

Peran Identitas Daring dalam Pembentukan Citra Diri Remaja di Instagram: Sebuah Analisis Naratif

Riki Febriansyah^{1*}, Nur Laila Isnatun Khotimah², Diah Natasya³, Konto Iskandar Dinata⁴
^{1,2,3,4}Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

*e-mail: 2220901092@radenfatah.ac.id¹, 220901109@radenfatah.ac.id², 220901103@radenfatah.ac.id³, kontoiskandardinata_uin@radenfatah.ac.id⁴

Abstract: *This qualitative-interpretative study aims to analyze the narrative strategies employed by adolescents in constructing their online identity on Instagram and to explain the role of this narrative construction in the formation, reinforcement, or disruption of their internal self-image. Using a phenomenological method, data were collected from two active adolescent Instagram users (ages 16-20) in Palembang through in-depth semi-structured interviews, direct account observation, and visual documentation. The primary analysis technique involved Moustakas's phenomenological approach (Epoche, reduction, essence description), complemented by the Miles and Huberman model for data reduction and presentation, with data trustworthiness secured via triangulation and member checking. The results show that adolescent digital identity is formed through conscious self-curation and strategic privacy management, which directly affects their self-image negotiation with social validation. One subject maintained consistency with filtering, while the other built an idealized, more confident persona, leading to high dependence on external validation (likes) and increased susceptibility to social comparison and perfectionism pressures.*

Keywords: *Adolescents, Online Identity, Self-Image, Instagram, Narrative, Social Validation.*

Abstrak: Studi kualitatif-interpretatif ini menganalisis strategi naratif yang digunakan remaja dalam membangun identitas daring mereka di Instagram dan mengkaji perannya dalam membentuk, memperkuat, atau menggoyahkan citra diri internal mereka. Dengan menggunakan metode fenomenologis, data dikumpulkan dari dua remaja pengguna Instagram aktif (usia 16 hingga 20 tahun) di Palembang melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi akun, dan dokumentasi visual. Teknik analisis utama didasarkan pada pendekatan fenomenologis Moustakas (zaman, reduksi, deskripsi esensi), yang didukung oleh model reduksi dan penyajian data Miles dan Huberman. Validitas data dipastikan melalui triangulasi dan verifikasi dengan partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas digital anak muda dibentuk oleh pengelolaan diri yang sadar dan manajemen privasi data yang strategis, yang secara langsung memengaruhi negosiasi citra diri dalam konteks pengakuan sosial. Satu partisipan menunjukkan konsistensi dalam menyaring konten, sementara yang lain membangun persona ideal yang lebih percaya diri, yang menyebabkan ketergantungan yang kuat pada validasi eksternal (suka) dan kerentanan yang lebih besar terhadap perbandingan sosial dan tekanan untuk menjadi sempurna.

Kata kunci: Identitas Daring, Citra Diri, Instagram, Remaja, Validasi Sosial.

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah menjadikan media sosial sebagai ruang sentral interaksi sosial generasi muda (Van Dijck, 2013). Instagram, yang kini menjadi platform dominan di kalangan remaja, tidak lagi sekadar medium berbagi foto, tetapi telah bertransformasi menjadi arena naratif tempat identitas daring dinegosiasikan dan dipertunjukkan (Papacharissi, 2011). Pada tahap remaja fase perkembangan yang sarat eksplorasi dan ketidakstabilan identitas (Erikson, 1968). Media sosial menyediakan panggung performatif bagi individu untuk membangun dan mengkurasi representasi diri melalui narasi visual dan teks (Goffman, 1959; Hogan, 2010). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram berkaitan dengan perbandingan sosial, internalisasi standar ideal, dan evaluasi diri, yang berperan dalam pembentukan citra diri remaja (Veldhuis et al., 2020; Vaterlaus et al., 2021). Selain itu, umpan balik sosial seperti likes dan komentar berfungsi sebagai bentuk validasi eksternal yang dapat memperkuat atau mengganggu persepsi diri remaja (Sherman et al., 2020; Yang & Robinson, 2022). Dengan demikian, identitas daring bukan hanya representasi digital, tetapi mekanisme dinamis yang membentuk cara remaja memahami nilai diri, keberterimaan sosial, dan citra diri yang terinternalisasi.

