

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kebiasaan yang banyak dilakukan oleh masyarakat adalah merokok. Merokok menjadi kegiatan yang banyak dilakukan oleh orang-orang di setiap tempat. Baik itu di lingkungan tempat rekreasi, restoran, taman kota, rumah, dan lain-lain. Selain itu, rentan usia para perokok pun beragam. Umumnya kegiatan merokok dilakukan oleh para remaja hingga dewasa (Abidin, 2022). Akan tetapi, saat ini bukan menjadi rahasia umum lagi bahwa kegiatan merokok bisa dilakukan oleh anak dibawah umur. Hal ini juga dilatar belakangi oleh banyak faktor, salah satunya adalah faktor lingkungan. Lingkungan pertemanan dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan sesuatu atau sebuah tindakan. Adapun kegiatan merokok ini bersifat adiktif (Ramadhan, 2023). Artinya, seseorang yang merokok akan merasakan efek kecanduan dalam jangka panjang dan cenderung sulit untuk menghentikan kecanduan tersebut. Selain itu dilihat dari sisi kesehatan merokok juga kurang baik khususnya bagi pernapasan. Merokok dapat memberikan resiko kanker paru-paru.

Salah satu negara yang memiliki jumlah perokok yang tergolong banyak adalah Indonesia. Berdasarkan dari kalkulasi catatan statis, sampai tahun 2021 terdapat sekitar 112 juta perokok di Indonesia dan bahkan di proyeksikan akan bertambah menjadi 123 juta orang di tahun 2030 mendatang (Subagya, 2023). Hal ini juga diikuti dengan fakta bahwa kian hari jumlah perokok cenderung semakin bertambah. Salah satu yang menjadi alasannya yaitu karena lebih mudah untuk mengenal rokok dibanding melepaskan kebiasaan merokok. Adapun menurut Riset Kesehatan Dasar yang dinyatakan pada tahun 2013 mengatakan bahwa kecenderungan merokok di Indonesia tergolong tinggi, terlebih pada kaum laki-laki. Meskipun tidak menutup fakta bahwa kebiasaan merokok juga banyak dilakukan oleh kaum perempuan. Meskipun kebiasaan merokok banyak dilakukan oleh banyak orang, namun tidak dapat menutup fakta bahwa sebenarnya kegiatan

merokok lebih banyak mendatangkan dampak negatif, terlebih jika dilakukan oleh remaja akan memberikan resiko aneurisma otak.

Seiring dengan perkembangan zaman, terdapat jenis baru dari rokok yaitu rokok elektrik. Rokok elektrik biasa juga disebut dengan *Vape*. *Vape* merupakan jenis rokok yang membutuhkan baterai yang berbentuk tabung dengan isi kandungan nikotin, perasa buah dan berbagai kandungan kimia lainnya (Rosyid, 2020). Adapun kegiatan pemakaian rokok elektrik ini disebut dengan *vaping*. Di zaman modern seperti sekarang ini, kita akan sangat mudah menemui dan melihat para remaja dan dewasa melakukan *vaping*. Selain itu *Vape* atau rokok elektrik terbilang mudah untuk ditemukan dan dibeli karena penjualannya tersebar di berbagai tempat baik secara langsung melalui toko fisik maupun secara *online* melalui *internet*. Hal ini membuat kian hari peminat rokok elektrik semakin meningkat.

Di Indonesia sendiri, peminat rokok elektrik cukup membludak, terlebih pada kaum dewasa. Desainnya yang menarik, mudah dibawa kemana saja dan memiliki rasa-rasa yang unik juga menjadi alasan mengapa para remaja dan dewasa menyukai kegiatan *vaping*. Seiring dengan berjalannya waktu, kegiatan *vaping* ini secara tidak langsung turut menjadi gaya hidup dan seakan-akan menjadi sesuatu yang dianggap keren dan bergaya. Menurut beberapa sumber dan berdasarkan riset yang telah dilakukan, sebagian pengguna *Vape* atau rokok elektrik menganggap *Vape* yang lebih aman dan dapat menjadi pengganti rokok berbahan dasar tembakau sehingga para pengguna rokok tembakau banyak yang beralih menjadi pengguna *Vape* meskipun terdapat penelitian yang membuktikan bahwa rokok elektrik mengandung bahan kimia yang cukup berbahaya jika dikonsumsi secara berlanjut.

