ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya
Volume 14, Nomor 3, Oktober 2025: 360–368
10.33772/etnoreflika.v14i3.3150

ISSN: 2252-9144 (Print)
ISSN: 2355-360X (Online)

Dramaturgi dalam Fenomena *Curhat* di Instagram Mahasiswa FISIP UNNES

Dramaturgy in the Phenomenon of Curhat on Instagram of FISIP UNNES Students

Theodorus Zabdi Putra Dita[1], Fulia Aji Gustaman[2]
[1. 2]Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang, Sekaran Gunung Pati, Kota Semarang 50229, Indonesia
Email Korespondensi: theoputraa10@students.unnes.ac.id

Diterima: 27 Juni 2025; Direvisi: 21 Juli 2025; Disetujui: 14 Agustus 2025

Copyright © 2025 The Author
This is an open-access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

How to cite (APA): Dita, T. Z. P., Gustaman, F. A. (2025). Dramaturgi dalam fenomena curhat di Instagram mahasiswa FISIP UNNES. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya, 14*(3), 360-368. https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v14i3.3150

ABSTRACT

This study reveals the motives for curhat on Instagram, as well as the front and backstage appearances. The approach used in this study is qualitative research with a descriptive research type. The dramaturgy theory proposed by Erving Goffman is used to describe the motives for curhat on Instagram. Based on the results of the study, there are three motives for curhat on Instagram. First, to overcome loneliness and the absence of friends to talk to. Second, self-presentation. Third, seeking validation and social support. In carrying out the activity of curhat on Instagram, it is evident that there is a dramaturgy practice carried out by students. The front stage aims to create the impression as expected. The front stage is divided into two parts, namely setting and personal front. Setting includes the selection of certain features, such as stories and feeds. Personal front includes appearances such as filters, song choices, and post designs. Styles such as captions use metaphors, poetic diction, and symbolism. While the backstage is related to considerations for uploading content and editing before appearing in public.

Keywords: *back stage, curhat, dramaturgy, front stage, Instagram*

ABSTRAK

Penelitian ini mengungkap motif curhat di Instagram, serta penampilan panggung depan dan belakang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman digunakan untuk menguraikan motif curhat di Instagram. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga motif curhat di Instagram. Pertama, untuk mengatasi rasa sepi dan tidak adanya teman untuk diajak bicara. Kedua, presentasi diri. Ketiga, mencari validasi dan

dukungan sosial. Dalam melaksanakan aktivitas curhat di Instagram, terlihat adanya praktik dramaturgi yang dilakukan oleh mahasiswa. Panggung depan bertujuan untuk menciptakan kesan sesuai dengan yang diharapkan. Panggung depan dibagi menjadi dua bagian, yaitu setting dan front personal. Setting meliputi pemilihan fitur tertentu, seperti story dan feed. Front personal meliputi penampilan seperti filter, pilihan lagu, dan desain postingan. Gaya seperti caption menggunakan metafora, diksi puitis, dan simbolisme. Sedangkan panggung belakang terkait dengan pertimbangan untuk mengunggah konten dan mengedit sebelum tampil di depan publik.

Kata kunci: curhat, dramaturgi, instagram, panggung belakang, panggung depan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi telah membawa perubahan yang signifikan di berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk cara individu dalam berinteraksi. Internet, atau khususnya media sosial, kini telah menjadi bagian yang penting bagi kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Hal tersebut dikarenakan media sosial memberikan wadah bagi masyarakat agar dapat berkomunikasi melalui berbagai fitur yang tersedia. Seperti *chatting*, telepon, berbagi video dan foto (Indika et al., 2017). Menurut survey yang dilakukan oleh *We Are Social Singapore* pada tahun 2017, menunjukan bahwa jumlah masyarakat di Indonesia yang menggunakan media sosial berjumlah 106 juta orang dari total 262 juta populasi (Triastuti et al., 2017). Hal tersebut menandakan bahwa antusias masyarakat terkhusus di Indonesia dalam menggunakan media sosial sangat tinggi, serta penggunaannya yang mudah, sehingga semua golongan masyarakat dapat mengakses media sosial.