Meskipun kajian mengenai media sosial dan identitas telah banyak dilakukan, masih terdapat celah pengetahuan yang signifikan, khususnya dalam memahami secara mendalam peran naratif dari identitas daring di konteks Instagram (Marwick & Boyd, 2011). Sebagian besar studi terdahulu berfokus pada dampak psikologis umum, hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan kesejahteraan, atau analisis kuantitatif mengenai pola penggunaan. Namun, penelitian mutakhir menekankan bahwa konstruksi identitas daring bersifat jauh lebih kompleks, bersandar pada praktik kurasi diri, pengelolaan impresi, dan negosiasi makna melalui narasi visual yang berulang (Barry et al., 2022; Yang et al., 2021). Oleh karena itu, urgensi penelitian ini terletak pada perlunya pendekatan yang lebih kualitatif dan kontekstual yakni analisis naratif untuk mengungkap bagaimana remaja secara aktif menyusun “cerita” tentang diri mereka melalui unggahan, fitur stories, caption, hingga interaksi performatif dalam komentar dan DM di Instagram.

Di sisi lain, perkembangan teknologi dan algoritma platform menuntut pembaruan terhadap teori-teori klasik tentang presentasi diri. Algoritma Instagram yang semakin personalisasi dapat memengaruhi cara remaja memaknai visibilitas dan audiens (Bucher, 2012), sementara mekanisme validasi sosial seperti likes, followers, dan engagement kini berfungsi sebagai mata uang sosial nyata yang memengaruhi pembentukan citra diri remaja (Bohnert & Ross, 2019; Valkenburg et al., 2022). Dengan memusatkan perhatian pada narasi, penelitian ini tidak hanya merespons kebutuhan akademik untuk memutakhirkan teori, tetapi juga berupaya menghasilkan temuan state of the art yang menggambarkan proses kognitif, emosional, dan strategis di balik manajemen citra diri digital remaja dalam ekosistem media sosial yang semakin kompetitif dan algoritmis.

Konsep sentral dalam penelitian ini adalah interaksi antara online identity dan citra diri. Online identity dapat dipahami sebagai representasi diri yang dikonstruksi secara sadar, terkurasi, dan strategis di lingkungan digital, seringkali merujuk pada konsep self-presentation (Hogan, 2010). Sementara itu, citra diri (self-image) adalah persepsi dan keyakinan internal individu tentang dirinya, yang secara tradisional dibentuk melalui umpan balik sosial di dunia nyata. Namun, pada platform visual-sentris seperti Instagram, batas antara realitas dan representasi menjadi semakin kabur. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa remaja semakin mempraktikkan curated identity menyaring, memilih, dan mengedit konten untuk menampilkan versi diri yang paling ideal (Barry et al., 2022). Praktik idealized self-presentation ini, sebagaimana juga dicatat Manago et al. (2008), memunculkan dinamika psikologis baru ketika narasi diri yang dipublikasikan tidak lagi sepenuhnya mencerminkan pengalaman otentik mereka.

Dalam konteks naratif, hal ini menimbulkan pertanyaan penting: bagaimana “cerita” ideal yang mereka bangun memengaruhi citra diri internal? Studi terkini menemukan bahwa representasi diri yang sangat dikurasi dapat menciptakan digital self-discrepancy, yaitu jarak antara diri ideal yang ditampilkan secara online dan diri nyata, yang kemudian memengaruhi kepuasan diri dan kesejahteraan emosional (Kleemans et al., 2023). Selain itu, paparan terus-menerus terhadap representasi sosial yang ideal di Instagram juga memperkuat social comparison (Choukas-Bradley et al., 2019; Valkenburg et al., 2022), yang berpotensi menimbulkan kecemasan, kerentanan emosional, dan disonansi identitas, sebagaimana diungkapkan oleh Fardouly & Vartanian (2016). Dengan demikian, hubungan antara online identity dan citra diri remaja tidak hanya bersifat statis, tetapi merupakan proses naratif dan psikologis yang terus dinegosiasikan dalam ruang digital.

Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kualitatif-interpretatif melalui wawancara mendalam dan analisis konten naratif meliputi narasi visual, tekstual, dan interaktif yang dihasilkan oleh pengguna aktif Instagram pada usia dewasa awal. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap sudut pandang emik mengenai bagaimana individu membentuk strategi presentasi diri serta memaknai respons audiens (seperti komentar dan likes) sebagai umpan balik yang kemudian diinternalisasi dalam citra diri mereka. Tujuan penelitian mencakup analisis mendalam terhadap strategi naratif identitas daring yang dibangun remaja serta penjelasan mengenai peran konstruksi naratif tersebut dalam pembentukan, penguatan, atau bahkan

disrupsi citra diri. Sebagai hipotesis kerja, penelitian ini berasumsi bahwa semakin besar kesesuaian antara identitas daring yang ditampilkan remaja dengan citra diri ideal mereka, semakin stabil dan positif citra diri internal yang terbentuk, meskipun proses ini tetap berpotensi menimbulkan tekanan perfeksionisme untuk selalu tampil sempurna.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif remaja dalam menggunakan platform Instagram sebagai media pembentukan identitas diri dan pengakuan sosial. Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivisme, di mana realitas identitas dianggap sebagai hasil interpretasi dan konstruksi sosial individu dalam lingkungan digital (Moleong, 2002 dan Sugianto, 2015). Subjek penelitian dipilih secara purposif sebanyak dua remaja berusia 16-20 tahun di Kota Palembang, dengan kriteria keaktifan intensif menggunakan Instagram selama minimal satu tahun dan keterlibatan interaksi digital yang tinggi. Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi teknik, mencakup observasi langsung akun partisipan, wawancara mendalam semi-terstruktur, dan dokumentasi visual berupa tangkapan layar unggahan dan interaksi.

Analisis data utama mengacu pada pendekatan fenomenologis klasik oleh Moustakas (1994), dimulai dari tahap *Epoche* (pengesampingan prasangka), dilanjutkan reduksi fenomenologis untuk mengidentifikasi makna esensial narasi, dan diakhiri dengan deskripsi esensi pengalaman. Proses analisis ini didukung oleh model Miles dan Huberman (1992) untuk reduksi dan penyajian data secara sistematis. Keabsahan data dijamin melalui penerapan empat kriteria Lincoln dan Guba (1985), yaitu *Kredibilitas* (melalui triangulasi dan *member checking*), *Transferabilitas* (deskripsi konteks rinci), *Dependabilitas* (audit trail), dan *Konfirmabilitas*, memastikan temuan merepresentasikan struktur makna inti pengalaman identitas digital remaja secara utuh dan terpercaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian disusun berdasarkan analisis naratif terhadap dua informan remaja pengguna aktif dari Instagram, dengan inisial O dan R. Keduanya memberikan gambaran mengenai pengalaman yang memiliki perbedaan, namun menjadi suatu kesatuan bagaimana *online identity* dibentuk, dan peran Instagram sebagai ruang utama dalam mengonstruksi serta mempertahankan citra diri mereka sebagai remaja.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan saudari O, menyatakan bahwa identitas dirinya pada Instagram, tidak memiliki perbedaan dengan dirinya ketika di dunia nyata. Namun, O menekankan bahwa dirinya tetap harus melakukan penyaringan terhadap informasi atau hal yang bersifat pribadi yang akan ditampilkan secara publik.

"Sama sih, tapi lebih ke filter saja, masih ada hal yang nggak aku show ke medsos. Bukan berarti aku kurang percaya diri, tapi lebih ke masih ada ruang private buat diri sendiri, dan aku juga tipe orang yang introvert." (Wawancara, 2/12/2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bagaimana O membangun online identity berdasarkan autentisitas yang terjaga melalui selektifitas. Melalui ruang privasi, ada sebagian hal yang ada pada dirinya dan tidak dimunculkan dalam performa daring. Ia juga menjelaskan bahwa dirinya memiliki dua akun Instagram, *first account* dan *second account* yang memiliki fungsi sosial berbeda.

"Kalau yang sedih-sedih aku jarang show ke public, tapi kalau ke second account yang Cuma buat teman-teman terdekat, mungkin ada beberapa yang aku show." (Wawancara, 2/12/2025)

Kutipan di atas menunjukkan adanya batasan *audiens* yang sangat terjaga dan dipertimbangkan oleh O, dan memberikan gambaran pengelolaan *online identity* secara strategis. Instagram bukan hanya ruang publik baginya, tetapi juga merupakan ruang sosial yang diatur berdasarkan tingkat kedekatan secara interpersonal dengan teman-temannya, dan kenyamanan yang paling penting. Selain itu, mengenai motivasi dalam mengunggah konten, O menyatakan

bahwa ia lebih nyaman memilih konten yang menyenangkan kepada publik, karena dianggap lebih layak untuk dibagikan.