Fenomena penggunaan *Vape* di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari perkembangan budaya populer dan arus globalisasi. Produk konsumsi yang awalnya hadir sebagai alternatif rokok tembakau kini mengalami pergeseran makna menjadi simbol gaya hidup modern. Hal ini selaras dengan pandangan Baudrillard (1998) yang menjelaskan bahwa konsumsi tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan praktis, tetapi juga menjadi sarana untuk menunjukkan identitas dan status sosial. *Vape*, dengan desain yang unik, harga yang relatif mahal, serta

kemunculannya dalam berbagai komunitas *online*, menjelma sebagai tanda sosial yang mengonstruksi citra tertentu bagi para penggunanya.

Perkembangan teknologi digital semakin memperkuat proses tersebut. Media sosial seperti *Facebook*, Instagram, maupun TikTok menjadi ruang di mana individu dapat menampilkan dirinya sesuai dengan identitas yang ingin ditunjukkan. Dalam konteks ini, aktivitas mengunggah foto maupun video tentang *Vape* bukan lagi sekadar berbagi pengalaman pribadi, melainkan bagian dari praktik representasi diri. Goffman (1959) melalui teori dramaturginya menyebut hal ini sebagai *front stage*, di mana aktor berusaha menampilkan citra terbaiknya di hadapan publik. Selain itu, peningkatan jumlah pengguna *Vape* juga tercermin dari data riset nasional. Survei *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) tahun 2021 mencatat adanya tren kenaikan penggunaan rokok elektrik di kalangan remaja dan dewasa muda. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia bahkan merilis peringatan bahwa prevalensi pengguna *Vape* naik lebih dari dua kali lipat dalam lima tahun terakhir. Fakta ini menunjukkan bahwa *Vape* tidak hanya sekadar fenomena konsumsi sesaat, melainkan sudah menjadi bagian dari dinamika sosial yang memengaruhi pola interaksi masyarakat, khususnya generasi muda.

Seiring berjalannya waktu, kita dapat menemukan eksistensi dari berbagai perkumpulan atau komunitas di sosial media. Media sosial memberikan sedikitnya tiga manfaat bagi komunitas, yaitu sebagai berikut.

Pertama, media sosial dapat menjadi sarana untuk para anggota komunitas dapat saling berbagi informasi terbaru seputar hobi dan fokus dari komunitas mereka, bahkan dapat pula untuk menambah wawasan di bidangnya.

Kedua, media sosial dapat menjadi hiburan bagi anggota komunitas. Di media sosial, para anggota komunitas dapat berbagi unggahan yang lucu atau bahkan berinteraksi sebagai cara untuk menghilangkan penat dan sebagai hiburan diluar kesibukan sehari-hari.

Ketiga, media sosial dapat menjadi sarana yang dapat menggerakkan anggota komunitas untuk merencanakan sebuah pertemuan dan bersosialisasi satu sama lain (Tubba, 2023).

Maka dari itu, secara tidak langsung media sosial memiliki peran yang cukup penting dalam mempertahankan komunikasi dan silaturahmi antar anggota komunitas.

Layaknya perkumpulan berbagai hobi tertentu contohnya seperti perkumpulan pesepeda, perkumpulan pengguna moge (motor gede), perkumpulan pedagang, dan lain-lain, para pengguna rokok elektrik (*Vape*) juga memunculkan eksistensinya di media sosial. Namun sehubungan dengan pemikiran masyarakat yang menganggap penggunaan rokok elektrik atau *Vape* itu keren dan dianggap sebagai gaya dalam mengikuti trend, tidak jarang sebagian masyarakat menganggap keberadaan komunitas pengguna rokok elektrik atau *Vape* di media sosial sebagai bentuk *flexing*. *Flexing* merupakan sebuah tindakan yang merujuk pada sesuatu yang dilakukan untuk memamerkan benda yang dimiliki di ranah publik agar diketahui dan dilihat oleh banyak orang (Komarudin, 2023).

