

SOSOK SAHABAT DALAM FIGUR AYAH

**(Studi Dramaturgi Mengenai Figur Ayah Dalam Konten Video Di
Akun Instagram @Pakhroziwily)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun oleh

Nama : Faiz Rafdillah

NIM : 1406015133

Peminatan : Penyiaran



PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA, 2019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

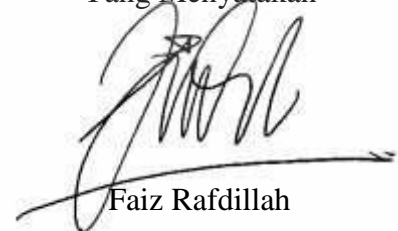
Nama : Faiz Rafdillah
NIM : 1406015133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Proposal : Sosok Sahabat Dalam Figur Ayah (Studi Dramaturgi Mengenai
Figur Ayah Dalam Konten Video Di Akun Instagram
@pakhrojiwily)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 22 Agustus 2019

Yang Menyatakan



Faiz Rafdillah

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

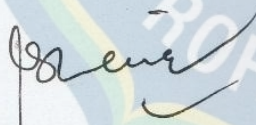
Judul Skripsi : Sosok Sahabat Dalam Figur Ayah (Studi Dramaturgi Mengenai
Figur Ayah Dalam Konten Video Di Akun Instagram
@pakhrojiwily)

Nama : Faiz Rafdillah
NIM : 1406015133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom

Tanggal: 27 Agustus 2019


Dra. Tellys Corliana, M.Hum

Tanggal: 27 Agustus 2019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR HAMKA**

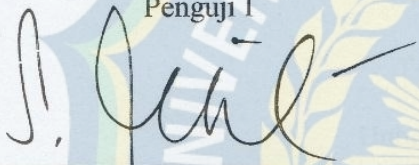
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Sosok Sahabat Dalam Figur Ayah (Studi Dramaturgi Mengenai Figur Ayah Dalam Konten Video Di Akun Instagram @pakhrojiwily)

Nama : Faiz Rafdillah
NIM : 1406015133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 22 Agustus 2019, dan dinyatakan LULUS

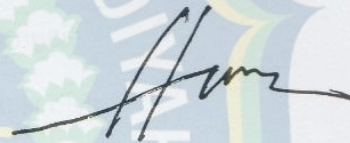
Penguji I



Said Ramadhan, S.Sos., M.Si

Tanggal: _____

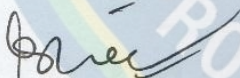
Penguji II



Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si

Tanggal: _____

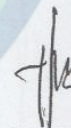
Pembimbing I



Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom

Tanggal: 27 Agustus 2019

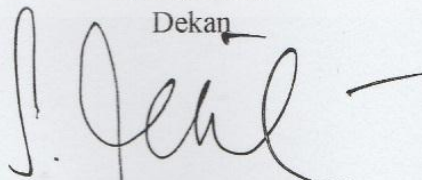
Pembimbing II



Dra. Tellys Corliana, M.Hum

Tanggal: 27 Agustus 2019

Mengetahui,
Dekan



Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Nama : Faiz Rafdillah
Nim : 1406015133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Judul : Sosok Sahabat Dalam Figur Ayah (Studi Dramaturgi Mengenai Figur Ayah Dalam Konten Video di Akun Instagram @pakhroziwily)
Halaman : 87 + xii halaman + 15 foto + 4 tabel + 26 lampiran + 46 bibliografi

Permasalahan utama dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana perbedaan antara panggung depan dan panggung belakang dari seorang selebritis Instagram bernama Pakhrozi Wilyanwar dan Ayahnya yang bernama Bapak Lili Sahrowi dibalik konten Instagram dalam akun @pakhroziwily dan hubungan mereka sebagai sosok ayah dan anak. Panggung depan (*front stage*) adalah bagian pertunjukan yang berfungsi mendefinisikan situasi pertunjukan. Panggung belakang (*Back stage*) adalah keadaan dimana seseorang berada di belakang panggung dengan kondisi tidak ada penonton, sehingga dapat dipastikan seseorang tersebut dapat berperilaku bebas tanpa mempedulikan sikap/peran dalam sandiwara berikutnya.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang melihat realitas seorang subjek dalam hubungannya dengan lawan main di sebuah konten. Komunikasi massa menjadi konteks komunikasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi dari Erving Goffman sebagai teori utama, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif, dimana penelitian ini bertujuan membuat deskripsi perbandingan perilaku subjek dan hubungan dengan ayahnya di panggung depan dan belakang instagramnya dengan metodologi pendekatan dramaturgi sebagai dasar metode penelitian.