"Aku lebih suka posting momen lucu, bahagia, yang sedih itu jarang. Kalo dulu penting banget likes sama followers, tapi semakin kesini enggak sih. Posting karena ingin simpen momennya saja." (Wawancara, 2/12/2025)

Hal ini menjelaskan bahwa transformasi motivasi dari orientasi pada validasi sosial menuju orientasi secara internal yang lebih dominan pada masa sekarang. Ia merasa bahwa seiring bertumbuh. Ia tidak lagi mementingkan *engagement* dalam tolak ukur untuk menilai diri. Selain motivasi secara personal, O juga menjelaskan keterlibatan dirinya akan tren baru di Instagram. Ia mengatakan bahwa ia mengikuti beberapa tren terbaru karena merasa seru dan tentunya ingin tetap *update* dengan konten teman-temannya. Akan tetapi, ia tetap mengunggah sesuai dengan dirinya yang sebenarnya, karena Instagram telah menjadi ruang yang cukup nyaman bagi dirinya, untuk mengekspresikan diri ketika berada di publik.

"Aku suka mengikuti tren terkini, tapi kalau soal jaga image, aku nggak merasa caprek kakrena yang aku posting ya aku yang sebenarnya."

Berbeda dengan O, partisipan kedua yaitu saudari R memberikan pengalamannya yang lebih kompleks mengenai identitas daring. R mengakui kalau dirinya di Instagram merupakan versi R yang lebih percaya diri dibandingkan dengan dirinya di dunia kenyataan. Selain itu, ia juga mengungkapkan bahwa dia suka mengedit foto, memperhatikan pencahayaan, dan menyusun *caption* yang menarik supaya membentuk citra diri yang unik ketika di publik. Hal ini sesuai dengan hasil wawancaranya yang menyatakan,

"Kadang aku ngerasa lebih beR saja di Instagram, karena aku aslinya itu pendiem banget, tapi kalau di Instagram aku lebih pede, dan aktif juga. Kayak versi dari aku yang lainnya" (Wawancara, 3/12/2025)

"Aku tuh suka banget atur feed biar rapi... pakai filter, pilih foto lama-lama. Biar kelihatan bagus. Kadang yang aslinya biasa aja jadi kelihatan lebih oke." (Wawancara, 3/12/2025)

Ungkapan di atas memperkuat identitas daring bagi R merupakan ruang estetika sekaligus impresi sosial. Instagram dimanfaatkan sebagai ruang untuk menampilkan diri secara ideal dan yang diinginkan, bukan hanya sekedar menampilkan diri dengan apa adanya. Dalam konteks sosial, bagi R Instagram menjadi ruang untuk mendapatkan validasi sosial dan membentuk citra dirinya secara publik. Dengan adanya *like* dan komentar yang semakin banyak, akan membuat dirinya merasa dihargai secara publik.

"Jujur aja, aku masih peduli banget sama likes... pernah hapus postingan karena likes-nya sedikit. Kayak malu aja kalau nggak rame." (Wawancara, 3/12/2025)

"Kalau lagi rame challenge atau gaya foto baru, aku kadang ikut juga biar kayak nggak ketinggalan. Kalau enggak, rasanya kayak out of date." (Wawancara, 3/12/2025)

Dalam konteks perbandingan sosial, R juga mengungkapkan bahwa ia juga sering membandingkan dirinya dengan teman sebaya dan para influencer lainnya. Sehingga memunculkan perasaan kurang percaya diri, dan merasa kurang ketika melihat konten-konten yang diunggah teman-teman lainnya lebih menarik, dan bagus dibandingkan dengan konten yang dia unggah. Maka dari itu, setiap konten akan tren terbaru, biasanya R melakukan usaha yang lebih supaya kontennya memiliki hal unik dengan teman-temannya, dan membentuk citra diri tersendiri secara publik.