Komunitas pengguna rokok elektrik atau *Vape* di media sosial salah satunya dapat ditemui di *Facebook*. *Facebook* adalah sebuah platform media sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan info terkini, status, gambar, bahkan hingga video. Di media sosial *Facebook*, kita dapat berteman dengan siapa saja, baik itu teman sekolah, teman kantor, keluarga, dan relasi lainnya. Selain itu tentunya kita dapat bergabung atau membuat komunitas terkait bidang tertentu yang kita sukai. Maka dari itu komunitas pengguna rokok elektrik dapat ditemukan di *Facebook*.

Fenomena penggunaan media sosial di era digital telah mengubah secara mendasar cara manusia berinteraksi. Jika pada masa lalu komunikasi lebih banyak dilakukan secara tatap muka, kini sebagian besar interaksi berpindah ke ruang virtual. Perkembangan ini didukung oleh penetrasi internet yang semakin luas dan kepemilikan perangkat telepon pintar yang semakin merata di masyarakat. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 210 juta orang, dengan sekitar 167 juta di antaranya aktif menggunakan media sosial. Angka ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna media sosial terbanyak di dunia. Media sosial pada akhirnya tidak hanya berfungsi sebagai

sarana komunikasi, tetapi juga menjadi arena representasi diri. Individu menggunakan media sosial untuk menampilkan citra yang ingin dilihat oleh orang lain. Foto, tulisan, video, maupun interaksi dalam bentuk komentar dan likes menjadi medium untuk mengonstruksi identitas. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar teknologi, melainkan ruang simbolik di mana individu menegosiasikan siapa dirinya di hadapan publik.

Dalam konteks ini, Facebook menjadi salah satu platform yang memiliki peran penting. Sejak hadir di Indonesia sekitar tahun 2008, Facebook berkembang pesat dan menjadi wadah berbagai aktivitas sosial, mulai dari berbagi informasi, menjalin relasi, hingga membentuk komunitas daring. Komunitas-komunitas ini memperlihatkan bagaimana orang-orang dengan minat yang sama dapat berkumpul, berinteraksi, serta membangun rasa kebersamaan tanpa harus bertemu secara langsung. Hal ini sejalan dengan pandangan sosiologi mengenai komunitas virtual sebagai bentuk baru solidaritas sosial di era modern. Lebih jauh, kehadiran media sosial juga melahirkan dinamika baru dalam kehidupan sosial masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Identitas sosial yang dulu hanya dibentuk melalui interaksi tatap muka kini juga dikonstruksi melalui ruang digital. Dengan kata lain kehidupan offline dan online tidak lagi bisa dipisahkan secara tegas, karena keduanya saling memengaruhi. Apa yang ditampilkan di media sosial sering kali memengaruhi cara seseorang dipandang di lingkungan nyata, begitu pula sebaliknya.

Dalam perspektif sosiologi, fenomena ini relevan untuk dikaji karena memperlihatkan bagaimana identitas merupakan hasil dari proses sosial. Goffman melalui teori dramaturginya menegaskan bahwa kehidupan sosial ibarat pertunjukan teater, di mana setiap individu berperan sebagai aktor yang berusaha menampilkan diri di hadapan audiens. Media sosial, termasuk Facebook, menjadi panggung baru yang memperluas jangkauan audiens sekaligus menambah kompleksitas dalam pengelolaan kesan (*impression management*).

Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih jauh bagaimana representasi diri terbentuk dalam komunitas daring di media sosial. Penelitian ini berupaya

menjawab bagaimana para aktor menampilkan citra dirinya, apa motivasi yang mendorong mereka melakukannya, serta bagaimana perbedaan antara identitas yang dipertunjukkan di ruang digital dengan kenyataan sehari-hari yang mereka jalani. Dengan mengkaji fenomena ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai dinamika sosial di era digital, khususnya terkait konstruksi identitas dan representasi diri di media sosial.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka Peneliti berusaha untuk merumuskan identifikasi masalah dari topik yang telah ditentukan yaitu adanya representasi aktor pada komunitas pengguna rokok elektrik atau *Vape* di media sosial *Facebook* yang merujuk pada tindakan *flexing* atau tindakan yang bermaksud untuk memamerkan benda yang dimiliki kepada khalayak umum. Dalam penelitian ini, Peneliti akan meneliti maksud dari komunitas pengguna *Vape* mengenai tindakan membagikan berbagai unggahan rokok elektrik atau *Vape* yang dimilikinya,

Dari paparan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi bahwa masalah utama bukan hanya sekadar maraknya penggunaan *Vape*, tetapi juga bagaimana media sosial memperkuat citra yang ingin ditampilkan oleh para penggunanya. Identitas yang dipresentasikan sering kali tidak sepenuhnya sama dengan realitas yang dijalani di kehidupan sehari-hari. Hal ini menimbulkan perdebatan: apakah komunitas pengguna *Vape* di media sosial murni sebagai wadah berbagi informasi, atautkah lebih dominan sebagai arena *flexing* gaya hidup?

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan beberapa masalah yang akan dibahas, yakni:

1. Bagaimana latar belakang anggota komunitas pengguna *Vape* masuk ke dalam komunitas *Vape*?
2. Apa tujuan para anggota komunitas pengguna *Vape* dalam mengunggah aktivitas *vaping* ke media sosial *Facebook*?

3. Bagaimana pandangan dari para anggota komunitas pengguna *Vape* di *Facebook* mengenai orang-orang yang menganggap komunitas *Vape* bermaksud untuk *flexing*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut merupakan beberapa tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui latar belakang anggota komunitas pengguna *Vape* masuk ke dalam komunitas *Vape*.
2. Untuk mengetahui tujuan para anggota komunitas pengguna *Vape* dalam mengunggah aktivitas *vaping* ke media sosial *Facebook*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan dari para anggota komunitas pengguna *Vape* di *Facebook* mengenai orang-orang yang menganggap komunitas *Vape* bermaksud untuk *flexing*.

E. Kegunaan Penelitian

Berikut ini merupakan pemaparan dari dua jenis kegunaan penelitian berlandaskan dari rumusan masalah yang telah disusun diatas:

1. Kegunaan Teoretis

Kegunaan teoretis atau dikenal juga dengan sebutan kegunaan akademis adalah kegunaan penelitian sebagai pengembangan ilmu. Sehingga kegunaan teoretis ini bisa memajukan ilmu yang tengah diteliti melalui segi teoretis. Teori yang dipakai tentunya berbasis dari Peneliti sebelumnya. Adapun kegunaan teoretis ini memiliki fungsi untuk memaparkan jika teori yang digunakan masih relevan untuk penelitian yang sedang diteliti, relevan secara general, atau bahkan tidak relevan (Gani, 2023). Oleh karena itu penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberi manfaat dalam memajukan pengetahuan dan ilmu dalam kajian ilmu sosial khususnya untuk ilmu Sosiologi yang berkaitan dengan topik representasi aktor di media sosial. Peneliti juga berharap agar penelitian ini bisa menambah pandangan bagi para pembaca mengenai representasi aktor di media sosial pada lingkungan yang mencakup anggota komunitas *Vape* di media sosial *Facebook*.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis merupakan kegunaan yang memberikan manfaat untuk menyelesaikan masalah praktis. Umumnya masalah praktis tidak hanya dapat bermanfaat untuk sekedar satu subjek saja, melainkan untuk banyak subjek (Zamzam, 2018). Maka dari itu, secara praktis Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menambah wawasan Peneliti tentang tindakan sosial masyarakat pendatang di suatu daerah. Selain daripada itu, Peneliti juga memiliki harapan agar di masa yang akan datang penelitian ini dapat memberikan interpretasi kepada khalayak bahwa sejatinya kita perlu mementingkan penyesuaian diri atau adaptasi yang baik dengan tempat dimana kita tinggal. Jika kita ingin berpindah ke daerah orang lain, maka kita perlu mengikuti aturan yang ada disana pula agar tidak menyulitkan pada salah satunya masalah administratif.

