ingin disampaikan sebagaimana yang disampaikan informan 3:

"Akun pertama itu karna banyak followersnya disitu kita harus menjaga image, harus menjaga nama baik dan menampilkan sisi terbaik, dan harus ada pertimbangan untuk memposting di akun pertama, akun pertama harus lebih tertata, bagus, dan baik" (Informan 3, 2023).

Akun pertama dapat dianggap sebagai akun publik yang digunakan untuk berbagai tujuan profesional, seperti berbagi konten yang lebih berkaitan dengan pekerjaan mereka sebagai *influencer*, seperti iklan produk dan ulasan produk sehingga menghasilkan pendapatan melalui kolaborasi dengan merek sebagai berikut:

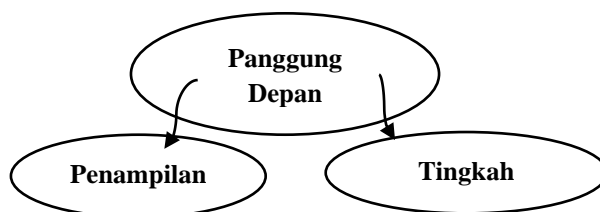
"Akun pertama kan untuk kepentingan bisnis jadi di akun pertama di fokuskan untuk post job, akun pertama itu isi kontennya bener-bener terschedule misalnya aku sering review skincare dan berbagai produk sehingga lama kelamaan banyak yang tertarik kerja sama dan mendapatkan banyak endorse" (Informan 4, 2023).

Keempat pernyataan diatas didukung karena selebgram ingin melindungi privasi dan keaslian mereka. Oleh karena itu, seni dramaturgi akan melibatkan pemilihan konten apa yang mereka bagikan dan sejauh mana mereka ingin membagikan aspek pribadi secara publik, sebagai berikut :

“Sebagai conten creator, aku tidak membagikan segalanya, masih ada privasi yang tidak bisa diketahui sembarangan orang” (Informan 5, 2023).

Bisa disimpulkan dari kelima informan bahwa panggung depan dari penggunaan second account Instagram pada kalangan selebgram adalah akun pertama yang digunakan untuk menyusun konten dan interaksi dengan membangun kesan dan cerita yang diinginkan, serta untuk menjaga citra profesional dan terfokus bagi pengikut dan audiens.

Gambar 4. Hasil Penelitian Tentang Penampilan Panggung Depan Melalui Penggunaan *Second Account* Instagram Pada Selebgram



Sumber : Olahan penulis, 2023

Panggung Tengah (*Middle Stage*) :

Peneliti menemukan fakta bahwa terdapat panggung tengah dari berbagai sudut pandang sebagai berikut: Panggung tengah merupakan area transisi panggung belakang ke panggung depan, dimana semua aktor dramaturgi melakukan persiapan yang mendukung penampilannya di panggung depan.

Setelah dilakukan kedua tahap diatas selanjutnya bagaimana persiapan dramaturgi yang mendukung penampilannya di panggung depan:

“kalo di akun pertama saya jelas persiapan menggunakan make-up, pakaian, aksesoris yang akan dipergunakan ketika berada di panggung depan, selanjutnya persiapan edit foto atau video, jadi pilih-pilih dulu kalo mau upload foto ataupun video” (Informan 1, 2023).

Selanjutnya panggung tengah digunakan untuk penyusunan konten:

“contohnya dengan merencanakan konsep konten apa yang akan dibagikan, biasanya saya mengkonsep foto-foto model dan kontennya harus sesuai sama citra yang ingin saya bangun” (Informan 2, 2023).

Selanjutnya Panggung tengah juga digunakan untuk berkomunikasi dengan teman seprofesi, panggung tengah bersifat pribadi, tetapi sesama profesi dapat berada di panggung tengah atau ruang persiapan yang sama:

“Aku biasanya bertukar pikiran dengan pengikut dan saling memberi masukan, karena seorang selebgram harus aktif berinteraksi sama followers misalnya live ig, menjawab komentar, dan berpartisipasi dalam disukusi” (Informan 3, 2023).

