

PENGELOLAAN KESAN *SELEBGRAM* PENGGUNA FITUR *INSTAGRAM STORIES* DIKALANGAN MAHASISWA KOTA PEKANBARU

Oleh : Jansen Ebroyn.T

Dosen Pembimbing : Nova Yohana S.Sos, M.I.Kom

Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Email : jansenebroyn02@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari sebuah realitas dimana seorang selebgram di kalangan mahasiswa sangat antusias dalam melakukan pengelolaan kesan melalui fitur instagram stories dengan kesempurnaan gaya hidup yang ditampilkan demi menggapai citra yang diinginkan, Dalam menggunakan fitur instagram stories selebgram berusaha untuk meraih simpati dan pusat perhatian dengan menjadi sosok yang ideal dimata para followersnya. Namun adanya terlihat ketimpangan antara kehidupan selebgram yang ditampilkan di instagram stories dengan kehidupan nyata dalam keseharian para selebgram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana panggung depan dan panggung belakang Selebgram pengguna fitur intagram stories di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Subjek penelitian terdiri dari tiga Selebgram dari kalangan mahasiswa yang didapatkan dengan menggunakan teknik *Snowball*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi, untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini penulis menggunakan perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa panggung depan selebgram ini melakukan pengelolaan kesan dengan mengunggah kegiatan *Selfie* atau swafoto, *OOTD* atau *Outfit Of The Day*, endorse, gaya hidup hedonis, dan berkomunikasi dengan bahasa indonesia dicampur dengan bahasa inggris serta cenderung menggunakan bahasa gaul dan ngetrend. *Manner* atau Persepsi yang ingin ditampilkan oleh selebgram yaitu kesan Gadis dewasa yang mapan dan sukses serta bergaya gaul dan kekinian serta suka memiliki sifat yang ramah dan sukai oleh banyak orang. Sedangkan *appearance* (penampilan) Atribut yang mereka kenakan ketika menjalani hidup menjadi selebgram adalah menggunakan make up, menggunakan baju branded, menggunakan tas branded, sepatu branded, menggunakan mobil dan memperlihatkan jumlah penghasilan yang tinggi. Berbeda dengan panggung depan, hasil observasi di panggung belakang kegiatan selebgram adalah sebagai mahasiswa dan pebisnis,. (*manner*) perilaku ketika berada dilingkungannya sehari – hari yaitu Gadis yang ekspresif, hidup sederhana dan berpenampilan apa adanya, sedangkan (*appearance*) yaitu Tanpa make up, menggunakan daster, menggunakan Kaos oblong biasa, menggunakan Celana pendek biasa, menggunakan sandal jepit, menggunakan sepeda motor dan mobil.

Kata kunci: Pengelolaan Kesan, Selebgram, instagram stories, Mahasiswa kota Pekanbaru

IMPRESSION MANAGEMENT SELEBGRAM OF THE USER INSTAGRAM STORIES FEATURE AMONG STUDENT IN THE PEKANBARU CITY

By : Jansen Ebroyn.T

Consellor : Nova Yohana S.Sos, M.I.Kom

*Departement of Communication Sciences Faculty of Social and Political Sciences University
of Riau*

Email : jansenebroyn02@gmail.com

ABSTRACT

This research departs from reality where a among students is very enthusiastic in impression management through instagram story features with the perfection of lifestyle that is displayed in order to reach the desired image, In using Instagram stories feature, the student strives to gain sympathy and attention by becoming a figure the ideal in the eyes of his followers. But there is a visible imbalance between the lives of Selebgram who are shown in Instagram stories with real life in the daily lives of the Selebgram. The purpose of this research is to find out how the front stage and the back stage of the user instagram stories feature among students.

This reasearch used qualitative methods with a phenomenology approach. The research subjects consisted of three students, which obtained using the Snowball technique. The data collection technique in this research are using the depth interview, observation and documentation, in order to achieve the validity, the author used the participation extension and triangulation.