Hasil dalam penelitian ini menjelaskan bahwa proses dramaturgi berlangsung dalam hubungan mereka sebagai sosok ayah dan anak. Hal itu dapat diidentifikasi oleh orang-orang disekitar yang mengenal Pakhrozi Wilyanwar ataupun bapak Lili Sahrowi dengan baik. Panggung depan dilakukan ketika sedang berperan dalam pembuatan video untuk konten Instagram yang menyatakan kedekatan antara hubungan ayah dan anak yang sangat erat selayaknya sahabat atau teman dekat. Sedangkan panggung belakang terjadi saat Pakhrozi Wilyanwar dan bapak Lili Sahrowi sedang menjalani aktifitas mereka secara normal sebagai ayah dan anak seperti biasanya yang juga didapatkan bahwa hubungan antara ayah dan anak diantara keduanya berlangsung harmonis dan intens. Penelitian serupa kedepannya peneliti sarankan untuk lebih berfokus pada komunikasi antar pribadi dan menggunakan metodologi fenomenologi agar hasil observasi lebih maksimal.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, penulis tuturkan kepada Allah SWT segala rahmat dan nikmat-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan ini. Sholawat dan salam terucap kepada manusia pembawa pencerahan bagi seluruh alam, baginda nabi besar Muhammad SAW atas jasa-jasa beliau kita dapat merasakan indahnya islam dan ilmu pengetahuan saat ini.

Skripsi merupakan salah satu tugas akhir yang harus disusun untuk memenuhi persyaratan akademis strata satu. Untuk itu penulis menyusun skripsi berjudul “Sosok Sahabat Dalam Figur Ayah (Studi Dramaturgi Mengenai Figur Ayah Dalam Konten Video di Akun Instagram @Pakhroziwily)”. Penulis menghadapi berbagai rintangan dan halangan untuk menyelesaikannya. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak mungkin mewujudkannya.

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ayah Awaluddin Muchtar dan Ibu Khayatun Nufus yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik moril maupun materil
2. Adik-adik Fariz Rafsanjani, Farah Nabila dan Filda Auliasyifa yang selalu memberikan dukungan moril dan semangat.
3. Bapak Said Romadlan, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA sekaligus Dosen Penguji 1.

4. Ibu Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom selaku wakil Dekan 1 sekaligus dosen pembimbing satu yang sangat membantu dan mengarahkan dalam proses penyusunan skripsi hingga penelitian berlangsung.
5. Ibu Farida Hariyati, S. Ip selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
6. Ibu Dra. Tellys Corliana M.Hum selaku pembimbing dua yang sangat membantu dan mengarahkan dalam membimbing serta memberikan banyak masukan.
7. Bapak Hunsan Nurjuman, S. Ag., M.Si selaku Dosen Penguji II
8. Nara sumber Pakhrozi Wilyanwar, Bapak Lili Sahrowi dan Ibu Lenih selaku orang tua dari Pakhrozi Wilyanwar, dan seluruh narasumber yang telah menyediakan waktunya dan menunda janji dengan temannya untuk diwawancarai oleh penulis
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah membalas dengan kebaikan dan keberkahan hidup di dunia dan akhirat.

Jakarta, 22 Agustus 2019



Faiz Rafdillah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Pembatasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Signifikasi/Kontribusi Penelitian	9
1.6. Keterbatasan Penelitian	10
BAB II: KERANGKA TEORI	
2.1. Paradigma Konstruktivisme	11
2.2. Hakekat Komunikasi	13
2.2.1. Fungsi Komunikasi	15
2.2.2. Konteks Komunikasi	18
2.3. Model Interaksional	31

2.4. Teori Dramaturgi	33
2.5. Presentasi Diri	36
2.6. Menejemen Kesan	38
2.7. Komunikasi Verbal	39
2.8. Komunikasi Nonverbal	40