Selain itu juga akun kedua berisi konten tambahan mencakup hobi, minat khusus, atau eksplorasi yang tidak selalu terkait dengan *image* publik mereka. Panggung tengah ini menciptakan kedekatan antara selebgram dan pengikut mereka:

“Biasanya aku memberikan ruang untuk berbagi lebih banyak aspek dari kehidupan aku, bikin konten yang menarik untuk meningkatkan insight, sebisa-bisa dibikin

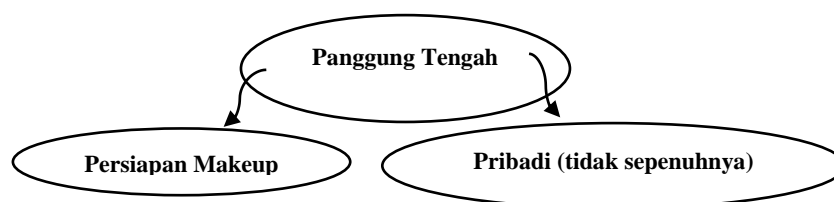
kreatif kontennya biar pengikut pada tertarik, biasanya komunikasi dengan followers terkait konten yang dibuat, misalnya minta spill produk yang kita pakai” (Informan 4, 2023).

Dapat dikatakan bahwa pada middle stage, aktor menjadi dirinya sendiri, namun tidak sepenuhnya, karena masih dalam lingkungan kerja dan masih bersama rekan-rekannya;

“aku sebagai aktifis public terus mengembangkan ide-ide kreatif misalnya berbicara tentang tantangan, kegagalan, atau pemikiran yang lebih dalam yang biasanya tidak selalu cocok untuk akun public” (Informan 5, 2023).

Bisa disimpulkan bahwa panggung tengah adalah akun pribadi yang menunjukkan sisi selebgram yang lebih autentik.

Gambar 5. Hasil Penelitian Tentang Penampilan Panggung Tengah Melalui Penggunaan *Second Account* Instagram Pada Selebgram



Sumber : Olahan penulis, 2023

Panggung Belakang (*Back Stage*) :

Tahap terakhir dalam penelitian ini yaitu terkait dengan Panggung belakang yang merujuk pada aspek-aspek yang benar-benar pribadi dalam kehidupan selebgram yang mereka pilih untuk tidak dibagikan secara online atau hanya diakses oleh lingkaran yang sangat terbatas seperti keluarga dan teman-teman dekat dengan penjelasan sebagai berikut :

“Tujuan saya buat second account cuma buat akun pribadi saya sih, karena akun saya yang first sudah banyak diketahui orang yang tidak saya kenal dan bahkan tidak dekat dengan saya, jadi saya menggunakan akun ini sebagai akun privasi yang isinya cuma orang tertentu, atau orang yang kenal saya dan sangat dekat sama saya” (Informan 1, 2023).

Akun kedua berisi informasi dan lebih banyak konten pribadi, seperti momen sehari-hari, Dengan memiliki akun kedua, mereka dapat menjaga privasi mereka lebih baik di akun pribadi. Area belakang panggung berlawanan dengan panggung depan, tidak terlihat oleh penonton. Hal ini untuk melindungi kerahasiaan pertunjukan dan oleh karena itu audiens biasanya tidak diperbolehkan berada di panggung belakang kecuali dalam situasi genting sebagai berikut:

“Dengan menggunakan second account dari pribadi saya sendiri bisa update jauh lebih bebas dibanding di account pertama, dikarenakan semua followers yang ada di second account hanya orang-orang tertentu tidak sebanyak di account Instagram pertama, privasi juga lebih terjaga” (Informan 2, 2023).

Pada penelitian ini, akun kedua dari para informan adalah cerita di balik layar, dimana mereka bisa bebas berekspresi sebagai orang lain tanpa takut dicap oleh audiens, sebagai berikut:

“sebenarnya punya second account itu karena akun pertama itu banyak followersnya sedangkan kita memposting itu, pribadi kita pengen leluasa untuk memposting apapun yang kita rasakan, jadi second account itu menurut aku pribadi itu untuk meluapkan apa yang aku tidak bisa luapkan di akun pertama, kita bisa bebas memposting apapun tanpa takut orang lain berkomentar negative” (Informan 3, 2023).