The results showed that the front stage of this impression management by uploading selfie, OOTD or Outfit of the Day activities, endorse, hedonic lifestyle, and communicating in Indonesian mixed with English and tending to use slang and tendencies. Manner or Perception that want to be displayed by the selebgram is the impression of an established and successful adult girl and slang and contemporary style and likes to have friendly and loving nature by many people. While appearance (appearance) The attributes they wear when they live their lives as Selebgram are using make up, wearing branded clothes, using branded bags, branded shoes, using a car and showing a high amount of income or in the form of money. Unlike the front stage, the results of observations on the back stage of celebrity activities are as students and business people. (manner) behavior when they are in their everyday environment, namely expressive girl, simple life and while (appearance) that is without make up, using a negligee, using ordinary T-shirts, using ordinary shorts, using flip flops, using a bicycle motorbikes and cars.

Keywords: Impression Management, Selebgram, Instagram stories, Student in Pekanbaru City

PENDAHULUAN

Fenomena zaman sekarang ini dalam menggunakan media sosial instagram dikalangan mahasiswa khususnya dalam unguannya di *instagram stories* seringkali kita melihat banyaknya mengunggah foto atau video keseharian mereka dengan berbagai kesempurnaan dari gaya hidup yang ditampilkan, gaya hidup merupakan suatu bentuk gaya komunikasi yang mengarah kepada tampilan identitas atau citra yang ingin mereka tampilkan sehingga orang lain menilai dan menerima pesan yang mereka kirimkan melalui atribut yang mereka kenakan, lingkungan sosial tempat mereka bergaul, gaya berkomunikasi baik verbal maupun non verbal, serta perilaku yang mereka tampilkan.

Instagram mencatat masyarakat indonesia membuat *instagram stories* dua kali lipat lebih banyak dari jumlah *stories* rata-rata secara global, *instagram stories* enam kali lebih banyak digunakan oleh pengguna usia remaja dan dewasa dalam satu hari dibandingkan dengan kalangan usia lainnya”. Charles juga mengatakan indonesia memang merupakan salah satu komunitas yang terpenting bagi instagram “dengan total 45 juta pengguna aktif bulanan di indonesia, negara ini secara otomatis menduduki posisi pertama komunitas terbesar instagram dikawasanasiapasifik”.(Dikutipdarimediaonline<https://www.antarane.ws.com/berita/648654/orangindonesiabikininstagramstories-terbanyak-di-dunia>. Padatanggal 24 agustus 2017.

Adanya hasrat ingin menampilkan kesempurnaan gaya hidup dan citra dalam *instagram stories* juga bisa dipandang sebagai bentuk uji coba terhadap identitas pengguna, seseorang akan mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non verbal kepada orang lain yang sedang berinteraksi kepadanya, Saat berinteraksi dengan orang

lain khususnya di dunia maya sering kali perhatian individu tertuju pada bagaimana orang akan menilai tingkah laku dalam kehidupannya, sehingga pengguna terdorong untuk menampilkan kesan yang terbaik , yaitu usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap mengenai diri baik secara sadar maupun tidak.

Beberapa tahun terakhir, mulai muncul sosok – sosok yang tidak pernah dijumpai di media massa sebelumnya namun dikenal oleh banyak orang. Mereka adalah orang-orang yang menempatkan kepopuleritasan tersebut melalui internet. Individu seperti ini dikatakan sebagai *micro celebrity* atau selebriti mikro. Dikatakan selebriti mikro karena mereka hanya bergerak di media sosial dan mereka cenderung memiliki *fans* yang lebih mengenal mereka dikarenakan para *fans* menggunakan media sosial. Sedangkan yang tidak menggunakan media sosial belum tentu mengenal mereka. Selebriti mikro ini juga memiliki namanya masing – masing tergantung dengan popularitas media sosial tempat mereka dikenal. Kini menjadi seorang artis/selebriti tidak selamanya harus tampil di TV atau *acting* , menyanyi, atau menjadi seorang *Presenter*, Namun kini sudah ada jalan untuk menjadi selebriti yaitu melalui sosial media.