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian	43
3.1.1. Pendekatan Penelitian	43
3.1.2. Metode Penelitian	44
3.1.3. Jenis Penelitian	44
3.2. Penentuan Informan	45
3.3. Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1. Wawancara Mendalam	47
3.3.2. Observasi	48
3.3.3. Dokumentasi	49
3.4. Teknik Analisis Data	49
3.5. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	51
3.5.1. Lokasi Penelitian	51
3.5.2. Waktu Penelitian	51

BAB IV: PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Subjek Penelitian	52
4.1.1. Deskripsi Konten dalam Instagram @pakhroziwily	52
4.1.2. Profil Informan	55

1) Informan Kunci	55
2) Informan Tambahan	57
4.2. Hasil Penelitian	59
4.2.1. Panggung Depan	59
4.2.2. Panggung Belakang	65
4.2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi	72
4.3. Pembahasan	77
4.3.1. Dramaturgi panggung depan sebagai media hiburan	77
4.3.2. Dramaturgi panggung depan sebagai media penyampaian pesan	80
BAB V: PENUTUP	
5.1. Simpulan	84
5.2. Saran-saran	85
DAFTAR PUSTAKA	xii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Waktu Penelitian	57
Tabel 4.1: Profil Informan Kunci	58
Tabel 4.2: Profil Informan Tambahan	59
Tabel 4.3: Dramaturgi Dibalik Figur Ayah dalam Akun Instagram @pakhroziwily	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Interaksional	32
Gambar 2.2: Model Komunikasi Lasswell	20
Gambar 4.1: Model Interaksional	60



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi dalam sebuah keluarga merupakan wadah dalam membentuk dan mengembangkan nilai-nilai yang dibutuhkan sebagai pegangan hidup. Pola komunikasi keluarga turut berperan dalam penerimaan pesan dan umpan balik yang terjadi antar anggota keluarga. Kemunculan teknologi seperti ponsel genggam dan internet sedikit-banyak mempengaruhi pola komunikasi yang terjadi pada era-melenial ini. Pola komunikasi interpersonal yang terjadi dalam keluarga mengalami banyak gangguan karena kemunculan teknologi tersebut. Terlebih lagi kemunculan media sosial, menambah hambatan komunikasi yang terjadi dalam hubungan keluarga. Selama 7 tahun terakhir, sosial media menjadi *trend* baru di Indonesia. Banyak sosial media yang berkembang pesat seperti Facebook, Path, YouTube hingga Instagram. Perkembangan sosial media membuat kedekatan hubungan antara orang tua dan anak umumnya sekarang renggang dan tidak sehangat sebelum bertumbuhnya sosial media. Instagram sendiri adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak.

Instagram dapat digunakan di *iPhone*, *iPad* atau *iPod Touch* versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan perangkat Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (*Froyo*) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui *Apple App Store* dan *Google Play*. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

Komunikasi adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat diabaikan, karena hanya dengan komunikasi kita dapat memperoleh informasi dan berinteraksi dengan sesama. Perbedaan paham, ras, etnik, suku, dan agama sering menjadi hambatan manusia dalam berkomunikasi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi punya beberapa fungsi salah satunya adalah fungsi sosial. Komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horizontal, dari suatu masyarakat kepada masyarakat lainnya, ataupun secara vertikal, dari suatu generasi kepada generasi

berikutnya (Mulyana, 2007: 7). Komunikasi diartikan Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss sebagai Proses Makna diantara makna diantara dua orang atau lebih (Mulyana, 2005: 69). Menurut Mos dan Tubbs, yang membuat komunikasi menjadi unik adalah kemampuannya yang istimewa untuk menciptakan dan menggunakan lambang-lambang. Instagram adalah salah satu media yang dapat dipergunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi secara massa.

Media sendiri merupakan salah satu alat yang digunakan masyarakat untuk mencari dan mendapatkan informasi. Mulai dari media cetak, elektronik, dan juga *online* dapat terasa mengisi kehidupan kita sehari-hari. Sebagai media yang termasuk dalam kategori terakhir kemunculannya, sosial media sangat digemari oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, kaya maupun miskin. Karakteristik instagram yang tidak hanya dapat di dengar (audio) dan juga dapat di lihat (visual), sosial media juga menawarkan kondisi yang *update* secara *realtime* menjadikan orang yang menyaksikannya tidak pernah merasa bosan.