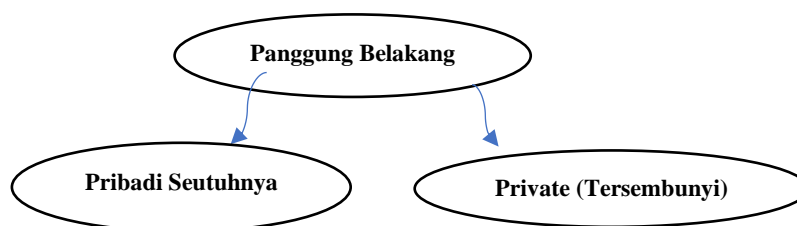
Akun kedua memiliki postingan yang lebih tidak menentu dan lebih bersifat spam sehingga memberikan ruang beristirahat dari sorotan publik dan menjalani kehidupan yang *relative* normal berikut penjelasan dari informan 4 :

“Di second account itu kita lebih bebas untuk mengekspresikan dan mengekspos story maupun feed, di akun kedua bisa bebas post apa saja sesuai yang kita mau. Sebenarnya bisa juga sih di akun pertama ekspos apapun, cuman aku pribadi agak risih kan & berhati2 karena akun pertama itu pengikutnya lebih banyak, jadi lebih bebas post daily di second acc” (Informan 4, 2023).

Pemisahan ini dalam konteks dramaturgi memberikan pemahaman tentang bagaimana selebgram memainkan peran berbeda di berbagai akun mereka untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan privasi selebgram sebagai berikut:

“kebetulan sebagai aktifis publik, aku membuat second account untuk menyimpan hal-hal private seperti keluarga yang tidak bisa aku simpan di Instagram ini, akun kedua saya Kelola saat ada momen yang ingin saya simpan sebagai arsip” (Informan 5, 2023).

Gambar 6. Hasil Penelitian Tentang Penampilan Panggung Belakang Melalui Penggunaan Second Account Instagram Pada Selebgram



Sumber : Olahan penulis, 2023

Bisa disimpulkan bahwa panggung belakang adalah ruang privat yang tertutup untuk umum, dimana merupakan tempat para selebgram menjaga privasi tertinggi.

Selain itu menurut pernyataan narasumber selebgram juga sering berkolaborasi dengan perusahaan untuk mempromosikan atau mereview produk layanan tertentu, sehingga menciptakan drama yang merujuk pada gaya hidup yang diharapkan oleh merek tersebut sehingga target atau audiens tertarik untuk membeli. Mereka mengekspresikan diri mereka di sini dengan cara yang lebih cerah dengan menampilkan sisi terbaik mereka. (Soraya & Alifahmi, 2021).

Bagian ini akan peneliti uraikan terkait dengan pembahasan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Berkaitan dengan panggung depan, panggung tengah, dan panggung belakang bagi pengguna second account insatgram.

Langkah pertama yaitu terkait dengan panggung depan melalui penggunaan *second Instagram* pada selebgram, sebagai berikut:

“Memang Instagram itu atau media sosial itu tempat atau wadahnya dramaturgi kalo menurut pandangan saya apalagi selebgram atau public figure. Namanya juga selebgram ya di Instagram kan yang diposting pasti yang positif atau yang happy-happynya aja, apalagi misalnya untuk first account itu buat promosi, buat jualan itu pasti harus positif ya kontennya, kan keterima sama publiknya harus yang emang experience dia menggunakan sebuah brand itu, ya pasti harus positif, nah kaitan sama dramaturgi misalnya di akun ini seperti selebgram yang lagi liburan ke luar negeri, misalnya dia lagi dapet rezeki, dapat hadiah mobil mewah, itu semuanya dramaturgi toh realnya dibalik Instagram itu kita gatau, sekarang banyak kasus yang mana di Instagramnya manis semua dramaturginya, tapi ujung-ujungnya ada isu negative, jadi dalam first account itu dia membranding sebuah brand” (Narasumber 1, 2023).

Selanjutnya terkait panggung depan melalui penggunaan *second Instagram* pada selebgram, sebagai berikut:

“Menurut saya ada problematika dengan akun pertamanya tentang dia yang gamau meng-ekspos di akun pertama itu, karena saya sendiri di first account memilah dan memilih untuk konten yang akan diposting, emang harus tertata karna banyak penilaian dari client-client saya sendiri, misalnya kalo ada yang salah jadi ikut negative ke followers saya, karna di akun utama interaksinya sangat banyak, lumayan cukup luas dan relasinya itu bukan hanya di sekitaran kota yang saya tinggalin” (Narasumber 2, 2023).