Salah satu media sosial yang paling populer yang digunakan oleh masyarakat atau lebih tepatnya generasi muda saat ini adalah Instagram. Di dalam Instagram tersedia berbagai fitur yang berfokus pada foto dan video, membangun narasi visual yang memungkinkan individu untuk menggambarkan pengalaman hidup mereka dengan cara yang khas. Fitur-fitur seperti *story*, *feed*, dan *reels* menawarkan aspek baru untuk pengalaman pengguna (Bilqis et al., 2024). Berdasarkan infomasi yang dilansir dari situs CNN Indonesia, Instagram memiliki jumlah pengguna aktif bulanan sebanyak 22 juta pengguna (Fajrina, 2016). Pada mulanya, Instagram dikenal sebagai sarana berbagi foto dan video, namun seiring dengan berjalannya waktu, kini berkembang menjadi ruang multifungsi tempat individu menampilkan citra diri, mengekspresikan pikiran, perasaan, dan pengalaman personal mereka. Media sosial bukan hanya digunakan sebagai sarana berbagai informasi dan inspirasi, namun juga sebagai ajang ekspresi diri (*self expression*), pencitraan diri (*personal branding*), serta ajang curhat dan keluh kesah (Sahid, 2020).

Hamzah, et al., dalam penelitiannya menyebutkan bahwa media sosial kini sudah mengalami perubahan makna dari sekadar pengganti komunikasi secara langsung, menjadi tempat untuk mengekspresikan diri di mana individu dengan mudah mengutarakan keluh kesahnya di media sosial (Keperawatan et al., 2025). Fenomena *curhat* di Instagram tersebut, mencerminkan perubahan cara individu dalam mengekspresikan emosi dan pengalaman pribadinya. Jika dahulu seseorang lebih banyak bercerita secara privat dan tatap muka, kini praktik tersebut telah beralih ke ruang publik digital yang dapat diakses oleh khalayak umum. Instagram sering digunakan sebagai ruang untuk mengungkapkan curahan hati, baik secara

langsung maupun tersirat menggunakan kode-kode tertentu, seperti penggunaan *indirect post* atau *quotes* yang menggambarkan isi hati pengguna.

Bagi mahasiswa yang aktif menggunakan *platform* digital, fenomena *curhat* di Instagram menjadi hal yang semakin umum. Mahasiswa tidak hanya membagikan pengalaman akademik mereka, tetapi juga masalah kehidupan, hubungan sosial, bahkan tekanan mental yang mereka hadapi. Sering ditemukan juga bahwa mereka mengungkapkan hal yang sifatnya pribadi di media sosial tanpa adanya batasan. Mereka menganggap bahwa media sosial pribadi adalah miliknya sendiri, sehingga banyak pengguna merasa bebas untuk mengekspresikan segala hal yang mereka inginkan dan pikirkan di *platform* tersebut. Dengan mencurahkan isi hatinya melalui media sosial, emosi mereka dapat tersalurkan, dan menganggap bahwa orang akan peduli terhadap dirinya (Meifilina, 2021).

Berdasarkan fakta di atas, peneliti memilih untuk meneliti fenomena *curhat* di media sosial pada kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dikaitkan dengan teori dramaturgi Erving Goffman. Dalam konteks teori dramaturgi ini, fenomena *curhat* di media sosial dapat dianalisis menggunakan konsep panggung depan dan panggung belakang. Goffman (1956) menggambarkan panggung depan (*front stage*) sebagai ajang pertunjukan untuk individu memperlihatkan aksinya di dalam panggung. Di panggung depan, seseorang berusaha menunjukkan citra diri yang ideal. Dalam konteks penelitian ini, yang dimaksud dengan panggung depan ialah keluh kesah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang yang diperlihatkan melalui media sosial Instagram. Menurut Goffman panggung depan terbagi menjadi dua bagian, yaitu *setting* dan *personal front*. *Setting* mencakup tempat atau latar yang digunakan aktor dalam bersandiwara (Ritzer, 2012). *Personal front* mengacu pada atribut yang melekat dan dibawa oleh aktor dalam penampilannya (Ritzer & Goodman, 2008).