Di Instagram, selebriti mikro yang banyak muncul ini dikenal dengan sebutan *selebgram*. Berdasarkan observasi peneliti dikota pekanbaru, *selebgram* yang bermuculan sebagian besar bersatus Mahasiswa di berbagai universitas di kota pekanbaru, *sharing* segala aktivitas serta gaya hidup sehari – hari di dalam fitur *instagram stories* sudah bukan merupakan hal yang asing lagi bagi para *selebgram*, *Instagram stories* memfasilitasi para pengguna untuk bebas berkreasi dalam

menampilkan atau mengelola kesan di depan banyak orang.

Berdasarkan pengamatan peneliti yang memiliki teman sebagai seorang selebgram, ia yang menjalankan peran menjadi *selebgram* memiliki harapan untuk bisa menjadi sosok ideal bagi *followersnya*, sosok ideal yang bisa dikenal banyak orang sehingga ia meraih popularitas dengan citra yang ia inginkan, ia menjadi selebgram karena melihat kondisi sekitarnya yangangat antusias dalam menggunakan media sosial instagram, sehingga dalam lingkungan ia bergaul terkesan berlomba – lomba untuk meraih eksistensi melalui *instagram stories*, Berdasarkan figur ideal yang diperankannya, ia memperisapkan dirinya dengan matang seperti Cara bicara yang enak di dengar, pemilihan kata-kata yang *ng-trend* dan bisa di menegerti oleh kalangan anak muda, cara berpakaian yang *fashionable*, di dukung dengan peralatan teknologi yang mumpuni, teman atau kelompok yang dipilih, kegiatan atau hobi yang diikuti, dan tempat makan atau minum yang dipilih biasanya harus ditempat yang mewah dan kekinian untuk di unggah ke *instagram stories*, persiapan – persipan tersebut harus disiapkan agar dirinya memiliki citra yang diinginkan dimata para *followersnya*.

Dalam pengelolaan kesan, seseorang mengembangkan perilaku – perilaku yang mendukung perannya tersebut, selayaknya pertunjukkan drama, seorang aktor drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan. Kelengkapan ini antara lain memperhitungkan setting, penggunaan kata verbal (dialog) dan tindakan non verbal lainnya, melalui istilah “pertunjukan teater”, teori goffman dalam dramaturgi goffman membagi dua wilayah kehidupan sosial yaitu *front stage* (panggung

depan) dan *back stage* (panggung belakang). (Mulyana, 2008 : 38)

Dalam dramaturgi, pada panggung depan diidentikan dengan panggung yang penuh drama dan sandiwara. Dalam kehidupan seorang *selebgram* panggung depan inilah yang menjadi suatu gambaran akan kesempurnaan kehidupan yang ditampilkan oleh *selebgram* dengan percaya diri di *Instagram Stories*. perubahan Gaya hidup, tingkah laku, dan penampilan dibutuhkan agar meyakinkan dan menarik perhatian serta menimbulkan kesan yang diinginkan oleh pengguna instagram stories kepada para *followers*, panggung depan mencangkup *setting* atau personal front (penampilan diri), *expressive equipment* (peralatan untuk mengekspresikan diri, kemudian terbagi lagi menjadi *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya),

Demikian pula yang dilakukan oleh selebgram dipanggung belakang atau (*back stage*). Seorang selebgram akan menampilkan keadaan sebenarnya di diri aktor tersebut. selebgram akan melakukan hal yang ia lakukan sehari hari tanpa adanya dorongan untuk memainkan perannya. Kepribadian asli *selebgram* akan terlihat ketika ia berada dipanggung belakang. Dipanggung belakang (*back stage*) selebgram memperlihatkan keadaan yang berbanding terbalik dengan ketika ia meperlihatkan dirinya *instagram stories*. Kehidupan aslinya lebih dekat kepada pribadi yang pendiam atau pemalu dan kehidupan yang tergolong sederhana atau ada juga yang memiliki berbagai macam permasalahan dalam kehidupan seperti sebagai seorang mahasiswa biasa pada umumnya. Berdasarkan realitas tersebut maka peneliti mengangkat judul penelitian tentang “pengelolaan kesan Selebgram pengguna fitur instagram stories di kalangan Mahasiswa