Meski pengalaman yang dialami oleh R dan O memiliki perbedaan, keduanya sepakat mengatakan bahwa media *platform* seperti Instagram sisi positif yang membantu perkembangan diri mereka secara digital, saudari O mengatakan bahwa dirinya sering mendapatkan motivasi ketika melihat konten dari orang lain *"Kadang jadi termotivasi gitu lihat orang lain capai sesuatu. Jadi belajar hal baru."* Sedangkan R menganggap bahwa Instagram berperan sebagai ruang dalam meningkatkan kreativitas dan kepercayaan dirinya *"Kalau aku bisa bikin konten bagus, rasanya bangga... kayak ada skill baru."* Namun, dibalik sisi positif tersebut, keduanya juga mengakui bahwa Instagram juga memberikan pengaruh negatif bagi diri mereka, saudari O yang menyadari adanya perasaan *Fear of Missing Out* (FoMO) dan distraksi, sementara R merasakan tekanan perfeksionisme dan perbandingan sosial yang lebih rentan.

Secara keseluruhan hasil dari kedua wawancara, terlihat jelas bahwa Instagram memiliki peran penting dalam membentuk identitas diri bagi remaja. Bagi remaja, Instagram secara aktif tanpa disadari bisa membentuk, memelihara, dan memperbaiki *online identity* berdasarkan konteks sosial. Proses ini bukan hanya membahas mengenai bagaimana cara orang lain melihat mereka, namun juga membahas mengenai bagaimana cara diri mereka melihat dirinya sendiri ketika di dunia digital. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa online identity bagi remaja bukan hanya sekedar representasi digital, akan tetapi merupakan mekanisme penting dalam membentuk citra diri mereka secara keseluruhan.

Pembahasan

Diskusi ini menghubungkan temuan lapangan dengan teori klasik dan penelitian terkini tentang identitas digital, presentasi diri, dan citra diri remaja. Identitas digital yang ditampilkan oleh O dan R menggambarkan bagaimana remaja beradaptasi dengan lingkungan sosial digital yang semakin kompleks, di mana batasan antara identitas publik dan privat semakin berkurang. O menunjukkan pola identitas digital yang cenderung konsisten dan mendekati identitas aslinya, namun tetap mengalami proses seleksi. Konsep ini dapat dipahami melalui perspektif Goffman (1959) tentang panggung depan dan panggung belakang. Instagram berfungsi sebagai tempat di mana individu menampilkan versi diri mereka yang telah diproses, sementara aspek yang lebih personal disimpan di balik layar. Bagi O, ruang pribadinya dilindungi melalui akun kedua dan seleksi konten, menunjukkan bahwa identitas digital bukan hanya tentang penampilan tetapi juga tentang strategi untuk mempertahankan kendali dan batasan privasi. Praktik ini sejalan dengan temuan Boyd (2010) tentang bagaimana remaja menggunakan strategi sosial untuk melindungi privasi di ruang publik digital.

Berbeda dengan O, narasi diri R menunjukkan kecenderungan ke arah presentasi diri yang diidealkan (Fardouly dan Vartanian, 2016). Instagram berfungsi sebagai alat untuk menciptakan versi diri yang lebih percaya diri dan estetis, yang sesuai dengan standar kecantikan dan citra sosial platform tersebut. Identitas digitalnya tidak hanya mencerminkan dirinya, tetapi juga menjadi aspirasi identitas yang ingin ia capai. Fenomena ini menggambarkan apa yang disebut McAdams (1993) sebagai konstruksi narasi kehidupan, di mana individu cenderung menulis ulang kisah mereka sendiri melalui narasi digital. Foto yang diedit, pose yang dipilih dengan cermat, dan keterangan yang dibuat dengan cermat membentuk kisah diri yang dirangkai dengan cermat.

Perbedaan motivasi antara kedua informan menunjukkan variasi dalam identitas digital. O tidak berusaha memproyeksikan diri yang ideal, ia mengutamakan keaslian, yang dipertahankan melalui seleksi yang cermat. Sebaliknya, R menciptakan citra diri ideal yang ingin ia perlihatkan kepada orang lain, sehingga memperkuat ketergantungannya pada validasi sosial. Dinamika ini menggambarkan bagaimana remaja menegosiasikan kesenjangan antara diri ideal dan diri autentik mereka, dengan Instagram menjadi tempat pertemuan bagi keduanya.