Back stage (panggung belakang) merupakan tempat di mana aktor menyembunyikan segala persiapannya dan tidak ada orang yang memiliki akses untuk mengetahui wilayah panggung belakang (Ritzer & Goodman, 2008). Menurut Goffman (1956) panggung belakang adalah tempat yang rahasia bagi para aktor dan tidak boleh ada audiens yang dapat mengganggu segala persiapan dari suatu pertunjukkan. Panggung belakang merupakan tempat para aktor menyembunyikan identitasnya. Goffman juga menulis tentang manajemen kesan (*impression management*) mengenai cara individu mengelola kesan dengan harapan dapat dianggap sebagai seseorang yang memiliki citra yang diharapkan. Menurut Goffman yang pertama individu dapat menentukan bagaimana suatu pertunjukkan harus berjalan, kemudian menyeleksi para penonton untuk menghindari sesuatu yang tidak diinginkan (Ritzer, 2012).

Untuk kebaharuan dalam penelitian ini, maka ditunjukkan penelitian terdahulu yang mempunyai persamaan dengan permasalahan yang diangkat. Kajian yang dilakukan oleh Iksandy (2022) yang berjudul "Dramaturgi Pengguna *Second Account* di Media Sosial Instagram". Penelitian ini membahas fenomena remaja yang memiliki dan menggunakan lebih dari satu akun Instagram (*second account*) untuk tujuan yang berbeda-beda. Penelitian ini menemukan bahwa para pengguna memanfaatkan akun utama untuk membangun citra diri yang ideal dan positif di mata publik, sementara akun kedua digunakan sebagai ruang pribadi untuk mengekspresikan keluh kesah, mengumpulkan tugas kuliah, menyimpan foto atau video, stalking, hingga keperluan bisnis.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fitria, 2016), dengan judul "Fenomena Penggunaan Foto *Outfit Of The Day* di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman)". Penelitian ini mengkaji fenomena penggunaan foto *Outfit of The Day* (*OOTD*) di Instagram sebagai media presentasi diri para mahasiswa dan fashionista, dengan pendekatan teori dramaturgi Erving Goffman, menemukan bahwa para pelaku *OOTD* berusaha menampilkan citra diri yang positif dan fashionable dengan mengelola kesan melalui *setting*, penampilan, dan perilaku agar mendapatkan respons yang diharapkan dari *followers* mereka. Proses ini melibatkan gaya hidup konsumtif, di mana pelaku rutin meng-update gaya busana dan mengeluarkan waktu, uang, serta sumber daya untuk mengikuti tren fashion terkini. Foto *OOTD* menjadi alat untuk mengekspresikan identitas, membangun citra diri, serta memperoleh apresiasi dan pengakuan sosial.

Penelitian Amelia & Amin (2022) yang berjudul "Analisis *Self-Presenting* Dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman Pada Tampilan Instagram Mahasiswa", menjelaskan bahwa alasan mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Malang melakukan *self presenting* di Instagram karena ingin dilihat sebagai sosok yang ideal di depan *followersnya*. Mahasiswa menunjukkan usaha-usaha mereka untuk mencapai perannya sebagai sosok yang ingin diperlihatkan di Instagram. Seperti mengedit foto dan video, mendatangi tempat-tempat yang sedang populer, hingga menjaga sikap serta perilaku saat di depan kamera.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat dilihat bahwa letak perbedaanya ada pada fokus penelitiannya. Kebaruan pada penelitian ini terdapat pada fenomena curhat di Instagram yang dikaji dengan teori dramaturgi. Sementara itu, penelitian sebelumnya membahas mengenai dramaturgi pengguna *second account* di Media Sosial Instagram, penggunaan foto *OOTD* di Instagram untuk presentasi diri, dan *self presenting* dalam tampilan Instagram mahasiswa. Penelitian ini berfokus untuk menganalisis motif *curhat* di Instagram pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang dalam melakukan *curhat* di Instagram serta bagaimana gambaran panggung depan dan panggung belakang dalam motif curhat di Instagram pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Creswell (2012), metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan untuk mencari tahu serta mengartikan makna yang oleh sebagian orang atau kelompok dianggap sebagai masalah sosial. Peneliti akan menggambarkan secara rinci dari data yang ditemukan di lapangan mengenai Dramaturgi Erving Goffman dalam Fenomena Curhat Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang di Instagram**.**