TINJAUAN PUSTAKA

Dramaturgi

Kajian dramaturgi dipopulerkan oleh Erving Goffman, salah seorang sosiolog yang paling berpengaruh pada abad 20. Istilah ini ia tuangkan bukunya yang berjudul *the presentation of self in everyday life* yang diterbitkan pada tahun 1959, Goffman memperkenalkan konsep dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Menurut pemikiran dalam “pertunjukan teater” yang dibuat sendiri olehnya. Goffman melihat banyak kesamaan antara pentas teater dengan berbagai jenis peran yang kita mainkan dalam interaksi dan tindakan sehari-hari. Kehidupan sebenarnya adalah laksa panggung sandiwara, dan disana kita pamerkan serta dan kita sajikan kehidupan kita dalam waktu yang kita miliki.

Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi sosial tersebut memiliki ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Seperti aktor panggung, aktor sosial mempresentasikan diri, membawakan peran, mengasumsikan karakter dan bermain melalui adegan-adegan ketika terlibat dalam interaksi dengan orang lain. Bagi Goffman, pokok bahasan dramaturgi adalah pencitraan, pemeliharaan, dan memusnahkan pemahaman umum realitas oleh orang-orang yang bekerja secara individual dan kolektif untuk menyajikan gambaran yang satu dan sama dalam realitas. *“Goffman concept of dramaturgy is that he does not seek to understand the underlying motivation for what the individual is doing. Many people would argue that they do not feel they should be defined by different roles, and that they are still their true selves when playing the roles”* (Kivisto and Pitman, 2009 : 285)

Erving Goffman membagi kehidupan menjadi dua bagian yaitu panggung depan (Front stage) dan panggung belakang (Back Stage). Front stage merupakan suatu panggung yang terdiri dari pertunjukan (appearance) atas penampilan dan gaya (manner). Di panggung inilah aktor akan membangun dan menunjukkan sosok ideal dari identitas yang akan ditonjolkan dari interaksi sosial. Pengelolaan pesaan yang ditampilkan merupakan gambaran aktor mengenai konsep ideal darinya yang sekiranya bisa diterima penonton. Aktor menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukan mereka. (Sudikin, 2002 : 49-51). Sedangkan panggung belakang atau Back stage merujuk pada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah belakang ibaratkan panggung sandiwara bagian belakang (back stage) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlai untuk memainkan perannya di panggung depan (Mulyana, 2004 : 114)

Pengelolaan kesan (*impression management*)

Bidang psikologi, sosiologi dan sosial, *impression management* adalah tujuan-diarahkan proses sadar atau tidak sadar dimana orang berusaha untuk mempengaruhi persepsi orang lain tentang benda, orang atau peristiwa, mereka melakukannya dengan mengatur dan mengendalikan informasi dalam interaksi sosial (Piwinger & Ebert 2001, 1-2). Hal ini biasanya digunakan secara sinonim dalam diri-presentasi, dimana seseorang mencoba untuk mempengaruhi persepsi citra mereka. Gagasan *impression management* juga mengacu pada praktek dalam komunikasi profesional dan hubungan masyarakat, dimana istilah ini digunakan untuk menggambarkan proses

pembentukan perusahaan atau citra public organisasi.

Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkebangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara Online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet, atau video youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010: 2-3).

Instagram

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara akerjanya untuk mrnhgirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat menggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram

Instagram Stories

Fitur stories yang diusung instagram, yang oleh beberapa orang disebut snapgram, tidak berbeda jauh, hanya saja diinstagram pengguna dapat melihat stories siapapun tanpa harus menFollow terlebih dahulu, asalkan akun pengguna tersebut tidak di set private. Pengguna instagram stories kini sudah mencapai lebih dari 200 juta pengguna setiap harinya dalam 9 bulan setelah

peluncurannya. Jumlah ini telah melebihi jumlahh pengguna snapchat perharinya.