Validasi sosial merupakan faktor krusial dalam pembentukan citra diri bagi kedua informan, tetapi dengan cara yang berbeda. Awalnya, O memiliki orientasi eksternal yang kuat, di mana jumlah suka dan komentar berfungsi sebagai ukuran penerimaan sosial. Namun, seiring waktu, ia mengalami pergeseran ke arah orientasi internal. Temuan ini sejalan dengan pandangan Valkenburg dkk. (2022) bahwa dampak media sosial terhadap harga diri bersifat dinamis dan dapat berubah seiring perkembangan psikologis individu. O menunjukkan tanda-tanda kematangan citra diri, di mana pengaruh validasi sosial berkurang dan digantikan oleh motivasi untuk mendokumentasikan dan mengekspresikan diri.

Sementara itu, R menunjukkan ketergantungan yang kuat pada validasi sosial. Kepuasan atau ketidakpuasannya bergantung pada tingkat keterlibatan dengan unggahannya. Bahkan, menghapus unggahan menjadi langkah yang diambil ketika ekspektasi validasi tidak terpenuhi. Fenomena ini konsisten dengan temuan Bohnert dan Ross (2019), yang menunjukkan bahwa suka berfungsi sebagai bentuk mata uang sosial yang memengaruhi kesejahteraan emosional remaja. Kepekaan R terhadap angka keterlibatan menunjukkan bahwa identitas digitalnya masih rapuh, dan citra diri yang ia kembangkan sangat dipengaruhi oleh persepsi sosial eksternal.

Perbandingan sosial muncul sebagai fenomena penting dalam pengalaman R. Ia sering merasa bahwa kehidupan orang lain tampak lebih ideal dan menarik. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram, sebagai platform visual yang terfilter, memperkuat proses perbandingan sosial ke atas (Festinger, 1954). Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Choukas-Bradley dkk. (2019), yang mengungkapkan bahwa Instagram dapat memicu perbandingan yang tidak realistis terkait penampilan fisik, gaya hidup, dan prestasi. R mengakui bahwa apa yang dilihatnya tidak selalu mencerminkan kenyataan, tetapi dampak psikologis dari perbandingan ini tetap ada. Perbedaan antara jati diri digitalnya yang diidealkan dan jati dirinya yang sebenarnya menunjukkan adanya perbedaan diri digital, yang dapat menyebabkan meningkatnya tekanan emosional.

Sementara itu, O lebih mampu memandang perbandingan sosial secara positif. Ia menyatakan bahwa melihat kesuksesan orang lain dapat menjadi sumber motivasi baginya untuk berkembang. Perbedaan ini menunjukkan bahwa setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam menafsirkan konten di Instagram. Dampak media sosial terhadap citra diri tidak sama untuk setiap orang, melainkan dipengaruhi oleh variasi kepribadian, keterampilan pengaturan diri, dan kekuatan identitas pribadi.

Tren memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku kedua responden. Keduanya secara aktif mengikuti tren, tetapi dengan motivasi yang berbeda. Bagi O, tren adalah cara untuk merasa terhubung dengan komunitas. Bagi R, tren adalah standar yang perlu diikuti untuk mempertahankan relevansi. Kecemasan yang mereka alami mencerminkan bahwa identitas daring bukan hanya tentang menunjukkan diri sendiri, tetapi juga tentang mempertahankan status sosial dalam komunitas digital. Fenomena ini konsisten dengan pemikiran Bucher (2012) tentang bagaimana algoritma memengaruhi visibilitas dan rasa inklusi sosial.

Interpretasi gabungan dari kedua narasi ini menunjukkan bahwa identitas daring lebih dari sekadar cerminan identitas, melainkan sebuah proses aktif yang membentuk citra diri. Instagram berperan dalam menciptakan lingkungan di mana remaja tidak hanya menampilkan diri, tetapi juga belajar tentang diri mereka sendiri melalui umpan balik sosial dan narasi yang mereka ciptakan. Pengalaman O dan R menegaskan bahwa Instagram memiliki dampak signifikan terhadap pembentukan citra diri remaja, baik melalui peningkatan kepercayaan diri dan motivasi pribadi, maupun melalui tekanan perbandingan sosial dan tuntutan estetika.

