ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang representasi diri yang memungkinkan individu membangun citra tertentu di hadapan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan identitas mahasiswa, memahami bagaimana citra diri dibentuk, serta mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan antara identitas dalam layar dan di balik layar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan, wawancara mendalam terhadap enam informan, serta studi dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan perspektif *Identity Management Theory* (IMT) yang dikemukakan oleh Cupach dan Imahori, serta konsep dramaturgi Erving Goffman untuk memahami bagaimana identitas dinegosiasikan, dibentuk, dan ditampilkan dalam ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif melakukan pengelolaan identitas digital melalui berbagai strategi, seperti seleksi dan kurasi konten, pembentukan citra diri (*self-presentation*), negosiasi dengan audiens, serta praktik *face* dan *facework digital*. Mahasiswa cenderung menampilkan sisi positif, estetik, dan menarik dari kehidupannya di Instagram, sementara aspek yang bersifat pribadi, negatif, atau kurang menarik disembunyikan. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi pengelolaan identitas meliputi audiens, norma sosial, fitur teknologi Instagram, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta kesadaran terhadap privasi. Dengan demikian, terdapat perbedaan yang jelas antara identitas dalam layar sebagai "*front stage*" dan kehidupan nyata sebagai "back stage", yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang pertunjukan sosial sekaligus ruang negosiasi identitas.

***Kata kunci*:** Pengelolaan Identitas, Instagram, Mahasiswa Sosiologi, Identitas Digital, Front Stage dan Back Stage.

ABSTRACT

This study examines Instagram not only as a medium of communication but also as a space for self-representation that enables individuals to construct a particular image in front of their audience. This research aims to analyze students' identity management strategies, understand how self-image is constructed, and examine the factors influencing the differences between on-screen identity and off-screen reality. This study employs a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques include non-participant observation, in-depth interviews with six informants, and documentation studies. Data analysis is conducted through data reduction, data display, and conclusion drawing. This research applies the perspective of Identity Management Theory (IMT) proposed by Cupach and Imahori, as well as Erving Goffman's dramaturgical concept to understand how identity is negotiated, constructed, and presented in digital spaces. The results show that students actively manage their digital identities through various strategies, such as content selection and curation, self-presentation, audience negotiation, as well as face and facework practices. Students tend to display the positive, aesthetic, and appealing aspects of their lives on Instagram, while personal, negative, or less appealing aspects are often concealed. The factors influencing identity management include audience, social norms, Instagram's technological features, the need for social recognition, and privacy awareness. Thus, there is a clear distinction between on-screen identity as the "front stage" and real-life identity as the "back stage," indicating that social media functions as both a space for social performance and a site of identity negotiation.

Keywords: *Identity Management, Instagram, Sociology Students, Digital Identity, Front Stage and Back Stage.*