Langkah selanjutnya yaitu terkait dengan panggung tengah yang terdapat persiapan dramaturgi yang mendukung penampilannya di panggung depan sebagai berikut:

“Pengelolaan konten dramaturginya itu harus ada karena tujuannya adalah untuk menginformasikan ke publik tentang suatu produk, konten itu dari mulai visualnya dikaitkan dengan captionnya cari kata-kata atau kalimat yang sebenarnya cukup singkat tapi dengan eye catching orang membaca, mendramaturgikannya itu bukan hanya di visual tapi di writingnya juga, jadi selebgram harus melakukan persiapan dramaturgi pada setiap kontennya yang mana goalsnya dia harus bisa menginject si followersnya dia, jadi setiap konten yang dia bikin pasti ada harapan konten dia ada feedback, salah satu caranya mendramaturgikan sebuah konten” (Narasumber 1, 2023).

Selanjutnya persiapan dramaturgi yang tersusun membantu selebgram memperluas dan mempertahankan followers mereka, sebagai berikut:

“Beberapa postingan saya di Instagram pertama itu ada konsepnya, kayak gimmick cerita, kita bikin sajak, ketika menulis caption harus sesuai dengan fotonya, interaksi dengan pengikut kayak bikin questions ig, tanya jawab, history” (Narasumber 2, 2023).

Langkah terakhir dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan panggung belakang dijadikan sebagai aspek pribadi seutuhnya atau private, sebagai berikut:

“Dengan kemunculan adanya second account yang lebih privasi, yang dia bisa pilih siapa-siapa aja yang bisa ngefollow dia, karna di second account yang dia approve atau dianya ngefollow itukan orang-orang pilihan dia anggap aja itu akun pribadinya dia, dan itu tidak akan terlalu menjadi hal yang akan membuat kerugian first account selebgram itu” (Narasumber 1, 2023).

Tahap terakhir narasumber 2 berpendapat bahwa pada panggung belakang ada suatu hal yang tidak dapat dilihat pada saat aktor berada di panggung depan dan belakang, dengan itu maka tidak bisa diganggu atau dicampuri urusan dari panggung depan ataupun dari panggung tengah, sebagai berikut:

“jadi kalo bikin second account lebih bagus karna si second account bisa ngehighlight yang menurut dia asal posting, mau dia menampilkan apa aja kan cuma temen-temen terdekatnya yang tau, terutama akun kedua itu private, second account itu buat kita nyampah/spam, bisa ngebackup video kita, kenangan-kenangan kita juga akan ada di second account kita sendiri” (Narasumber 2, 2023).

Analisis Dramaturgi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat kesesuaian dan pertentangan penggunaan analisis dramaturgi untuk mendukung hasil riset penggunaan *second account* di *Instagram*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *second account* di *Instagram* dapat dipahami melalui konsep dramaturgi, dimana pengguna memainkan peran berbeda di depan, tengah dan di belakang panggung. Analisis dramaturgi ini dapat membantu memahami bagaimana seseorang menampilkan diri dan menciptakan kesan yang baik pada penonton. Terdapat kesesuaian juga terkait penggunaan *second account* di *Instagram* untuk memberikan perlindungan identitas seseorang, pemisahan data akun bisa membantu mengelola informasi dan mencegah kebocoran. Namun, terdapat kontroversi mengenai kesenjangan antara panggung depan dan belakang yang ditemukan dalam penelitian tersebut. Kesenjangan ini menunjukkan adanya perbedaan antara pernyataan publik dan kehidupan sehari-hari seseorang, yang dapat menimbulkan pertanyaan tentang keaslian presentasi diri mereka. Selain itu, analisis dramaturgi juga menyoroti bahwa individu dapat menggunakan strategi tertentu untuk membangun kesan yang diinginkan, sehingga dapat menimbulkan pertanyaan tentang keaslian presentasi diri mereka. Oleh karena itu, penggunaan analisis dramaturgi dalam studi penggunaan *second account* di media sosial *Instagram* dapat memberikan wawasan berharga tentang cara individu menampilkan diri, namun juga menyoroti pertentangan terkait keaslian presentasi diri dalam hal privasi dan kepercayaan. Dengan demikian, penting untuk mempertimbangkan secara kritis hasil analisis dramaturgi dalam konteks riset penelitian untuk memahami kesesuaian dan pertentangan yang bisa terjadi (Andriani, Muchlis, 2022).