Fungsi Komunikasi massa adalah menyiarkan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), dan menghibur (*to entertain*). Dari ketiga fungsi tersebut, mana yang utama, bergantung kepada jenis media massa. Ada sementara ahli yang menambahkan fungsi lain terhadap fungsi media massa ini, umpamanya saja fungsi mempengaruhi (*to influence*), fungsi membimbing (*to guide*), fungsi mengeritik (*to criticise*), dan lain-lain. Namun semua itu hanya merupakan tambahan saja terhadap ketiga fungsi tadi, yaitu menyiarkan informasi, mendidik, dan menghibur (Effendy, 2008:59).

Bentuk-bentuk media massa yang dapat digunakan untuk mengakses informasi baik cetak maupun elektronik ialah seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, komputer dan internet. Setiap bentuk media massa tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dengan kelebihan dan kekurangannya masing-masing, tetapi pada prinsipnya merupakan satu institusi yang melembaga dan bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak (Kuswandi, 1996: 98).

Penyiaran atau *broadcasting* merupakan suatu kegiatan didalam cara menyampaikan pesan, ide, hasrat kepada khalayak dengan menggunakan fasilitas frekuensi. Dengan kata lain penyiaran (*broadcasting*) merupakan suatu kegiatan penyiaran yang dilakukan oleh seorang penyiar (Riswandi, 2009:1). Media sosial didefinisikan oleh Andreas Kaplan dan Michael Haenlein sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi *platform* dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda termasuk sosial *network*, forum internet, *weblogs*, sosial blogs, *micro blogging*, *wikis*, *podcasts*, gambar, video, *rating* dan *bookmark* sosial (Lesmana, 2012:10).

Sebagai salah satu bentuk penyiaran dan sosial media, Instagram memberikan peluang kepada para penggunanya untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada dunia luar. Setiap orang berlomba-lomba untuk menampilkan dan membuat branding tentang dirinya kepada dunia luar. Melalui berbagai foto, video dan pernyataan yang ada di media sosial. Sesuai dengan konsep Dramaturgi karya Erving Goffman yang menyatakan bahwa Individu akan berlomba-lomba

menampilkan dirinya sebaik mungkin. Goffman berasumsi bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang diterima orang lain. Upaya ini disebut dengan pengelolaan pesan, yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konsep dramaturgi, kehidupan sosial manusia dimaknai sama seperti pertunjukan drama dimana terdapat aktor yang memainkan perannya (Mulyana, 2006:112)

Selain untuk menunjukkan eksistensi diri dengan memasarkan atau *branding* diri penggunanya sendiri, Instagram juga memberikan celah kepada penggunanya untuk memanfaatkan fasilitas yang dimilikinya untuk melakukan hal lebih pada akun instagramnya salah satunya adalah promosi dan *endorse*. Hal ini membuka kesempatan baru bagi penggunanya mendapatkan keuntungan dari akun Instagram dengan menjadi Selebritis Instagram atau biasa di kenal dengan Selebgram dengan *followers* banyak dengan respon yang banyak pula di setiap postingan yang ditampilkan. Dan tidak sedikit diantara Selebgram menjadi *public figure* yang dikenal banyak orang. Salah satunya adalah Pakhrozi Wily.

Pakhrozi Wilyanwar atau yang lebih dikenal Pakhrozi Wily adalah seorang *content creator* Instagram asal Tangerang dengan nama akun Instagram @pakhroziwily. Isi konten dari video Instagram Pakhrozi Wily adalah video-video humor dan nasihat. Selain video humor dan parodi, salah satu konten yang mendapatkan respon cukup besar adalah konten yang diperankan oleh Wily dan Ayahnya, bapak Lili Sahrowi. Dalam video-video bersama ayahnya, Wily selalu menampilkan bagaimana hubungan keakraban Wily dan sang Ayah yang dilihat

dari prespektif humor dan santai. Pakhrozi Wily mencoba membentuk citra dirinya dan sang Ayah pada sosial media Instagram sebagai salah satu bentuk eksistensi yang dapat diingat oleh para pengikutnya yang hingga sampai saat ini tidak kurang dari 101.000 pengguna instagram sejak bulan September 2016 berkarya. Oleh karena itu peneliti mencoba melihat kesenjangan antara panggung depan dan panggung belakang Pakhroji Wily dan ayahnya, bagaimanapun hubungan mereka adalah ayah dan anak diluar dari konten mereka yang terencana dengan scenario. Secara etimologi, eksistensi berasal dari bahasa inggris yaitu *excitence*, dari bahasa latin *existrere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* yang berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara terminologi, yaitu pertama apa yang ada, kedua apa yang aktualitas (ada), dan ketiga adalah segala sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada. Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu itu sesuatu dengan kodrat inherennya) (Lorens, 2005:183)

