

ANALISIS PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PRESENTASI DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MULAWARMAN

Fridha Tamara Poetri¹, Hj. Hairunnisa²

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penggunaan instagram sebagai media presentasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Fokus penelitian yang digunakan mengenai penggunaan instagram sebagai media presentasi diri pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman meliputi indikator strategi presentasi diri menurut Jones and Pittman dalam Schokker (2007), yaitu terdiri dari strategi mengambil muka, promosi diri, menakut-nakuti, pemberian contoh, dan permohonan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian Purposive Sampling kepada para informan yang terdiri dari 6 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan (observasi), penyebaran kuisioner/angket, wawancara kepada para informan yang dipilih melalui Purposive Sampling berdasarkan beberapa kriteria-kriteria tertentu, serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan instaagram sebagai media presentasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Informan mempresentasikan diri melalui laman instagram informan dengan cara memposting foto, video, dan instagram story guna menampilkan diri dan memperlihatkan apa saja yang informan lakukan. Selain itu, informan juga mengatakan bahwa dengan mempresentasikan diri melalui instagram sangat membantu mereka untuk mengekspresikan diri dan dikenal oleh lebih banyak orang.

Kata Kunci : *Media Sosial, Instagram, Presentasi diri.*

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: itsraone96@gmail.com

² Dosen pembimbing dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era digital telah mengelilingi kita, itu artinya sudah saatnya kita meleak media. Media sendiri mempunyai banyak macamnya, tetapi jika ditelusuri beberapa tahun terakhir ini, media yang sering digunakan dan menjadi bagian dari kegiatan setiap harinya adalah media sosial. Pastinya media sosial sudah sangat melekat di kehidupan kita dan saat ini pun media sosial tidak hanya dijadikan sebagai wadah hiburan, tetapi juga menjadi pusat dimana kita bisa mendapatkan berbagai macam informasi, berbagi mengenai banyak hal, dan menerimanya pun cepat dengan hanya melalui gawai yang kita gunakan.

Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017). Media sosial memudahkan penggunaannya dalam menjalin komunikasi secara lebih luas tanpa mengenal batasan waktu dalam penggunaannya.

Instagram memberikan berbagai pilihan bagi penggunaannya untuk mempresentasikan diri. Seseorang yang biasanya mengalami hambatan dalam hal menampilkan diri, mereka mempunyai cara tersendiri yang dapat terlihat perbedaannya saat mempresentasikan diri di Instagram. Maka dari itu seseorang mendapatkan proses penerimaan diri melalui Instagram saat pengguna lain memberikan pujian terhadap tampilan foto dan video yang mereka unggah pada Instagram. Adanya keinginan untuk membentuk kesan baik kepada orang lain dengan cara melakukan hal-hal yang terlihat sempurna inilah yang dianggap sebagai manajemen impresi dan biasa dikenal dengan presentasi diri.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah maka rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman menggunakan Instagram sebagai media presentasi diri?

Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman mempresentasikan diri mereka melalui Instagram.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis, diharapkan dapat memberikan referensi, ilmu pengetahuan serta informasi dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai kajian Media, yaitu salah satunya dalam hal aktualisasi diri.
2. Manfaat Praktis, hasil penelitian ini bisa dijadikan panduan serta bahan evaluasi bagi individu media sosial khususnya Instagram untuk lebih bijak menggunakannya.

KERANGKA DASAR TEORI

New Media

New media atau media baru adalah media online yang tercipta karena seiring perkembangan teknologi. Beberapa ahli menggambarkan new media sebagai transisi dari media yang menggunakan teknologi analog ke media yang berbasis teknologi digital.

Media baru secara umum mengacu pada penggunaan teknologi internet, terutama penggunaan publik seperti berita online, iklan, penyiaran, aplikasi broadcasting, forum dan aktivitas diskusi, world wide web, pencarian informasi dan potensi pembentukan komunitas tertentu menurut McQuail (dalam Rendro, 2010:317). Media baru kini lebih dipilih oleh masyarakat saat ini karena media baru dianggap lebih praktis dan memungkinkan penggunaannya untuk melakukan two ways communication. Jelas media baru memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, jauh lebih efisien, lebih murah, serta lebih cepat untuk mendapatkan informasi terbaru sehari-harinya. Media baru masuk dalam kategori komunikasi massa. Hal ini dikarenakan pesan yang disampaikan kepada khalayak luas melalui media online. Media baru juga berkembang menjadi berbagai macam bentuk dan salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar (Widjajanto, 2013:143).