Penampilan Front Stage

Informan penelitian ini menggunakan *first account* selaku panggung depan untuk citra diri. *First account* cenderung memiliki lebih banyak pengikut dibandingkan dengan *second account*. Oleh karena itu, para aktor cenderung menunjukkan sisi positifnya dan ingin pertunjukannya berjalan lancar.

Pada penelitian ini panggung depan yang disampaikan oleh informan, di akun utama ini mereka melakukan pemilihan konten apa yang akan ditampilkan. misalnya melihat kerapihan feed Instagram, dan keterhubungan antara *feed* utama dengan yang lainnya. Selain itu, menurut informan tersebut, foto yang diunggah di first account harus foto yang dianggapnya cantik dan bagus menurut mereka. Selebgram juga menjelaskan bahwa foto yang bagus adalah foto yang diambil dari sudut yang tepat atau *angel* yang pas agar terlihat keren. Akun Instagram pertama mereka juga digunakan untuk mendokumentasikan tempat-tempat yang pernah mereka kunjungi, seperti pemandangan gunung, pantai, tempat wisata, kafe atau restoran dengan interior modern dan estetik seperti halnya foto, *caption* pada foto yang diposting di akun Instagram pertama juga tak kalah penting. *Caption* pada foto dapat menggambarkan motivasi dan gambaran yang ditampilkan pemilik akun, cenderung menggunakan keterangan pada foto dalam bahasa Inggris agar terlihat lebih menarik. Citra publik di akun utama yang mencakup gaya hidup, selebgram memainkan peran dengan menunjukkan kehidupan yang mewah dengan aktivitas sehari-hari yang menarik perhatian pengikut, juga mencakup drama dalam hal penampilan dengan memilih dan mengunggah konten foto atau video, gaya visual, *angel* yang pas, memakai filter, melakukan proses editing dan mengkonsep feed Instagram dengan rapih untuk mempertahankan citra positif dari pengikut (P. D. Lestari, 2023).

Penampilan *Middle Stage*

Panggung tengah yang ditampilkan pada akun pribadi menunjukkan sisi selebgram yang lebih nyata, dengan area transisi dari panggung belakang ke panggung depan dimana semua aktor drama mempersiapkan dukungan untuk penampilannya di depan panggung seperti persiapan makeup atau, hiasan aksesoris, pakaian yang akan digunakan Ketika sedang berada di panggung depan. Panggung tengah juga sering digunakan untuk komunikasi dengan rekan sejawat, dimana aktor bertukar ide dengan rekannya dan memberikan umpan balik satu sama lain.

Panggung tengah ini menciptakan kedekatan antara selebgram dan pengikutnya, menambahkan dimensi kemanusiawian pada konten mereka dan memberikan ruang untuk berbagi lebih banyak aspek kehidupannya tanpa mengorbankan privasi apa pun seperti yang terjadi pada akun belakang panggung misalnya mereka bisa membicarakan mengenai tantangan, kegagalan atau pemikiran yang lebih dalam yang belum tentu bisa cocok untuk akun publik.

Panggung tengah menjadi tempat para aktor beristirahat sebelum kembali berkarya di depan panggung. Panggung tengah bersifat pribadi, namun sesama profesi bisa berada di ruang persiapan yang sama. Dapat dikatakan bahwa panggung tengah menjadi tempat dimana sang aktor dapat menjadi dirinya sendiri, namun tidak sepenuhnya, karena ia selalu berada dalam lingkungan kerja dan selalu bersama rekan-rekannya.