Lokasi penelitian ini bertempat di Universitas Negeri Semarang. Subyek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memiliki followers lebih dari 500, dan mengunggah 3 postingan informasi terhadap dirinya di Instagram. Kriteria ini dipilih karena akun tersebut mengindikasikan bahwa akun memiliki jumlah *audiens* yang cukup luas dan aktif, serta memiliki rekam jejak yang

cukup konsisten dalam menggunakan Instagram sebagai tempat *curhat*. Peneliti memilih subyek ini karena sedang menempuh pendidikan di kampus yang sama dengan informan, dengan demikian peneliti mengetahui lebih dalam mahasiswa yang akan menjadi subyek penelitian, sehingga lebih mudah dan akurat dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung akun Instagram subjek, di mana peneliti mengikuti akun tersebut dan mencatat detail unggahan. Wawancara mendalam untuk menggali motif dan proses di balik unggahan, serta dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data sesuai dengan yang dijelaskan oleh Miles & Huberman (2014), yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Melakukan Curhat di Instagram

Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan semua kalangan terkhusus bagi mahasiswa. Data di lapangan menunjukan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Semarang secara konsisten melakukan curhat di Instagram. Instagram merupakan salah satu media yang memudahkan penggunanya untuk memposting foto atau video disertai dengan *caption*. Bahkan informan GR mengaku dalam sehari dapat mengunggah postingan mengenai keluh kesahnya sebanyak 4-5 kali. Unggahan curhat tersebut meliputi *caption* yang berisi keluh kesah, foto atau video yang menggambarkan suasana hati, hingga menggunakan kalimat puitis dan metafora. Topik yang sering muncul dalam unggahan mereka juga beragam, seperti stres akibat tugas yang menumpuk, tekanan deadline, atau perasaan tidak mampu mengikuti alur perkuliahan. Selain itu, ditemukan juga topik-topik seputar kekecewaan dalam pertemanan atau percintaan, kekhawatiran akan masa depan, serta gejala kelelahan mental (*burnout*).

Ditemukan beberapa faktor yang melatarbelakangi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk curhat di Instagram. Hal pertama adalah karena mahasiswa merasa kesepian dan tidak memiliki tempat untuk bercerita dikehidupan nyata. Seperti ungkapan dari informan GY yang mengaku bahwa dirinya merasakan kesepian serta tidak memiliki tempat untuk berbagi keluh karena jauh dari orang tua dan tidak memiliki teman dekat di kampus, sehingga dirinya menggunakan Instagram sebagai sarana untuk menceritakan isi hati dan perasaannya. GY juga mengungkapkan bahwa kelebihan curhat di Instagram karena bisa memilih fitur yang akan dipakai, seperti *story* yang digunakan untuk menyampaikan keluh kesahnya yang bersifat sementara karena durasinya hanya 24 jam dan setelah itu akan hilang. Kemudian *feed* untuk menyampaikan sesuatu yang permanent, meskipun postingan tersebut juga bisa dihapus jika sudah tidak relevan lagi. Namun dalam mengunggah keluh kesahnya di *feed*, dirinya harus mengedit foto agar terlihat lebih estetik dan menyusun kata-kata yang tidak vulgar. Karena di *feed* jangkauan audiensnya lebih luas.

Berbeda dengan informan GY, informan HR mengatakan bahwa dalam melakukan aktivitas *curhat* di Instagram, dirinya sering menggunakan kata-kata

puitis atau diksi metafora saat menulis *caption*. Selain itu, untuk memperkuat suasana HR juga sering menambahkan lagu yang dirasa sesuai dengan isi curhatannya, ia juga memilih filter yang sesuai dengan konteks postingannya, hingga keseluruhan unggahan terasa lebih padu dan berkesan.

Sama halnya dengan informan GY, informan NFI juga melakukan petimbangan-pertimbangan seperti mengedit foto dan memilih kata-kata yang bijak karena dirinya tidak ingin terlihat terlalu lemah saat curhat di Instagram. Bahkan NFI juga mengaku dirinya sering menulis keluh kesahnya di draft terlebih dahulu sebelum akhirnya dikurasi dan diunggah. Jika menurutnya keluh kesah tersebut bersifat terlalu pribadi, NFI memutuskan untuk mengunggah hal melalui akun alternatif (*second account* atau *close friends*). Adapun alasan lain yang ditemukan dalam penelitian ini adalah mahasiswa merasa mendapatkan respons dari audiens saat *curhat* di Instagram. informan AG mengatakan bahwa yang melatarbelakangi dirinya *curhat* di Instagram karena langsung mendapatkan *likes*, *reaction*, bahkan balasan dari para pengikutnya.