Bagi pengguna yang gemar menata feed instagram-nya dengan tema atau pola tertentu, instagram stories memberikan kemungkinan membagikan momen dari aktivitas sehari-hari tanpa perlu khawatir foto atau video tersebut akan “menodai” feed. karena akan menghilang sendirinya dalam 24 jam, kita pun dapat mengupload stories sebanyak-banyaknya.

Layanan *photosharing* Instagram baru saja memperkenalkan Stories. Fitur anyar ini sudah bisa didapatkan melalui *update* aplikasi Instagram di toko aplikasi Android dan iOS.Stories terbilang mirip dengan Snapchat. Pengguna bisa mengunggah foto atau video singkat yang diimbui teks atau coretan gambar.Foto dan video yang diunggah ke Stories tidak ditampilkan di *timeline* Utama Instagram, melainkan diakses secara terpisah dengan cara berbeda. Instagram pun seolah memiliki dua linimasa di dalamnya.(Dikutip dari beritaonline<http://tekno.kompas.com/read/2016/08/03>)

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (mind mapping) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikiran penulis. Penyusunan kerangka pemikiran dalam penelitian ini berguna untuk menjelaskan jalan penelitian yang dilaksanakan . Penelitian ini berangkat dari realitas Selebgram penggunaan fitur instagram stories dikalangan mahasiswa dalam penggunaan fitur instagram stories yaitu Tingginya antusias Selebgram dalam menggunakan fitur instagram stories, Penggunaan instagram stories sudah menjadi bagian dari gaya hidup (*life style*) di kalangan Selebgram dan Adanya ketimpangan antara kehidupan yang ditampilkan di instagram stories dengan kehidupan nyata Selebgram , hal ini

dilakukan atas adanya upaya pengelolaan kesan Selebgram Presentasi diri atau sering juga disebut manajemen impresi (*impression management*) merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan, presentasi diri yang dilakukan ini bisa dilakukan oleh individu atau kelompok individu/tim/ organisasi (Boyer, dkk, 2006 : 4).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini, peneliti sebagai instrumen penelitian berusaha mencari informasi sebanyak-banyaknya dari subjek sebagai orang yang dijadikan informan dalam penelitian yang dilakukan. Disini, Peneliti mendeskripsikan Bagaimana Kehidupan Panggung Depan (Front stage) dan Panggung Belakang (Back stage) Selebgram pengguna fitur instagram stories dikalangan mahasiswa kota pekanbaru. Adapun yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah sebanyak Tiga orang, dimana mereka dipilih dengan pertimbangan bahwa mereka sudah mewakili selebgram yang ada dikota pekanbaru dan mereka dianggap dapat dipercaya oleh peneliti serta memberikan data informasi yang diperlukan, sehingga mempermudah peneliti menemukan jawaban dari penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik model analisis Miles dan Hurbeman dengan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan perpanjangan keikutsertaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Setting selebgram saat menggunakan fitur instagram stories

Setting penampilan Pada panggung depan (*front stage*) adalah tempat ia

diperlihatkan diri sebagai seorang selebgram kepada para followersnya, pada setting di panggung depan selebgram mengelola kesan untuk menggapai citra yang diinginkannya pada fitur *instagram stories*.