Penelitian-penelitian analisis kualitatif dengan landasan teori Dramaturgi atau penelitian mengenai media sosial khususnya Instagram sudah banyak dilakukan. Ada beberapa referensi penelitian yang menjadi pembanding dengan penelitian ini, yang kurang lebih memiliki keterkaitan pembahasan, antara lain:

1. Presentasi Diri *Cross Dance Cover K-Pop* (Studi dramaturgi *Cross Dance Cover K-Pop* di Jakarta) oleh Ummul Azzah Nurlaila, Mahasiswa program studi ilmu komunikasi FISIP UHAMKA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan teori dramaturgi. Hasil dari

penelitian mengungkapkan bahwasanya saat di panggung seorang *cross dance cover* berperan layaknya aktor, mereka berpenampilan layaknya perempuan, mulai dari pakaian, tata rias, hingga perilaku. Saat tidak di atas panggung atau dipanggung belakang mereka kembali kepada jati diri mereka masing-masing.

2. Skripsi Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi diri (Studi Deskriptif kualitatif penggunaan media sosial untuk eksistensi diri pada mahasiswa FISIP UNS tahun ajaran 2015/2016) oleh Albion Leonard PS mahasiswa program studi Ilmu komunikasi FISP Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa FISIP UNS yang digunakan sebagai sarana untuk eksistensi salah satunya dengan cara menggunakan foto *selfie*. Saat ini pengguna media sosial berlomba-lomba untuk dapat mengikuti atau mengunjungi tempat-tempat yang *hits* atau sedang menjadi tempat populer untuk dikunjungi.
3. Aplikasi Instagram sebagai media komunikasi pemasaran *Online Shop* (Studi kualitatif aplikasi Instagram sebagai media komunikasi pemasaran *online shop*) oleh Eryta Ayu Putri S, mahasiswa UPN Veteran Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan adalah Teori Determinasi Teknologi dan Mathematical Theory of Communication. Hasil penelitian mengungkapkan Instagram adalah media sosial yang kehadirannya semakin dimaksimalkan sebagai media komunikasi pemasaran. Menurut informan terkait, Instagram mempunyai

peran tersendiri bagi pelaku bisnis yang menggunakan Instagram sebagai media pemasarannya dalam bentuk promosi yang efektif. Instagram juga dijadikan sebagai media komunikasi antara pelaku bisnis dengan konsumennya, selain itu Instagram juga memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan bisnis mereka.

Perbedaan antara penelitian diatas dengan penelitian yang penulis akan lakukan adalah penelitian sebelumnya hanya meneliti manfaat dan kegunaan Instagram sedangkan penulis dalam penelitian ini mencoba mengungkap realitas yang berlangsung bukan hanya di depan kamera dalam bentuk konten video Instagram, namun juga yang berlangsung dibalik video tersebut. Penelitian sebelumnya diatas juga membandingkan bagaimana “bersandiwara” secara langsung diatas panggung, sedangkan penelitian yang penulis akan lakukan adalah panggung depan dan panggung belakang dibalik sebuah konten Instagram, yaitu video Instagram sebagai medianya.

1.2. Perumusan Masalah

Bagaimana panggung depan dan panggung belakang Pakhroji Wily dan ayahnya dibalik konten video instagram dalam akun instagram @pakhroziwily?

1.3. Pembatasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah hanya sebatas Panggung depan, Panggung Belakang, Pakhrozi Wily, Bapak Lili Sahrowi, video Instagram dan akun Instagram @pakhroziwily. Dalam penelitian ini juga tidak meneliti permasalahan efek dari konten yang di ciptakan oleh Pakhroji Wily melainkan

berfokus pada bagaimana relasi dengan ayahnya didepan dan belakang video konten Instagram tersebut.

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk menjelaskan bagaimana panggung depan dan panggung belakang dari Pakhroji Wily dan Ayahnya dibalik konten video instagram dalam akun instagram @pakhroziwily.