Berdasarkan data di lapangan, ditemukan beberapa motif yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dalam melakukan *curhat* di Instagram. Pertama, salah satu motif mahasiswa melakukan *curhat* di Instagram karena merasa kesepian dan tidak memiliki seseorang yang dipercaya untuk berbagi keluh kesahnya di kehidupan nyata. Di tengah rutinitas perkuliahan dan tuntutan sosial, ruang untuk mengungkapkan perasaan secara mendalam sering kali terbatas. Instagram merupakan sarana mereka agar dapat terhubung dengan orang lain dan mengungkapkan perasaan serta isi hati mereka. Seseorang yang merasa kesepian mencoba membangun interaksi, berharap menemukan audiens yang bersimpati atau bahkan individu dengan pengalaman serupa. Upaya tersebut mereka lakukan untuk mengisi kekosongan komunikasi yang tidak terpenuhi di kehidupan nyata. Hal ini didukung dengan penelitian Malicha et al. (2023), bahwa penyebab mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang melakukan *sharing* di Instagram yakni karena adanya rasa kesepian, sehingga mahasiswa melampiaskan keluh kesah mereka dengan mengunggah postingan di Instagram agar isi hatinya diketahui oleh orang lain.

Motif kedua adalah untuk presentasi diri. Presentasi diri adalah suatu proses di mana seseorang membangun citra dirinya di hadapan orang lain (Amelia & Amin, 2022). Sedangkan, menurut Rettberg (2017), presentasi diri merupakan sebuah simbol atau arti yang terlihat dan dibentuk dengan berbagai cara. Mahasiswa tidak hanya meluapkan curahan hati, tetapi juga melakukan manajemen kesan dengan memilih bagaimana mereka menampilkan kerentanan atau pengalaman pribadinya. Oleh karena itu, mereka tetap memilih diksi yang puitis saat membuat *caption* untuk mengubah keluh kesah menjadi sesuatu yang lebih dapat diterima, atau menggunakan lagu yang sesuai dengan keluh kesah yang mereka bagikan, serta memposting foto yang diedit sedemikian rupa, baik dengan *filter* tertentu atau penyesuaian visual lainnya. Hal tersebut juga selaras dengan penelitian Azhari (2024), yang mengatakan bahwa mahasiswa melakukan presentasi diri di Instagram dengan berusaha menciptakan citra yang diinginkan, seperti membagikan kata-kata motivasi dari buku, tokoh agama, kitab suci, atau pengalaman pribadi.

Motif ketiga yang mendorong mahasiswa untuk *curhat* di Instagram, adalah mencari dukungan sosial. Dalam hal ini, mahasiswa mendapatkan respons positif

seperti *likes*, komentar, pesan langsung saat melakukan curhat di Instagram. Respons-respons ini memiliki dampak emosional yang signifikan. Mereka merasa mendapat afirmasi dan dukungan dari orang lain saat memposting curahan hatinya. Dukungan ini sangat krusial karena memberikan rasa lega dan mengurangi beban emosional, disaat mereka tidak punya tempat untuk mencurahkan isi hati yang dirasakan. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Sabbarudin (2019), yang mengatakan bahwa motif mahasiswa melakukan *sharing* di Instagram adalah untuk mengungkapkan perasaan sehingga dapat melampiaskan keluh kesah yang dialami dengan harapan mendapatkan *feedback* atau *support* dari unggahan mereka. Hasil penelitian dari Rachmawati & Nurhamida (2018), juga menegaskan jika remaja memperoleh dukungan sosial di Instagram dari teman virtualnya yang bertujuan untuk mengurangi kecemasan dan dapat memecahkan masalah yang dimiliki.