Selfie atau swafoto

Selfie adalah jenis foto potret sendiri yang diambil dengan menggunakan kamera digital atau telepon kamera . Foto narsis sering dikaitkan dengan narsisisme terutama di dalam jejaring sosial. Pada tahun 2013, kata selfie secara resmi tercantum dalam *oxford English Dictionary* versi *daring*. Kegiatan mengunggah foto ini tidak asing lagi karena sebagian besar orang pasti pernah melakukan selfie, hal ini tentunya lebih memperlihatkan jelas raut wajah yang menurut mereka dapat menunjukkan sisi kelebihannya serta lebih dapat mengekspresikan diri sehingga menarik hati para followers. Para selebgram mengaku beberapa kali kerap melakukan persiapan sebelum mengunggah stories. mereka kerap melakukan persiapan pada penampilannya seperti *touch up* atau menggunakan (make up), pengaturan *Angle* , pengaturan Cahaya, serta proses pengeditan melalui aplikasi seperti Viscocam dan Snapseed sebelum mengunggah stories terutama saat mengunggah berupa foto selfie agar penampilannya terlihat baik.

2 Selain kegiatan selfie atau swafoto, kegiatan mengunggah foto atau video Outfit Of The Day atau OOTD sebagai padanan kata untuk menunjukkan pada apa yang kamu pakai atau kenakan pada hari itu, kegiatan Outfit Of The Day atau OOTD sangat mendominasi dalam kegiatan para *selebgram* di *instagram stories*, kegiatan ini sudah menjadi trend pada media sosial instagram yang berkaitan dengan fashion yaitu OOTD atau Outfit Of The Day . menjadi seorang seleb instagram atau *selebgram* tentunya kegiatan ini sudah tidak asing lagi, karena

hampir sebagian besar postingan pada unggahan di instagram stories menampilkan foto yang memperlihatkan pakaian yang mereka kenakan mulai dari atas sampai ke bawah dengan konsep dan tema yang menurut mereka menarik dan sesuai untuk dipakai pada hari itu, konsep OOTD sebenarnya sederhana dan tidak dibuat-buat, tetapi banyak dari para selebgram yang gemar memamerkan gaya mereka saat memakai pakaian bermerk atau yang trend pada saat itu dengan konsep serta tema yang dibuat matang oleh para selebgram.

Endorse

Kata *endorse* berasal dari kata *Endorsement* yang artinya adalah suatu tindakan mendukung (*support*) atau setuju terhadap sesuatu, kegiatan *endorse* ini adalah salah satu bentuk promosi yang dilakukan brand / merk atau online shop untuk menggaet konsumen baru, biasanya para selebgram akan menposting foto atau video produk atau akun online shop di instagram dengan caption yang menarik dan biasanya bentuk pesannya berupa pesan *persuasive* untuk menggiring dan mengajak audience membeli produk atau jasa tertentu, biasanya *endorse* dilakukan dengan beberapa kesepakatan terhadap dua belah pihak antara selebgram dengan pengusaha atau owner dari barang atau jasa yang akan dipromosikan. Maka dari itu selebgram biasanya hanya melakukan endorse pada jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Biasanya jika untuk barang fashion para selebgram akan menggunakan foto Outfit Of the Day dengan caption berupa informasi akun online shop dari barang yang mereka tampilkan di instagram stories

Gaya hidup hedonis

Salah satu kegiatan yang mereka sering lakukan yang berkaitan dengan gaya hidup mereka adalah kegiatan berkumpul di suatu tempat. Biasanya mereka berkumpul dengan

teman atau sesama selebgram di beberapa tempat seperti Café, bar, restaurant, hotel, di mall atau apartemen dan lain sebagainya. Mereka biasanya berkumpul melakukan kegiatan arisan, shopping atau hanya sekedar berkumpul saja durasi mereka berkumpul hanya sebentar, hal itu terlihat dari beberapa unggahan stories dan mereka cukup banyak memposting foto-foto mereka ketika sedang berkumpul

Wisata Kuliner

Berkaitan dengan fashion dan lifestyle atau gaya hidup, hal yang tidak terlepas dari kegiatan para *selebgram* adalah wisata kuliner. Kuliner merupakan hal yang sangat berkaitan dengan fashion dan lifestyle. Ketika mereka sudah berhasil menampilkan bagaimana fashion yang menjadi ciri khas dan gaya hidup mereka, kuliner juga menjadi hal yang menunjang eksistensi mereka yang menjalani peran pada panggung depan