Penampilan *Back Stage*

Eksistensi Instagram sebagai wadah digital yang populer menjadikannya sebagai ekistensi para pemegang akunnya. Pemegang akun sadar bahwa akun Instagram mereka memengaruhi cara orang lain melihatnya. Mereka menyadari akan potensi kontroversi dan reaksi beragam dari pengikutnya, beberapa orang membuat akun kedua di Instagram karena ingin mewakili versi berbeda dari diri mereka. Berikut berbagai alasan informan mempunyai akun kedua: Selaku wadah curhat, selaku wadah meng-arsip foto dan video di galeri, dan selaku akun kuliah. Informan dalam penelitian ini membuat

second account. Sebab, *first account* biasanya memakai nama asli dan juga digunakan selaku pencitraan diri mereka. Adanya akun kedua juga membantu menjaga privasi dan keamanan selebgram dari ancaman yang bisa timbul dari penguntit.

Di sisi lain, di *second account* tidak semua orang bisa mem-*follow* akun kedua tersebut. Hanya beberapa teman dekat saja yang diperbolehkan untuk dijadikan *follower* oleh pemilik akun. Informan merasa lebih bebas dan menampilkan dirinya apa adanya, dari hasil observasi dan wawancara mengungkapkan ada beberapa hal yang ingin disembunyikan pemilik akun dari pengikut *first account*. Misalnya perasaan kesal untuk seseorang atau situasi buruk, pengguna akun mengalami tidak tenang pada *followers first account*, karena merasa cemas akan dihakimi secara negatif, karena pengikut akun pertama tergolong luas jadi tidak ingin mengambil risiko dihakimi atau dikritik oleh netizen. Maka dari itu mereka berbagi rasa frustrasi mereka pada *second account*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa selebgram ingin menampilkan citra diri yang dapat diterima orang lain. Di sinilah manajemen kesan berperan. (R. F. Lestari & Yulianita, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan dampak dari memiliki dua akun terpisah adalah mereka dapat menjaga batasan antara kehidupan pribadi dan profesional mereka, juga memastikan pengelolaan konten dan interaksi dengan audiens dapat lebih terstruktur dan mereka dapat menjaga kualitas konten dengan pengikut dengan baik. Inilah sebabnya mengapa pengguna Instagram merasa perlu mempunyai *second account*. Karena ingin mengesankan para pengikutnya dengan baik, tetapi pada saat yang sama mereka ingin mengekspresikan diri dengan apa adanya di depan teman-teman terdekat mereka. Oleh karena itu, akun kedua dibuat untuk menampilkan versi lain dari diri mereka.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka simpulan pada penelitian yaitu pada konsep panggung depan yang ditunjukkan oleh masing-masing informan melalui akun utama atau publik untuk menjaga citra profesional dan berinteraksi dengan pengikut. Mereka membuat akun utamanya untuk mendapatkan citra yang baik dari sudut pandang audiensnya, sehingga selebgram sangat berhati-hati dalam memilih postingan mana yang akan dibagikan atau bisa juga disebut dengan pencitraan. Sedangkan konsep panggung tengah yang ditampilkan pada akun pribadi menunjukkan sisi selebgram yang lebih autentik, dengan area transisi dari *backstage* ke *front stage* dimana semua aktor Dramaturgi melakukan persiapan yang mendukung penampilannya di depan panggung. Aktor tersebut menjadi dirinya sendiri, namun tidak sepenuhnya, karena ia selalu berada di lingkungan kerja dan selalu bersama rekan-rekannya. Konsep panggung belakang yang ditampilkan menunjukkan ruang privat yang tertutup untuk umum, tempat para selebgram menjaga privasi tertinggi. Seluruh informan dalam penelitian ini menggunakan akun kedua untuk menunjukkan kepribadian mereka yang sebenarnya, yang perbuatannya hanya dapat dilihat oleh beberapa orang yang mereka anggap sebagai teman dekat. Bisa dikatakan akun ini berbanding terbalik dengan akun utama mereka. Kebanyakan informan menjawab bahwa pada akun kedua, mereka menceritakan keluh kesah, curahan hati dan berbagi aktivitas sehari-hari mereka.