Media Sosial

Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017). Media sosial memudahkan penggunaannya dalam menjalin komunikasi secara lebih luas tanpa mengenal batasan waktu dalam penggunaannya.

Instagram

Instagram adalah salah satu dari sekian banyaknya media sosial (aplikasi) yang sudah eksis sejak hari pertama diluncurkan pada tahun 2012 lalu. Instagram sendiri menunjukkan potret-potret secara praktis dalam tampilannya. Kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana metode kerja telegram mengirimkan data kepada orang lain dengan kilat. Begitu pula dengan Instagram yang mengunggah gambar dengan memakai jaringan internet, sehingga data yang di informasikan bisa diterima dengan kilat. Oleh sebab seperti itu Instagram berasal dari kata “instan- telegram” (Putri, 2013:14)..

Presentasi Diri

Presentasi diri adalah proses yang dialami oleh seseorang guna membentuk dan menyesuaikan apa yang mereka lakukan dengan hal yang orang lain pikirkan tentang individu serta yang individu pikirkan tentang diri sendiri (Goffman dalam Worchel, Cooper, Goethals, & Olson, 2000).

Dalam mempresentasikan diri, para pengguna Instagram biasanya mengonsep penampilan mereka dengan berbagai strategi. Sesuatu yang ditampilkan pada media sosial juga melalui standar editorial yang dimiliki oleh masing-masing orang sehingga dapat berhasil membentuk identitasnya (image).

Menurut Schokker (2007) dalam penelitiannya mengutip dari konsep Jones and Pittman, terdapat lima strategi untuk mencapai Self presentation, yaitu Ingratiation, Self Promotion, Intimidation, Exemplification, dan Supplication.

Definisi Konseptual

Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana penggunaan Instagram sebagai media presentasi diri di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang akan terlihat melalui lima strategi umum dalam mempresentasikan diri mereka yang dalam hal ini melalui media sosial Instagram, yaitu Ingratiation (Mengambil muka/menjilat), Self Promotion (Promosi diri), Intimidation (Mengancam/menakut-nakuti), Exemplification (Permohonan), dan Supplication (Pemberian contoh).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ini tujuan utamanya adalah untuk menjabarkan secara lebih mendetail mengenai permasalahan yang akan diteliti dengan lebih spesifik.

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2004: 3) mengemukakan bahwa metode tersebut adalah prosedur penelitian yang memunculkan data deskriptif berupa kata atau lisan dari seseorang dan sesuatu yang tentu dapat diamati. Berdasarkan konteks penelitian yang dikaji, maka peneliti memfokuskan penelitian pada penggunaan Instagram sebagai media presentasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Fokus Penelitian

Penelitian ini menggunakan pandangan teori Strategi Presentasi Diri yang dimana untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis penggunaan Instagram sebagai media presentasi diri mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Mulawarman, sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka peneliti ini memiliki fokus penelitian, yaitu:

1. Mengambil muka/menjilat (*ingratiation*)
2. Promosi diri (*self-promotion*)
3. Menakut-nakuti (*intimidation*)
4. Pemberian contoh (*exemplification*)
5. Permohonan (*supplification*)

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data yang didapatkan dari narasumber yaitu melalui pra-observasi maupun wawancara secara langsung dan secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data primer penulis adalah informan penelitian. Adanya informan penelitian ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*, yaitu menentukan sampel penelitian dengan cara memilih mahasiswa yang mempresentasikan dirinya di Instagram. Informan yang akan dipilih adalah informan yang sesuai dengan kriteria dan tujuan dalam penelitian ini.