Oleh karena itu, pembentukan identitas dan citra diri daring di kalangan remaja merupakan proses naratif yang berkelanjutan, yang dipengaruhi oleh estetika platform, tuntutan sosial, algoritma, dan interaksi dengan audiens. Identitas daring lebih dari sekadar representasi digital, karena merupakan ruang psikologis tempat remaja bernegosiasi dengan diri mereka sendiri, dan ekspektasi sosial yang terus berubah.

4. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa identitas digital remaja di Instagram terbentuk melalui kurasi diri, pengelolaan privasi, dan interaksi dengan validasi sosial. Subjek O menampilkan identitas daring yang konsisten dengan dunia nyata, tetapi membatasi privasi hanya pada momen positif, sedangkan subjek R membangun persona yang lebih ideal dan percaya diri, sehingga ketergantungan pada likes dan perbandingan sosial cenderung lebih kuat. Instagram menjadi ruang dua sisi bagi mereka: berfungsi sebagai sarana motivasi dan ekspresi, namun juga memicu tekanan perfeksionisme dan FOMO akibat standar ideal yang dikonstruksi secara visual. Oleh karena itu, remaja disarankan untuk menumbuhkan kesadaran kritis bahwa konten Instagram adalah representasi terkurasi, dan penting membangun sikap selektif serta kesadaran diri agar identitas digital tidak mendominasi penilaian diri. Selain itu, pendampingan dan literasi digital dari orang tua dan pendidik diperlukan agar penggunaan media sosial dapat menjadi ruang perkembangan yang sehat, bukan sumber tekanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N., & Herrington, L. L. (2022). "Let me take another selfie": Further examination of the relation between narcissism, self-perception, and Instagram activity. *Psychology of Popular Media*, 11(1), 32–42. <https://doi.org/10.1037/ppm0000340>
- Bohnert, L. K., & Ross, R. T. (2019). Like me: The relationship between likes, social validation, and psychological distress in adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(8), 1600–1615. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01074-1>
- boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). Routledge.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>
- Choukas-Bradley, S., Roberts, S. R., Maheux, A. J., & Nesi, J. (2019). The Instagram–bO image link: The role of social comparison and internalization of the thin ideal. *Sex Roles*, 81(7–8), 379–391. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0993-7>
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and bO image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(4), 377–393. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01584.x>
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and the Web: Publicly adjusting privacy settings, self-esteem, and narcissism. *Journal of Research in Personality*, 43(1), 146–153. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.10.002>
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- McAdams, D. P. (1993). *The stories we live by: Personal myths and the making of the self*. The Guilford Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru* (Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi). Universitas Indonesia (UI-Press).
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. SAGE Publications.
- Papacharissi, Z. (2011). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity Press.
- Sherman, L. E., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2020). Peer influence on social media: Neural responses to social feedback. *Developmental Cognitive Neuroscience*, 44, 100798. <https://doi.org/10.1016/j.dcn.2020.100798>
- Sugianto, P. S. (2015). Konstruksi Realitas dan Identitas Diri Remaja Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(2), 1-12.
- Valkenburg, P. M., Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2022). Social media use and adolescents' self-esteem: Heading for a person-specific media effects paradigm. *Journal of Communication*, 72(1), 56–78. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab046>
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Vaterlaus, J. M., Patten, E. V., Roche, C., & Young, J. A. (2021). #Selfie and self: Social media behaviors and self-perception among adolescents. *BO Image*, 36, 193–204. <https://doi.org/10.1016/j.boim.2020.11.006>

- Veldhuis, J., Alleva, J. M., & Bij de Vaate, A. J. (2020). Instagram use and self-esteem in adolescence: The role of social comparison. *New Media & Society*, 22(12), 2182–2205. <https://doi.org/10.1177/1461444819881699>
- Yang, C., & Robinson, A. (2022). Adolescents' online self-presentation and psychological adjustment: Exploring temporal patterns. *Computers in Human Behavior*, 129, 107136. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107136>
- Yang, C., Holden, S. M., & Carter, M. D. (2021). Social media social comparison and identity development in adolescence: A narrative approach. *Journal of Adolescent Research*, 36(5), 582–611. <https://doi.org/10.1177/0743558420982248>