Pada penelitian ini masih terdapat keterbatasan dalam penelitian sehingga peneliti selanjutnya dapat menambah kajian teori mengenai dramaturgi dan interaksi sosial. Diharapkan penelitian ini juga dapat dijadikan referensi dan bahan perbandingan bagi

para peneliti selanjutnya khususnya dalam bidang dramaturgi, komunikasi dan motivasi. Penelitian ini hanya mengkaji dramaturgi di *Instagram*, maka penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupannya ke platform media sosial lainnya untuk dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Pada penelitian ini terbatas pada selebgram dari satu wilayah atau kelompok umur tertentu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih banyak keragaman dengan menyertakan selebgram dari berbagai wilayah atau kelompok umur. Meskipun penelitian ini tidak berfokus pada pengguna non-selebgram, maka peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi perbedaan dramaturgi antara selebgram dan pengguna biasa untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Mengingat pertimbangan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan komprehensif tentang dramaturgi pengguna *second account Instagram* pada kalangan selebgram.

Referensi

- Arifa, M., & Permata Sari, R. (2023). Konsep Diri dan Pengungkapan Diri Laki-Laki dalam Multi Account Instagram. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 3(1). <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol3.iss1.art3>
- Dianiya, V. (2021). Management Privacy dalam Penggunaan Fitur "Close Friend" di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 249. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2652>
- Fitriyani, N., Palupi, M. F., & Insan, M. (2020). Makna Kepemilikan Second Account pada Pengguna Instagram. *Ilmu Komunikasi*.
- Harianto, S. (2023). *INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA BERDRAMATURGI DALAM MEMBENTUK SELF-IMAGE VIRTUAL (STUDI PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM DI KECAMATAN SEDAN)*. 5, 139–146.
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Johana, K., Lestari, F. D., & Fauziah, D. N. (2020). Penggunaan Fitur Instagram Story Sebagai Media Self Disclosure Dan Perilaku Keseharian Mahasiswi Public Relations Universitas Mercu Buana. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 280–289. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i3.111>
- Lestari, P. D., Gustina, A., & Besar, I. (2023). Gaya Hidup Selebgram sebagai Daya Tarik Followers Instagram di Era Pandemi Covid 19. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(6), 4266–4274. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i6.2081>
- Lestari, R. F., & Yulianita, N. (2023). Peran Media Sosial Instagram dalam Membentuk Self Image. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(1), 104–110. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i1.5846>
- Mahardika, R. D., & Farida, F. (2019). Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(1), 101. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.774>
- Nolanda Destiano Lestari, S., Furau'ki, N. A. F., Darmawan, F., & Nurrahmawati. (2021). PERILAKU SELF DISCLOSURE MAHASISWA KOTA BANDUNG MELALUI INSTAGRAM. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1), 66–77. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v9i1.111>
- Octaviana, V., & Susilo, D. (2021). Impact of @RaikuBeauty Instagram campaign content on brand image. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(3), 270–284. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i3.3873>
- Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan Pseudonym di Second Account Instagram dalam Perspektif Etika Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 89–102. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5184>

- Prihantoro, E., Damintana, K. P. I., & Ohorella, N. R. (2020). Self Disclosure Generasi Milenial melalui Second Account Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 312. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3919>
- Rahma Hidayati, F., & Irwansyah, I. (2021). Privasi “Pertemanan” Remaja di Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 78-91. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.186>
- Rejeki, N. (2020). *Peran Selebgram (Selebriti Instagram) Terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Rosemary, R., Susilawati, N., & Hanifah, A. (2022). Pengungkapan Diri Selebgram Aceh melalui Instagram Story. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 88-111. <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24964>
- Setiadi, G. J. (2019). Self-disclosure individu androgini melalui Instagram sebagai media eksistensi diri. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(2), 272. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i2.1497>
- Susilawaty, F. T., Wardanhi, S. S., Sudirman, F. A., & Halika, L. O. H. (2022). Persuasi Fitur Instagram : Stay on Screen. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(1), 107-116. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/KOMUNIKASI/article/view/22539>
- Tiara Ardiesty, M., Arindawati, W. A., & Nayiroh, L. (n.d.). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial MOTIF DAN MAKNA SECOND ACCOUNT INSTAGRAM BAGI MAHASISWA DI KOTA KARAWANG 1*. <https://doi.org/10.31604/jips.v9i8.2022.3118-3126>
- Wisatawan, K. (2022). *Jurnal jurnalisme*. 11(April), 11-28.