Analisis Panggung Depan dan Panggung Belakang Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Dalam Melakukan Curhat di Instagram

Dalam melakukan aktivitas *curhat* di Instagram, terbukti adanya praktik dramaturgi yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang. Dramaturgi adalah sebuah teori yang diperkenalkan oleh Sosiolog Erving Goffman, yang menggambarkan kehidupan manusia sebagai panggung sandiwara. Terdapat dua panggung yang ada di dalam kehidupan manusia, yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*backstage*). Goffman (1956), mengartikan panggung depan (*front stage*) sebagai tempat untuk aktor mempertontonkan pertunjukannya di atas panggung. Panggung depan merupakan tempat yang digunakan seseorang untuk menampilkan peran mereka seperti seorang aktor (Tiara, 2021). Di bagian panggung depan, mahasiswa melakukan manajemen kesan untuk menciptakan kesan sesuai yang diharapkan dalam melakukan aktivitas *curhat* di Instagram.

Panggung depan dibagi menjadi dua bagian, yaitu *setting* dan *personal font*. *Setting* merupakan tempat atau latar yang dipergunakan oleh aktor untuk bersandiwara (Ritzer, 2012). Dalam konteks ini, mahasiswa menggunakan pengaturan (*setting*) dengan memilih fitur tertentu sesuai tujuan komunikasi mereka, seperti *story* untuk keluh kesah sementara atau ekspresi emosi yang sifatnya lebih spontan dan tidak permanen karena hanya berdurasi 24 jam dan *feed* dipilih untuk narasi yang lebih panjang dan visual yang tertata. Fitur *feed* memungkinkan unggahan yang lebih detail dan mengunggah foto atau video berkualitas tinggi, sehingga dapat diatur sedemikian rupa. Ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa ingin menyampaikan keluh kesah yang lebih mendalam, merangkai cerita yang lebih kompleks, atau mempertahankan kesan tertentu dalam jangka panjang, mereka akan memilih *feed* sebagai tempat untuk mengunggah keluh kesahnya.

Selanjutnya, *personal front* terkait dengan atribut yang dibawa oleh aktor (Ritzer & Goodman, 2008). *Personal front* meliputi penampilan dan gaya. Dalam penelitian ini, penampilan mencakup semua elemen visual yang mereka pilih untuk melengkapi unggahan, seperti *filter*, pilihan lagu, dan desain postingan. Penggunaan *filter* gelap untuk kesan melankolis, atau *filter* cerah untuk menyamarkan kesedihan. Pilihan lagu dengan lirik dan melodi yang relevan untuk memperkuat narasi. Kemudian desain postingan yang meliputi tata letak, komposisi visual, hingga konsistensi estetika akun secara keseluruhan. Gaya mencakup

ekspresi verbal dalam *caption*. Disinilah mahasiswa menunjukkan keterampilan mereka dalam menyusun kata-kata. Mereka menggunakan metafora, diksi puitis, dan simbolisme dalam merangkai *caption*. Setiap kata dipilih dengan cermat untuk membangun citra yang diinginkan, seperti menampilkan kesan kuat meski sedang rapuh, puitis untuk memperhalus luka, atau penuh luka batin yang disamarkan di balik keindahan bahasa. Hal ini selaras dengan penelitian Rida (2021), yang mengatakan jika seringkali tampil berlebihan di Instagram demi menunjukkan eksistensi diri mereka.

Kemudian ada panggung belakang (*backstage*), merupakan tempat di mana aktor menyembunyikan segala persiapannya dan tidak ada orang yang memiliki akses untuk mengetahui wilayah panggung belakang (Ritzer & Goodman, 2008). Menurut Goffman (1956), panggung belakang adalah tempat yang rahasia bagi para aktor dan tidak boleh ada *audiens* yang dapat mengganggu segala persiapan dari suatu pertunjukan. Dalam konteks ini, mahasiswa menimbang-nimbang isi unggahan, dan melakukan editing sebelum tampil di depan publik. Hal ini menunjukkan bahwa sebelum tampil di panggung depan, mahasiswa melakukan proses kurasi dan pengendalian diri di belakang layar.