Penghasilan Tinggi

Selain wisata kuliner. Hal yang sering dilakukan oleh para selebgram yaitu foto / video penghasilan atau Uang hasil kerja keras mereka lalu mengunggahnya ke instagram stories, mereka mengungkapkan bahwa dengan mengunggah foto berupa jumlah penghasilan atau Uang mereka dapat memotivasi orang lain dalam bekerja keras dan berbisnis melalui media sosial instagram

kegiatan di Mobil

Selanjutnya Hal yang paling sering juga dilakukan oleh para selebgram yaitu mengunggah kegiatan yang dilakukan pada saat ia berkendara dan berapa di mobil. Pada saat berkendara di mobil mereka bisaanya membuat video keseruan untuk mengisi kekosongan waktu diperjalanan atau juga

mereka senang mengunggah foto selfie dan video keseruan bersama teman temannya pada saat di mobil dan mengakui bahwa mereka juga mengunggah foto atau video ke *instagram stories* dengan maksud memperlihatkan interior serta aksesoris mobil yang dikendarainya

2. Manner (gaya) pada Unggahan fitur instagram stories

Gadis dewasa mandiri dan sukses dengan .gaya yang gaul dan kekinian serta memiliki sifat yang ramah dan disukai oleh banyak orang

3. Appearance (penampilan)

1. Menggunakan *Make up*
2. Menggunakan Baju branded
3. Menggunakan Tas branded
4. Menggunakan Sepatu branded
5. Menggunakan Mobil
6. Uang

1. Setting Selebgram Kehidupan Keseharian Selebgram

Kehidupan keseharian seorang selebgram tidak seperti yang dibayangkan ketika kita melihat mereka berada di panggung depan (*front stage*) yang dapat kita pantau melalui fitur *instagram stories*. Kehidupan nyata atau kehidupan panggung belakang (*back stage*) selebgram ini sama seperti kehidupan mahasiswa biasa pada umumnya. Beberapa kegiatan sebagai mahasiswa yang wajib mereka lakoni ketika berada dipanggung belakang (*back stage*). Penampilan sehari – hari selebgram ketika memperlihatkan dirinya pada unggahan *instagram stories* terlihat rapih dan sangat memperhatikan penampilan penampilannya ketika saat berada dimana saja agar terlihat sangat menarik . Hal ini sangat berbeda ketika mereka berada di rumah atau dikosan, meskipun sudah memiliki status sebagai seorang selebgram namun ia masih sering

keluar dari rumah dengan menggunakan pakaian seadanya yaitu seperti daster,kalau belum mandi ia tidak memperlakukan keluar rumah tanpa mandi dan tanpa make up kegiatan berkumpul dengan selebgram lainnya jarang dilakukan , gaya hidup tergolong sederhana serta dalam berkomunikasi cenderung menggunakan bahasa Daerah dan bahasa Indonesia.

2. Manner (gaya) ketika berada dikehidupan keseharian

Gadis yang ekspresif , sederhana dan berpenampilan apa adanya

3. Appearance (penampilan)

1. Tanpa *make up*
2. Menggunakan Daster
3. Menggunakan Kaos oblong biasa
4. Menggunakan Celana pendek biasa
5. Menggunakan Sandal jepit
6. Menggunakan Sepeda motor dan mobil
7. Menggunakan gadget

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengelolaan kesan selebgram dipanggung depan (*front stage*) adalah *Setting* dengan mengunggah kegiatan Selfie atau swafoto, OOTD atau Outfit Of The Day , endorse, gaya hidup hedonis, dan berkomunikasi dengan bahasa indonesia dicampur dengan bahasa inggris serta cenderung menggunakan bahasa gaul dan ngetrend. Manner (gaya) yang ingin dipersepsikan kepada followers oleh selebgram. Persepsi yang ingi ditampilkan oleh selebgram kota pekanbaru yaitu kesan Gadis dewasa yang mapan dan sukses serta bergaya gaul dan kekinian serta suka memiliki sifat yang ramah dan siukai oleh banyak orang. Sedangkan appearance

(penampilan) Atribut yang mereka kenakan ketika menjalani hidup menjadi selebgram adalah menggunakan make up, menggunakan baju branded, menggunakan tas branded, sepatu branded, menggunakan mobil dan uang.