3. Kegunaan Reflektif

Selain manfaat teoretis dan praktis yang sudah dijelaskan, penelitian ini juga memiliki kegunaan reflektif. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat memahami bahwa praktik representasi di media sosial bukan sekedar kegiatan individual, melainkan sebuah fenomena sosial yang melibatkan nilai, norma, serta konstruksi identitas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi dalam diskursus tentang budaya digital dan gaya hidup kontemporer di Indonesia.

F. Kerangka Pemikiran

Merokok adalah kegiatan yang banyak dilakukan oleh sebagian orang di berbagai penjuru dunia. Merokok juga menjadi kebiasaan yang dipandang keren, dewasa, dan mengikuti *trend*. Selain dilihat sebagai sesuatu yang keren, kegiatan merokok juga dianggap dapat memberikan rasa tenang bagi para penggunanya. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa para pengguna rokok cenderung akan kecanduan dan sulit untuk menghilangkan kebiasaan tersebut. Hal ini juga dibuktikan dengan fakta bahwa kian hari pengguna rokok jumlahnya kian bertambah. Rokok juga mudah dicari dimana-mana mulai dari toko fisik maupun toko yang berbasis *online*. Selain itu, variasi rokok juga sangat beragam dan

memberikan rasa yang berbeda di setiap mereknya. Hal ini juga yang menjadi daya tarik para perokok untuk tetap membeli rokok.

Seiring dengan berjalannya waktu, muncul bentuk baru dari rokok, yaitu rokok elektrik atau *Vape*. Rokok elektrik merupakan sebuah jenis baru rokok yang pemakaiannya dapat untuk jangka panjang. Rokok elektrik juga perlu diisi dengan cairan yang bernama *liquid*. *Liquid* yang menjadi cairan isi dari *Vape* ini memiliki rasa yang beragam. Selain itu rasa-rasanya pun sangat unik. Sama seperti rokok biasa, rokok elektrik juga penjualannya sangat mudah untuk dicari. Setiap orang dapat membeli rokok elektrik baik dari toko fisik maupun toko *online*. Seiring dengan berjalannya waktu, pengguna rokok elektrik mulai banyak diminati oleh mayoritas kaum remaja hingga kaum dewasa. Pengguna *Vape* disebut juga sebagai *vaporizer*. Tidak hanya laki-laki, bahkan kaum perempuan juga banyak yang menggunakan *Vape*. Kegiatan menghisap *Vape* juga disebut sebagai *vaping*. Umumnya, kegiatan *vaping* banyak dilakukan pada saat berkumpul dengan teman-teman di area terbuka baik itu di *coffee shop*, taman, dan berbagai ruang publik lainnya.

Karena sebagian pola pikir masyarakat yang menganggap bahwa rokok elektrik ini menjadi suatu *trend* yang keren dan kekinian, maka bukan sesuatu yang aneh bila saat ini kita banyak menemukan orang-orang yang cenderung dianggap narsistik atau ingin banyak dilihat orang akan penggunaan rokok elektrik ini. Salah satu bentuk dari hal tersebut yaitu banyaknya pengguna rokok elektrik yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk saling berbagi momen dan unggahan saat sedang menggunakan rokok elektrik atau *Vape* ini. Bahkan saat ini banyak juga komunitas pecinta *Vape* atau rokok elektrik yang kita temui di media sosial.

Kehidupan manusia di era modern seperti sekarang ini tidak dapat terlepas dari media sosial. Seiring dengan berkembangnya zaman pengguna media sosial pun kian meningkat. Hal ini bukan tanpa alasan, namun karena media sosial menjadi sarana yang sangat luas untuk setiap orang dapat mengekspresikan dirinya. Hal inilah yang terjadi pada para *vaporizer* di media sosial. Mereka merasa bebas mengekspresikan dirinya sebagai pecinta rokok elektrik. Berbagai unggahan yang

dibagikan juga dapat berupa foto dan video. Selain itu, adanya komunitas pengguna *Vape* juga memberikan ruang bagi para anggotanya untuk saling berinteraksi dan mengenal satu sama lain. Namun dengan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh komunitas pengguna *Vape* ini, tidak banyak yang menganggap bahwa yang mereka lakukan itu tergolong *flexing*. *Flexing* diartikan juga sebagai kegiatan pamer.

Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya penggunaan *Vape* di kalangan remaja dan dewasa muda di Indonesia. *Vape* tidak hanya dipandang sebagai pengganti rokok konvensional, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup modern yang ditampilkan melalui media sosial. Fenomena tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana representasi diri para pengguna *Vape* dibangun dan dipertunjukkan, khususnya dalam komunitas daring seperti *Facebook*. Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman. Teori ini memandang kehidupan sosial sebagai panggung teater, di mana individu berperan sebagai aktor yang menampilkan diri di hadapan audiens. Konsep *front stage* digunakan untuk menjelaskan bagaimana anggota komunitas *Vape* menampilkan citra diri di media sosial, sementara konsep *back stage* digunakan untuk melihat realitas di balik pertunjukan tersebut.

Fenomena sosial yang kian menonjol di era digital, yaitu meningkatnya penggunaan media sosial sebagai ruang interaksi sekaligus sarana representasi diri. Media sosial menghadirkan ruang baru di mana individu tidak hanya berkomunikasi, tetapi juga menampilkan dirinya dalam bentuk simbol, gambar, maupun narasi yang telah dipilih secara sadar. Dalam konteks komunitas daring, media sosial memungkinkan terbentuknya identitas kolektif yang berbeda dari realitas sehari-hari. Fenomena ini menjadi semakin menarik ketika dikaitkan dengan komunitas pengguna produk tertentu yang sedang berkembang di kalangan generasi muda. Komunitas daring tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbagi informasi, tetapi juga menjadi arena pertunjukan sosial. Di ruang ini, individu membentuk citra yang ingin diperlihatkan kepada audiensnya, baik dengan menonjolkan gaya hidup, kepemilikan barang, maupun aktivitas yang dianggap bernilai.

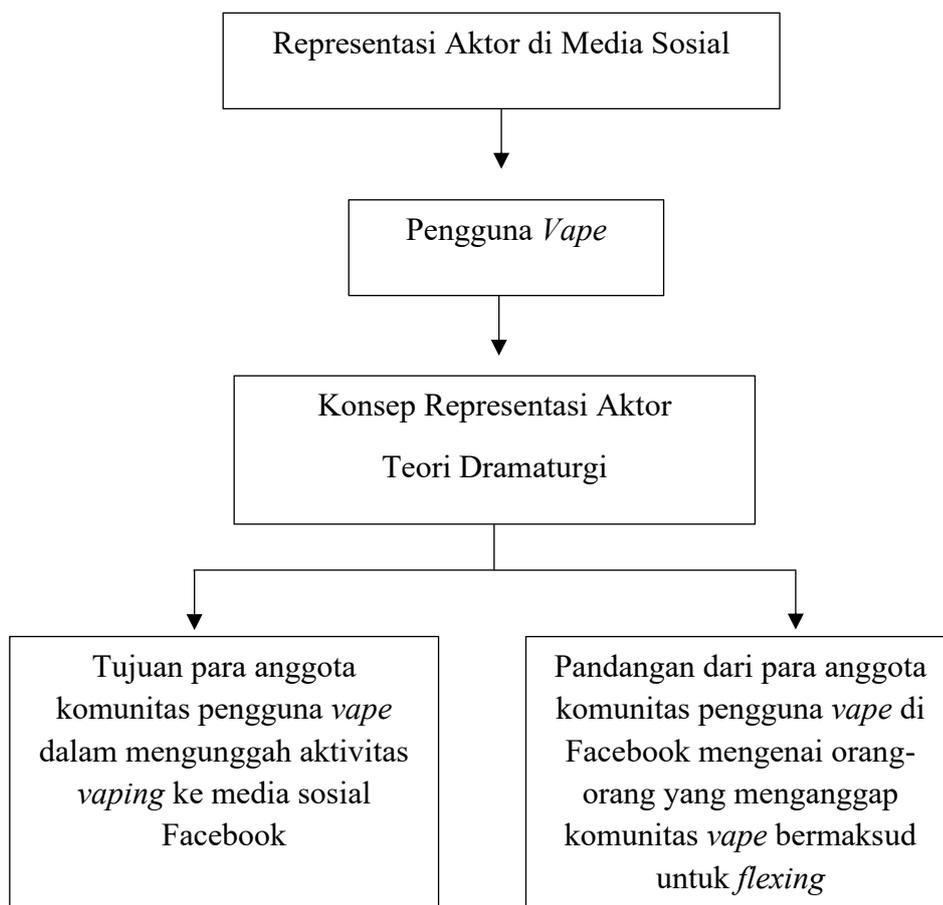
Untuk memahami proses tersebut, penelitian ini menggunakan teori dramaturgi dari Erving Goffman. Melalui perspektif dramaturgi, interaksi sosial dipahami sebagai sebuah pertunjukan teater. Individu dipandang sebagai aktor yang berusaha mengelola kesan di hadapan audiens. Konsep front stage menjelaskan bagaimana individu menampilkan citra diri yang telah dipersiapkan, sementara back stage menggambarkan realitas yang tidak selalu ditampilkan ke publik.

