ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Representasi Identitas Virtual dalam Komunikasi Mahasiswa Urban di Instagram: Studi Netnografi pada Universitas Pembangunan Jaya

Authors: Shenthya Winarty

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 1 No. 3 (2024)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2517

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 21 October 2026, 19:45 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Shenthya Winarty. "Representasi Identitas Virtual dalam Komunikasi Mahasiswa Urban di Instagram: Studi Netnografi pada Universitas Pembangunan Jaya". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 1 No. 3 (2024). DOI: 10.47134/jbkd.v1i3.2517

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals



Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital: Volume 1, Nomor 3, 2024, Hal: 1-13

Representasi Identitas Virtual dalam Komunikasi Mahasiswa Urban di Instagram: Studi Netnografi pada Universitas Pembangunan Jaya

Shenthya Winarty[1]*

[1] Universitas Pembangunan Jaya; shenthya.winarty@upj.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memahami representasi identitas virtual mahasiswa urban university di Universitas Pembangunan Jaya melalui platform media sosial Instagram. Di era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi ruang interaksi utama bagi kaum muda perkotaan, yang memungkinkan mereka membangun dan mengelola identitas virtual mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran, menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan netnografi, serta pengumpulan data melalui kuesioner online dan observasi mendalam. Temuan menunjukkan bahwa siswa menggunakan dua jenis akun Instagram: akun utama untuk menampilkan identitas formal dan prestasi akademik dan akun kedua untuk interaksi yang lebih pribadi. Mahasiswa sangat menyadari pentingnya identitas digital dalam menunjang peluang karirnya; Oleh karena itu, mereka cenderung membatasi akses ke akun utama mereka dengan pengaturan privasi yang ketat. Penelitian ini juga menemukan bahwa representasi identitas virtual di Instagram dipengaruhi oleh beberapa lapisan identitas: lapisan personal, lapisan pemberlakuan, lapisan relasional, dan lapisan komunal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa identitas virtual siswa di Instagram merupakan konstruksi sosial dinamis yang dipengaruhi oleh faktor teknologi dan sosial serta berperan penting dalam komunikasi dan interaksi mereka di dunia digital.

Katakunci: Identitas Maya; Mahasiswa Perkotaan; Netnografi; Komunikasi Maya. Pendidikan.

DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2517
*Correspondence: Shenthya Winarty
Email: shenthya.winarty@upj.ac.id

Received: 08-05-2024
Accepted: 15-06-2024
Published: 27-05-2024

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *This research aims to understand the representation of urban university students' virtual identities at Universitas Pembangunan Jaya through the social media platform Instagram. In the continuously evolving digital era, social media has become the primary interaction space for urban youth, enabling them to build and manage their virtual identities. This research employs a mixed-method approach, utilizing quantitative descriptive and netnographic methods, along with data collection through online questionnaires and in-depth observations. The findings show that students use two types of Instagram accounts: a main account to display formal identities and academic achievements and a second account for more personal interactions. Students are highly aware of the importance of digital identity in supporting their career opportunities; thus, they tend to restrict access to their main accounts with strict privacy settings. The research also finds that the representation of virtual identity on Instagram is influenced by several identity layers: the personal layer, the enactment layer, the relational layer, and the communal layer. This research concludes that the virtual identity of students on Instagram is a dynamic social construct influenced by technological and social factors and plays a significant role in their communication and interaction in the digital world.*

Keywords: *Virtual Identity; Urban Students; Netnography; Virtual Communication. Education.*

Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, realitas siber telah menjadi ruang interaksi yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi muda urban. Kemajuan teknologi serta penyebaran internet yang semakin rata di berbagai penjuru dunia, mengakibatkan masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan menggunakan platform media sosial untuk berbagai kepentingan seperti berbagi informasi, berinteraksi dengan orang lain dan membangun identitas virtual. Instagram sebagai salah satu platform media sosial paling populer, telah menjadi tempat bagi banyak orang untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas virtual (Li, 2020). Mengutip data dari Databoks pada Maret 2024 mengenai jumlah pengguna instagram di dunia, Indonesia masuk kedalam urutan keempat pengguna instagram terbanyak dengan jumlah total yaitu 100.900.000 pengguna disusul oleh Turki, Jepang dan negara lainnya (Annur, 2024).