2. Kehidupan keseharian *selebgram* di panggung belakang (back stage) adalah *setting* kegiatan sebagai mahasiswa dan pebisnis, beberapa kegiatan sebagai mahasiswa juga wajib dilakukan. (*manner*) perilaku ketika berada di lingkungannya sehari – hari yaitu Gadis yang ekspresif, sederhana dan berpenampilan apa adanya, sedangkan (*appearance*) atribut yang mereka kenakan ketika berada panggung belakang para selebgram Tanpa make up, menggunakan Daster, menggunakan Kaos oblong biasa, menggunakan Celana pendek biasa, menggunakan Sandal jepit, menggunakan Sepeda motor dan mobil. Selain itu kegiatan wisata kuliner tidak terlalu sering dilakukan karena mereka sebenarnya di sehari-hari lebih suka makan di warung nasi atau bahkan memasak makanannya sendiri, dan kegiatan berkumpul bersama para selebgram juga tidak sering dilakukan karena sudah disibukkan dengan kegiatan masing-masing dan bahasa yang digunakan sehari-hari lebih sering menggunakan bahasa daerah dan bahasa Indonesia ketika berada di panggung belakang

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi dan Sukidin, 2001. *Metode penelitian kualitatif perspektif mikro*. Surabaya. Insan Cendekia.
- Bungin, Burhan. Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Penelitian Perspektif Mikro, Surabaya* : Insan Cendekia
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Persada. 2009. *Penelitian kualitatif*. Jakarta : Kencana
- Goffman, E 1956. *The presentation of in everyday life* . Harmonworth : Penguin PT. Citra Aditya Bakti.
- Goffman, E 1956. *The presentation of in everyday life* . Harmonworth : Penguin PT. Citra Aditya Bakti.
- Kriyantono, rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi* . Jakarta: Prenada Media Group.
- Kuswarno, Enkus. 2009. *Metodologi Penelitian komunikasi fenomenologi: Konsepsi, pedoman, dan contoh penelitian fenomena pengemis kota Bandung*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Human Communication(prinsip – prinsip Dasar)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metode penelitian Kualitatif : paradigma baru dalam ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya cetakan keempat*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moelong, Lexy j. 2005. *Metode penelitian kualitatif edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2004. *Metode research : Penelitian ilmiah*, Jakarta : Bumi aksara.

Sumber jurnal :

- Dwi Syahnaz Hazizah. *Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Di Kalangan Siswa-Siswi SMAN 1*

Makassar.: Universitas Hassanudin
Makassar. 2017

Martha eka dita.. *Pengelolaan kesan
SelebAsk (Studi Dramaturgi pada
pengguna Ask.fm dikalanagan
mahasiswa)*: Universitas Telkom
Bandung. 2016

Sumber Lain :

[https://www.antaranews.com/berita/648654/
orang-indonesia-bikin-instagramstories-
terbanyak-di-dunia](https://www.antaranews.com/berita/648654/orang-indonesia-bikin-instagramstories-terbanyak-di-dunia)

[https://inet.detik.com/cyberlife/d-
3757615/soal-fitur-baru-instagram-stories-
highlights-dan-stories-archive](https://inet.detik.com/cyberlife/d-3757615/soal-fitur-baru-instagram-stories-highlights-dan-stories-archive)

[https://inet.detik.com/cyberlife/d-
3574532/orang-indonesia-hobi-bikin-
instagram-stories](https://inet.detik.com/cyberlife/d-3574532/orang-indonesia-hobi-bikin-instagram-stories)

<https://vik.kompas.com/selebgram/>