Dengan demikian, teori dramaturgi memberi kerangka analisis yang kuat untuk mengungkap perbedaan antara identitas yang ditampilkan di media sosial dan kondisi nyata yang dijalani oleh aktor. Kerangka pemikiran penelitian ini menempatkan media sosial sebagai panggung modern di mana proses pertunjukan diri berlangsung. Anggota komunitas tidak hanya bertukar informasi, tetapi juga melakukan impression management agar dipandang sesuai dengan identitas yang mereka inginkan. Identitas yang dibangun di ruang digital tersebut pada gilirannya memberi dampak terhadap cara individu memandang dirinya sendiri, bahkan memengaruhi hubungan sosial di dunia nyata.

Dengan alur pemikiran tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah tentang bagaimana aktor menampilkan diri di media sosial, apa motivasi yang melatarbelakanginya, serta bagaimana identitas yang ditampilkan berbeda dengan kenyataan sehari-hari. Kerangka pemikiran ini sekaligus menegaskan bahwa penelitian tidak hanya bertujuan menggambarkan aktivitas komunitas daring, tetapi juga untuk memahami proses konstruksi identitas sosial dalam konteks budaya digital.

Adapun konsep mengenai persoalan diatas yang akan dibahas dalam penelitian ini menggunakan teori dramaturgi. Teori Dramaturgi digagas oleh Erving Goffman. Teori Dramaturgi merupakan suatu teori yang mendeskripsikan orang-orang yang tidak menunjukkan apa adanya mereka di tengah lingkungan sosial. Manusia berkeinginan untuk menunjukkan penampilan terbaiknya untuk mendapatkan penilaian citra yang baik pula ditengah kehidupan sosial baik itu kepada rekan kerja, kepada teman-teman, kepada keluarga besar, teman-teman di media sosial, dan lain sebagainya. Menurut Erving Goffman, kehidupan sosial terbagi menjadi dua, yakni “bagian depan” dan “bagian belakang”.

Menurut Teori Dramaturgi, bagian depan diasumsikan sebagai panggung sandiwara depan atau disebut juga sebagai *front stage*. *Front stage* adalah tempat pertunjukan atau panggung yang meliputi bagian pertunjukan atas bagaimana seseorang terlihat dan juga gaya. Pada panggung ini seseorang menciptakan dan menampilkan sosok sempurna dari identitas yang akan ditonjolkan dalam kegiatan interaksi di lingkungan sosialnya. Mengenai fenomena adanya komunitas pengguna *Vape* atau *vaporizer* yang dianggap sebagai perilaku *flexing* oleh sebagian masyarakat, maka Peneliti berusaha meneliti untuk menjawab pertanyaan tentang apa sebenarnya maksud dan tujuan dari para anggota komunitas tersebut membuat komunitas pengguna *Vape* di media sosial *Facebook*.



Gambar 1. 1
Skema Konseptual Kerangka Berpikir