Kemudahan membuat sebuah akun instagram menjadi faktor pendukung utama jumlah pengguna instagram melambung di Indonesia. Mahasiswa urban yang biasanya memiliki tingkat kesadaran dan kemampuan teknologi yang tinggi, juga menggunakan instagram sebagai sarana untuk membangun dan mempertahankan identitas virtual. Wood dan Smith dalam (Nasrullah, 2018a) menjelaskan Identitas merupakan diri yang kompleks dan berasal dari konstruk sosial, yang muncuk dari pemikiran tentang siapa kita dan bagaimana kita berharap orang lain menganggap tentang kita, dan bagaimana mereka secara aktual menganggap kita (Saleem, 2019). Sehingga jika kita sandingkan pernyataan Wood dan Smith tersebut dengan konsep instagram sebagai sarana membangun dan mempertahankan identitas mahasiswa urban, maka dapat dipahami Identitas virtual merupakan konstruksi sosial dalam bentuk teks, konstruksi kata atau kalimat, pemilihan avatar, gambar ataupun video serta interaksi dalam dunia internet.

Karena hal itulah, kita sadar bahwa identitas didalam instagram merupakan konstruk sosial bagaimana seseorang ingin dilihat dan menganggap tentang kita. Sehingga setiap orang yang memiliki akun instagram bebas membuat representasi identitasnya sedemikian rupa sesuai dengan keinginannya. Merujuk pada hal tersebut maka selanjutnya akan ada pertanyaan tentang "siapa saya?" dan akan dilihat dalam dua bentuk segmen yaitu bagaimana kita mengelola identitas virtual sesuai dengan kenyataan secara nyata, atau segmen yang kedua yaitu bagaimana kita mengelola identitas virtual tidak sesuai dengan kenyataan (Kong, 2021).

Identitas virtual seperti yang telah dikatakan sebelumnya merupakan konstruksi sosial yang ditunjukan sesuai dengan keinginan pemilik identitas seperti apa seorang individu ingin dipandang dan dianggap dalam sekelilingnya, pada konteks penelitian ini adalah komunitas virtual pengguna instagram dikalangan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya (Jaspal, 2020). Wood dan Smith dalam beberapa karya mereka telah mengemukakan konsep identitas virtual yang berbeda dalam berinteraksi di internet. Mereka menyodorkan tiga tipe identitas yang dapat ditemukan dalam interaksi di internet, yaitu real-life identity, pseudonymity, dan anonymity (Atiyah, 2016).

Anonymity atau anonim merupakan bentuk baru dari identitas yang benar-benar terpisah dan tidak bisa dirujuk kepada siapa identitas itu dimiliki. Penggunaan identitas model ini menurut Wayner dalam (Nasrullah, 2018b), pada awalnya digunakan untuk mereka yang memasang iklan berkencan di media cetak, sebagai pelapor tindakan kriminal

kepada pihak berwenang, maupun tindakan-tindakan yang memerlukan identitas tersembunyi. Monica Whitty dan Adam Johnson (Nasrullah, 2018b) juga menyinggung tentang *visual anonymity* kemudian menjelaskan bagaimana khalayak di internet memiliki kontrol terhadap penampakan diri di *online*. Selanjutnya interaksi atau komunikasi yang berlangsung dengan pengguna lain dilakukan secara perlahan dalam konteks pengungkapan diri (Savchenko, 2019).