1.5. Signifikasi/ Kontribusi Penelitian

1.5.1. Signifikasi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi perkembangan bagi penelitian serupa dan referensi tentang kajian Teori Dramaturgi Goffman yang berasumsi adanya perbedaan panggung depan dan panggung belakang pada setiap individu yang bermain peran selayaknya sebuah panggung sandiwara dan penerapannya dalam media sosial terutama Instagram terhadap selebritis Instagram yang berkarya melalui konten-konten Instagram.

1.5.2. Signifikasi Metodologis

Secara metodologis penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan studi dramaturgi yang berfokus bagaimana hubungan antara subjek dalam penelitian ini yang diharapkan memberikan perspektif berbeda. Dalam penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang diharapkan dapat menggali informasi secara mendalam dan memaparkan secara

sistematis, terperinci dan akurat mengenai perilaku komunikasi didepan dan belakang panggung dari Pakhroji Wily dan akun instagramnya.

1.5.3. Signifikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana kesenjangan hubungan *dramatisme* dan proses yang terjadi antara Pakhroji Wily dan ayahnya dapat terbangun di depan panggung dan di belakang panggung. Diharapkan pula dengan penelitian ini kedekatan antara Ayah dan Pakhroji Wily dapat menginspirasi pembuat konten lain membuat konten dengan keluarganya.

1.5.4. Signifikasi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana pentingnya kedekatan hubungan ayah dan anak yang terjadi dalam hubungan selebritis Instagram dan membangun kesadaran akan pentingnya kedekatan dan keterbukaan seorang anak dengan ayah.

1.6. Keterbatasan Penelitian

Durasi penelitian yang singkat membuat peneliti kesulitan membuat janji dengan narasumber-narasumber penting dalam penelitian dikarenakan berdekatan dengan waktu libur natal dan tahun baru yang membuat mereka sebagai *content creator* mendapatkan tawaran pekerjaan yang lebih banyak dan sebagian lain sedang ujian akhir semester pada perkuliahannya. Selain itu keterbatasan penelitian ini adalah waktu penelitian yang singkat. Penelitian yang dilakukan kurang dari 2 bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, & Lukiati Komala Erdinaya, 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media and Communication Research Methods*. London: Sage Publication
- Bungin, Burhan, 2006, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus. Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta; Kencana.
- _____. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu- Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu- Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Daymon, Cristine dan Immy Holloway. 2018. *Metode-metode Riset Kualitatif: dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____. 2004. *Ilmu Komunika: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- _____. 2007. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fachruddin, Andi. *Dasar-Dasar Produksi Televisi, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana. 2014
- Hadjana. M. 2009. *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius
- Haryatmoko. 2011. *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hidayat, Dedy. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- J.B. Wahyudi. 1994. *Dasar- Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Javandalasta, Panca. 2011. *5 Hari Mahir Bikin Film*. Surabaya: Muntaz.
- Jensen, Klaus Bruhn & Nicholas W. Jankowski. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communications Research*. New York: Routledge. 1991
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Adevertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Adevertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Lesmana, Gusti Ngurah Aditya. 2012. *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Bran Attachment*. Tesis. Jakarta. Universitas Indonesia
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Lorens, Bagus. 2005. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, edisi kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, J Lexy. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Morissan, Wardhani & Hamid. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- _____. 2009. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- _____, Corry Andy. 2009. *Teori Komunikasi: Media, Budaya dan Masyarakat*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda.
- _____. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- _____. 2006. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Salim. A. 2004. *Teori dan Paradigma Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yoga
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2009. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2013. *Filsafat Komunikasi Tradisional dan Metode Fenomenologi*.
Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sunarto. 2009. *Televisi, Kekerasan, dan Perempuan*. Jakarta: Kompas.
- Tub, Stewart L, dan Styvia Moss. *Human Communication (Konteks-konteks Komunikasi)*. 1996
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa (edisi kedelapan)*. Jakarta: Kencana. Komunikasi adalah Mulyana, 2007

Skripsi

- Arinda Mardiana Hanifa, 2013
Dramaturgi Presenter “Jika Aku Menjadi” dalam Program *Reality Show* di Trans TV
- Amira Rifka Meuthia, 2016
Konstruksi Realitas Gaya Busana Muslimah Pengguna Jilbab Dalam #HOTD di Instagram
- Dhita Sekar Annisa, 2016
Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial Emporium Jakarta (Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial di Emporium Jakarta)