Penulis menentukan informan berdasarkan kriteria yaitu mahasiswa yang memiliki akun Insragram dan mempresentasikan diri di media sosial Instagram. Oleh karena itu penulis mengambil informan berjumlah 6 orang. Adapun kriteria narasumber yang dipilih oleh peneliti, sebagai berikut :

1. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman
2. Memiliki akun Instagram
3. Aktif menggunakan Instagram
4. Mahasiswa yang menggunakan Instagram sebagai media untuk mempresentasikan diri
5. Mahasiswa yang memilih Instagram sebagai media untuk mempresentasikan diri
6. Mahasiswa yang sering mengunggah foto, video, *stories* dan lain sebagainya ke Instagram

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi berupa foto saat melakukan wawancara kepada informan.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi
2. Kuisisioner
3. Wawancara
4. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis data yang telah diperoleh untuk selanjutnya dijabarkan dalam bentuk penjelasan sebenarnya. Dengan menggunakan teknik analisis interaktif yang dikemukakan Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2018:246).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Program studi Ilmu Komunikasi menjadi salah satu alasan peneliti dalam menentukan memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai objek penelitian presentasi diri karena program studi Ilmu Komunikasi sendiri aktif dalam penggunaan Instagram guna memberikan informasi-informasi penting terkini kepada para pengikutnya di Instagram yaitu para mahasiswa Ilmu Komunikasi. Terpantau dari laman Instagram program studi Ilmu Komunikasi yaitu (@komunikasi_unmul) yang rutin mengunggah kegiatan dan aktivitas apa saja yang dilakukan oleh staff program studi dan mahasiswa Ilmu Komunikasi di kelas maupun saat melaksanakan kegiatan belajar di lapangan.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi dilatih untuk terbiasa mempresentasikan diri dengan cara *public speaking* dan melakukan kegiatan serta pembelajaran di lapangan. Berdasarkan pengamatan peneliti, Mahasiswa Ilmu Komunikasi juga menggunakan Instagram sebagai media untuk mengunggah tugas-tugas mata kuliah yang dimana dalam pengerjaan tugasnya, Mahasiswa Ilmu Komunikasi banyak menampilkan diri mereka dengan berbicara dengan baik dan menguasai materi yang disampaikan.

Pembahasan

Presentasi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Dengan Menggunakan Instagram

1. Mengambil muka/menjilat (*ingratiation*)

Strategi Mengambil muka/*ingratiation* ini adalah strategi yang dilakukan oleh seseorang yang tujuannya adalah untuk mengambil hati dan mengambil rasa simpatik dari orang lain terhadap dirinya dengan melakukan hal-hal baik yang sesuai dengan apa yang dipikirkan orang lain mengenai diri seseorang tersebut. Melalui wawancara mendalam pada mahasiswa Ilmu Komunikasi, strategi mengambil muka/*ingratiation* telah dilakukan oleh keenam informan melalui penggunaan Instagram. Mereka melakukan strategi ini dengan cara yang berbeda-beda melalui sosial media Instagram. Keenam informan menunjukkan strategi mengambil muka ini melalui postingan instagram yang sifatnya *supportive* dengan sesama teman seperti memberikan

pujian dan apresiasi kepada orang lain agar diri mereka dikenali sebagai pribadi yang baik.

Keenam informan melakukan strategi ini agar orang lain merasa nyaman berinteraksi dengan diri informan. Sengaja mendekati diri dan menunjukkan hal-hal yang disukai oleh orang lain dengan tujuan ingin dinilai sebagai pribadi yang supel dan dapat dipercaya. Seperti halnya informan keenam yang hampir setiap harinya memposting sesuatu yang memperlihatkan bahwa dirinya adalah seseorang yang suka sekali mengambil kesempatan yang tepat untuk mendapatkan simpatik dari orang lain dan biasanya informan menggunakan fitur *story* karena lebih praktis.

2. Promosi diri (*self-promotion*)

Strategi Promosi Diri/*Self-Promotion* ini adalah proses yang dilakukan seseorang untuk memperlihatkan kelebihan dirinya dan menunjukkan kalau dirinya adalah sosok yang berkompeten dan memiliki *value* yang dapat menjadi acuan bagi orang lain yang melihatnya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi mengenai fokus penelitian promosi diri/*self-promotion*, keenam informan menggunakan instagram untuk mempromosikan diri dengan cara memposting bakat, hobi, dan hasil karya orisinal mereka yang diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi mereka untuk bisa lebih dikenal oleh banyak orang, untuk mendapatkan ajakan kerjasama dan kolaborasi. Para informan menggunakan instagram sebagai media untuk mempromosikan diri karena instagram dinilai sangat membantu mereka dalam mengeksplorasi diri dan memberi kesempatan untuk menampilkan kelebihan-kelebihan yang mereka miliki secara lebih luas dan fleksibel.