Selanjutnya Wood dan Smith (Nasrullah, 2018b) menjelaskan tentang *pseudonymity* yang dimana identitas asli mulai kabur, bahkan menjadi palsu meski dalam beberapa hal ada representasi yang bisa menunjukan identitas asli seseorang. Meskipun tidak seperti identitas anonim yang memang tidak muncul sama sekali mengenai identitas asli seseorang tersebut, dalam identitas samaran atau *pseudonymity* ini khalayak dimungkinkan untuk menjadi orang lain (Wang, 2023). Contoh sederhana yang terjadi dalam media sosial akhir-akhir ini adalah *Gender-Swapping* yaitu ketika khalayak bertukar identitas sosial mereka berdasarkan perbedaan gender.

Penampilan diri secara *online* ditegaskan oleh Wood dan Smith sebagaimana individu menggunakan medium teknologi internet melalui teks yang merepresentasikan bagaimana gambaran individu di persepsikan oleh individu lainnya. Hal ini yang menjadi aspek penting identitas bagi Wood dan Smith tentang bagaimana individu menampilkan dirinya terhadap individu lainnya pada konteks penelitian ini adalah mahasiswa Universitas pembangunan jaya dan sesamanya (Cesarino, 2019). Perkembangan teknologi dapat menyembunyikan informasi identitas dan menampilkan aspek karakterisitik apa saja yang ingin ditunjukan. Bahkan hal ini ditegaskan oleh Cuttler (1996) dalam (Nasrullah, 2014) bahwa untuk mengetahui identiyas orang lain berdasarkan berapa banyak identitas itu diungkap (*self-disclosure)* untuk diketahui oleh individu lainnya. Menariknya lagi dalam internet seorang individu dapat memilih menjadi siapa saja dan membelah menjadi beberapa diri atau *multiple roles.* Bagi Shirley Turkle (1995) "*in...computer-mediated worlds, the self is multiple, fluid and constituted in interaction with machine connections ; it is made and transformed by language"* (Nasrullah, 2014).

Semua kegiatan didalam instagram tidak dapat dipisahkan oleh kehidupan sehari-hari terlebih untuk mahasiswa urban. Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi yang berfokus pada bidang urban lifestyle dan urban development, memiliki mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial untuk berbagi informasi, berinteraksi dengan teman, dan membangun identitas virtual mereka (Tu, 2020). Sebagai mahasiswa urban yang erat dengan perkembangan teknologi serta tingkat kemampuan yang tinggi dalam penggunaan teknologi seperti instagram, menarik jika kita melihat bagaimana representasi identitas virtual mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya di komunikasikan dalam media sosial instagram.

Pada penelitian ini, kita akan fokus membahas bagaimana mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya merepresentasikan identitas virtual mereka dalam proses komunikasi yang terjadi dalam instagram (Tsantani, 2019). Bagaimana identitas mahasiswa tersebut dapat ditampilkan, dipertahankan dan bagaimana identitas tersebut dikomunikasikan pada khalayak. Untuk dapat melihat bagaimana identitas virtual mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya direpresentasikan, kita bisa memulai melihat empat tingkatan atau lapisan identitas mahasiswa menurut gagasan identitas yang dipaparkan oleh Michael

Hecht dalam bukunya yang berjudul *Communication Theory of Identity*. Hecht (Mulyana, 2022a) melihat bahwa identitas individu terdiri atas makna-makna yang dipelajari individu dan apa yang didapat individu tersebut dari individu lain. Makna tersebut diproyeksikan saat individu tersebut berkomunikasi sehingga menghasilkan rangkaian empat tingkatan atau lapisan diantaranya *Personal Layer, Enactment Layer, Relational Layer, Communal layer.*

Pada tingkatan *personal layer* akan mencakup rasa akan keberadaan diri individu dalam situasi sosial. Individu melihat diri sendiri dalam kondisi-kondisi tertentu. Identitas tersebut terdiri atas perasaan serta ide tentang diri sendiri, siapa dan seperti apa sebenarnya diri sendiri (Karagöz, 2022). Tingkatan selanjutnya berbicara mengenai pengetahuan orang lain tentang diri individu berdasarkan apa yang dilakukan, apa yang dimiliki dan bagaimana individu bertindak, tingkatan kedua ini adalah *enactment layer* dimana penampilan individu merupakan simbol dari aspek yang lebih mendalam tentang identitas individu serta orang lain akan mendefinisikan dan memahami individu melalui penampilan tersebut (Mulyana, 2022a).