Panggung belakang juga mencakup aktivitas yang tidak terlihat oleh penonton, seperti menulis keluh kesah di *draft*, menghapus *story* sebelum 24 jam, atau *curhat* melalui akun alternatif (*second account* atau *close friends*). Di sinilah mahasiswa menyimpan ketidaksempurnaan dan menyesuaikan pesan yang akan ditampilkan, agar tetap selaras dengan citra diri yang ingin mereka bangun.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *curhat* mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Semarang di Instagram merupakan bentuk ekspresi diri yang tidak hanya sebagai sarana pelampiasan emosi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi sosial yang dipengaruhi oleh motif individu dan sosial. Terdapat tiga motif yang ditemukan dalam aktivitas *curhat* mahasiswa, yaitu mengatasi kesepian, presentasi diri, dan mencari validasi atau dukungan sosial. Dalam melakukan *curhat* di Instagram, terbukti adanya praktik dramaturgi yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang. Mahasiswa secara aktif mempraktikkan manajemen kesan di panggung depan Instagram, mulai dari pemilihan fitur (*story* vs *feed*), hingga penggunaan diksi puitis, filter, dan musik untuk menciptakan narasi yang terkontrol. Sementara itu, panggung belakang yang mencakup proses *drafting*, *editing*, atau penggunaan akun alternatif, mengindikasikan adanya pertimbangan mendalam sebelum informasi dipublikasikan.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis self-presenting dalam teori dramaturgi Erving Goffman pada tampilan Instagram mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, 1*(2), 173–187. https://doi.org/10.18860/dsjpips.v1i2.1619

Azhari, M. & Khairussalam. (2024). *Self-Presenting pada Instagram dalam perspektif dramaturgi di kalangan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat*. Huma: Jurnal Sosiologi, 3(1), 64–76. https://doi.org/10.20527/h-js.v3i1.207

Bilqis, T. D., Alfiani, M. R., Gayatri, F. A., & Cuhandi. (2024). Dramaturgi dalam media sosial: Second account di Instagram sebagai self-disclosure. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara, 1*(2), 155–164. https://doi.org/10.62180/914e5g76

Creswell, J. W. (2012). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed* (Edisi ke-4). SAGE Publications.

Fajrina, H. N. (2016, Oktober 25). Ada 22 juta pengguna aktif Instagram dari Indonesia. *CNN Indonesia*. Diakses dari http://cnnindonesia.com

Fitria, M. (2016). Fenomena penggunaan foto outfit of the day di Instagram sebagai media presentasi diri: Suatu kajian komunikasi dalam pendekatan dramaturgi Erving Goffman. *Phenomenon of use photo ' s of the day outfit in instagram self as a media presentation*, 2(april).

Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.

Iksandy, D. Y. (2022). Dramaturgi pengguna second account di media sosial Instagram. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8*(1), 24. https://doi.org/10.35308/source.v8i1.4546

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan, 1*(01), 25–32. https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296

Keperawatan, J., Yogyakarta, P. K., Keperawatan, J., & Banjarbaru, P. K. (2025). Eksplorasi pemilihan curahan hati pada remaja: Orang terdekat vs media sosial. *13*(1), 1–13.

Malicha, S., Deny, P., & Apriadi, W. (2023). 249-Article Text-1394-1-10-20230601.pdf. *5*, 31–42.

Meifilina, A. (2021). Instagram Reels sebagai media self-disclosure mahasiswa (Studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar Blitar). *Vol. 11 No*, 43–57.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis data kualitatif: Buku sumber tentang metode-metode baru* (Edisi ke-3). UI Press.

Rachmawati, A., & Nurhamida, Y. (2018). Dukungan sosial teman virtual melalui media Instagram pada remaja akhir. *06*(1), 68–72.

Rettberg, J. W. (2017). *Self-representation in social media*. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE handbook of social media* (pp. 1-30). SAGE.

Rida, N. I. R. (2021). Penggunaan media sosial Instagram sebagai media menunjukkan eksistensi diri dan dampaknya terhadap perilaku sosial mahasiswa Universitas Negeri Malang. *Universitas Negeri Malang*.

Ritzer, G. (2012). *Teori sosiologi: Dari sosiologi klasik sampai perkembangan terakhir postmodern*. Pustaka Pelajar.

Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2008). *Teori sosiologi dari teori sosiologi klasik sampai perkembangan mutakhir teori sosial postmodern* (Edisi terbaru). Kreasi Wacana.

Sabaruddin, S. (2019). *Self-Disclosure pada Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Pangkep)*. Makassar: Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.

Sahid, M. (2020). *Mirza Ronda Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta*, 80–91.

Tiara, G. (2021). Dramaturgi pengelolaan kesan konten kreator di media sosial Instagram. *6*, 14–24.

Triastuti, E., Adrianto, D., & D. A. N. (2017). Kajian dampak penggunaan media sosial bagi anak dan remaja.