Menurut informan, promosi diri tidak hanya sekedar untuk membranding diri, tetapi juga memperlihatkan kepada orang lain betapa diri mereka mempunyai nilai lebih yang mampu bersaing dan memiliki kemampuan yang dirasa menarik dan bermanfaat.

3. Menakut-nakuti (*intimidation*)

Strategi Menakut-nakuti/*Intimidation* ini adalah proses yang dilakukan seseorang untuk menunjukkan dirinya ingin merasa disegani dan dihormati oleh orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi, mengenai fokus penelitian strategi menakut-nakuti/*intimidation*, dalam hal ini mahasiswa menggunakan Instagram untuk melakukan strategi tersebut dengan cara memposting sesuatu yang sifatnya sarkas dan ingin mengungkapkan rasa kesal yang mereka pendam dan disini instagram membantu mereka untuk mencurahkan isi

hati mereka terhadap seseorang atau hal apa saja yang menurut mereka sangat mengganggu.

Strategi menakut-nakuti seperti yang dilakukan oleh informan kedua sangatlah menggambarkan jikalau dirinya memberi sindiran secara tidak langsung kepada seseorang yang mereka tidak sukai.

4. Pemberian contoh (*Exemplification*)

Strategi Pemberian Contoh/*Exemplification* ini adalah proses yang dilakukan seseorang untuk menunjukkan pribadi yang bijaksana dan dermawan.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi, mengenai fokus penelitian strategi pemberian contoh/*exemplification*, disini keenam informan menggunakan Instagram untuk menampilkan sisi dari diri mereka sebagai pribadi yang bijak serta keenam informan mengajak teman-teman untuk menyukai sebuah postingan yang mereka bagikan di laman Instagram dan ingin dianggap sebagai orang yang mempunyai banyak wawasan dan pengetahuan yang belum pernah diketahui oleh orang lain yang melihatnya. Setelah melakukan strategi pemberian contoh, keenam informan merasa menjadi orang yang lebih berguna dan mempunyai nilai lebih dimata orang lain.

Disini para informan tidak bertujuan untuk terlihat paling sempurna atau bijak, tetapi informan merasa senang karena bisa berbagi mengenai hal-hal yang penting dan bermanfaat bagi orang lain. Biasanya pra informan mempostingnya menggunakan fitur *instagram story* dan *feed* karena akan lebih banyak orang yang melihatnya.

5. Permohonan (*supplification*)

Strategi Permohonan/*Supplification* ini adalah proses yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan simpatik dari orang lain yang melihat dirinya dengan cara seseorang tersebut seakan-akan lemah dan sedang mengalami masa-masa yang sulit atas diri dan kehidupannya maka dengan bergantung serta meminta bantuan kepada orang lain lah yang pada akhirnya dilakukan oleh seseorang tersebut

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan mengenai fokus penelitian strategi permohonan/*supplification*, beberapa informan menggunakan Instagram adalah untuk sengaja menunjukkan rasa ketidakpercayaan diri yang mereka alami agar orang lain yang melihatnya merasa iba dan memberikan rasa simpatik kepadanya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya. Penarikan kesimpulan mengenai analisis penggunaan instagram sebagai media presentasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi 2015-2020 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman dapat disimpulkan bahwa dalam

mempresentasikan diri di *Instagram*, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman mempunyai berbagai macam cara dengan alasan serta tujuan yang berbeda-beda tentunya. Hal ini terlihat dari jawaban ke-enam informan yang menjelaskan ketika mereka mempresentasikan diri di *instagram*, mereka merasa sangat terbantu oleh *instagram* yang semakin memudahkan para informan dalam mem-branding diri.

Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman juga mengakui bahwa tujuan mereka mempresentasikan diri di *instagram* salah satunya adalah karena ingin dikenal dan diakui oleh publik tentang keberadaannya, kemudian ada juga yang mengatakan bahwa mereka ingin memberikan dampak yang positif, seperti halnya menjadi pribadi yang menyenangkan dan menginspirasi bagi sekitar serta keinginan untuk mendapatkan tawaran pekerjaan yang lebih banyak lagi.

Mahasiswa selalu berusaha untuk mempresentasikan diri dengan maksimal dan ingin memberikan kesan yang baik atas dirinya kepada orang lain. Selain itu, mahasiswa juga ingin dilihat sebagai pribadi yang aktif, berkompeten, bijaksana, dan menginspirasi orang lain ketika melihatnya di *instagram*

Kelima strategi presentasi diri sudah pernah dilakukan yang oleh ke-enam informan melalui *instagram* mereka. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan ke-enam informan. Menurut para informan sebagai Mahasiswa Ilmu Komunikasi sangatlah penting mempresentasikan diri di *Instagram* karena kedepannya bagaimana cara kita mempresentasikan diri itulah yang akan menjadi acuan orang lain dalam menilai diri kita.

Saran

Dari data yang telah diperoleh oleh peneliti dalam Analisis Penggunaan *Instagram* sebagai Media Presentasi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi, maka bahan masukan yang diberikan oleh peneliti yakni sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya yang mempresentasikan diri di *instagram* untuk bisa lebih melakukan hal-hal yang positif lagi kedepannya dan memaksimalkan presentasi diri agar dapat menjadi contoh baik bagi diri sendiri dan pengguna lain yang melihatnya., bijaklah dalam bermedia sosial khususnya *Instagram* dan gunakanlah fitur-fitur yang ada pada *instagram* dengan semaksimal mungkin guna mendapatkan informasi terbaru, mencari hal-hal yang disukai seperti halnya hiburan dan sejenisnya. Selain itu dengan menggunakan *Instagram*, kita dapat selalu terhubung dengan teman, keluarga, dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Moleong, L. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, R. 2017. *Dalam Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rendro. 2010. *Beyond Borders : Communication Moderenity & History*. Jakarta: LSPR.
- Schokker, M. C. 2007. *The use of Impression Management Tactics in Groups Overtimes and The Effect on the Impersonal Outcomes of Liking, Competence, and Performance*. University of Maastricht.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, E. A. 2013. *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop. Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*, 14.
- Widjajanto, K. 2013. *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Untimus.
- Worchel, S., Coopel, J., & Goethals, G. R. 2000. *Social Psychology*. USA: Thomson Learning.

SKRIPSI DAN JURNAL

- Almas, Z. D. 2017. *Mahasiswa dan Instagram. Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga*
- Catur, A. M. 2017. *Instagram Sebagai Alat Presentasi Diri Mahaiswa. Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Filter Foto dalam Instagram pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.

Pradhana, T. A. 2019. *ELF-PRESENTING PADA Self-Presenting Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman*. Surabaya: Universitas Islam Sunan Ampel Surabaya.

Pamungkas, I. R., & Lailiyah, N. 2019. Presentasi Diri Pemilik Dua Akun Instagram di Akun Untam dan Akun Alter. *Interaksi Online*, vol. 7, no. 4, 371-376.

Purworini, Nastiti. 2018. Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA. *Jurnal Komunikasi Vol. 10, No. 1*, 33-47.

Setiawani, Audie. 2020. Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Pada Mahasiswi Pendidikan Sosiologi FKIP Untirta. *Community: volume 6, no 1*, 10-19

SUMBER INTERNET

Hadiya, J. D. 2020, Februari 26. *Orang Indonesia Habiskan Hampir 8 Jam untuk Berinternet*. Retrieved Mei 10, 2020, from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/indonesia-habiskan-hampir-8-jam-untuk-berinternet>

Hasibuan, L. 2019, Maret 5. *Wah, RI Jadi Pengguna Instagram Terbanyak se-Asia Pasifik*. Dipetik November 16, 2020, dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-instagram-terbanyak-se-asia-pasifik>

Riyanto, A. D. 2020. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Dipetik 7 27, 2021, dari Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>