Selanjutnya individu akan sampai pada individu menunjukan identitas individu dalam hubungan dengan individu lain, pada tingkatan *relational layer* identitas dibentuk dalam interaksi individu dengan individu lainnya. Identitas akan terlihat jelas ketika individu menunjuk hubungan secara spesifik dalam sebuah hubungan seperti ayah, ibu, suami, atau pada konteks penelitian ini adalah sebagai mahasiswa universitas pembangunan jaya. Dan yang terakhir adalah tingkatan komunal atau *communal layer* yang dimana pada tingkatan ini identitas individu terikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar. Ketika individu memperhatikan dan memahami nilai, norma, dan budaya suatu kelompok atau komunitas, maka individu tersebut akan menyesuaikan diri (Mulyana, 2022a)

Metode

Untuk dapat melihat Representasi Identitas Virtual dalam Komunikasi Mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya di Instagram, peneliti menggunakan bantuan pendekatan campuran yaitu penelitian yang menggabungkan dua bentuk pendekatan, yakni kuantitatif dan kualitatif. Menurut Sugiyono (Achmad Putri et al., 2023) mix method mengkombinasikan dua metode penelitian, yaitu kuantitatif dan kualitatif ke dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga data yang diperoleh akan lebih komprehensif, valid, reliabel dan objektif. Metode pertama yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif yang merupakan salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggabarkan fenomena secara detail (Yusuf, 2016a). Isaac dan Michael menyatakan bahwa tujuan dari penelitian deskriptif adalah "*to describe sytematically the facts and characteristics of a given population or area of interest"* (Yusuf, 2016b).

Metode yang kedua yang dipilih adalah metode netnografi, dengan kedudukan peneliti berada di dalam Universitas pembangunan jaya dan bertugas sebagai dosen di program studi ilmu komunikasi. Hal ini memungkinkan peneliti melakukan observasi mendalam untuk melihat subyek penelitian yaitu mahasiswa universitas pembangunan jaya. Netnografi berasal dari kata internet (*internet connection network*) dan etnografi. Netnografi didefinisikan sebagai metodologi riset kualitatif yang mengadaptasi teknik riset

etnografi untuk mempelajari budaya dan komunitas yang terjadi dalam computer-mediated communications yang kemudian berkembang menjadi teknik riset untuk bidang media sosial (Kozinets (2015) dalam (Buggy et al., 2020). Selanjutnya Kozinets menyatakan bahwa netnografi merupakan bentuk khusus atau spesial dari riset nentografi yang disesuaikan untuk mengungkap kebiasan unik dari berbagai jenis interaksi sosial yang termediasi oleh komputer (internet) termasuk juga konteks penelitian ini adalah sosial media instagram (Buggy et al., 2020).

Pengumpulan data akan dilakukan dengan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner online berupa form office yang dirancang dengan pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang akan disebarkan kepada mahasiswa dari beberapa angkatan yaitu angkatan 2019 sampai angkatan 2023 dari seluruh program studi yang ada di dalam Universitas Pembangunan Jaya. Data sekunder didapatkan dengan cara observasi mendalam terhadap mahasiswa universitas pembangunan jaya.

Hasil dan Pembahasan

Melalui proses observasi panjang serta penyebaran kuesioner yang diisi oleh 234 mahasiswa Universitas pembangunan jaya dari angkatan 2019 sampai angkatan 2023 yang tersebar dalam 10 program studi, maka dapat dipaparkan hasil penelitian berikut ini.

Pengetahuan tentang pentingnya Identitas Virtual di Instagram

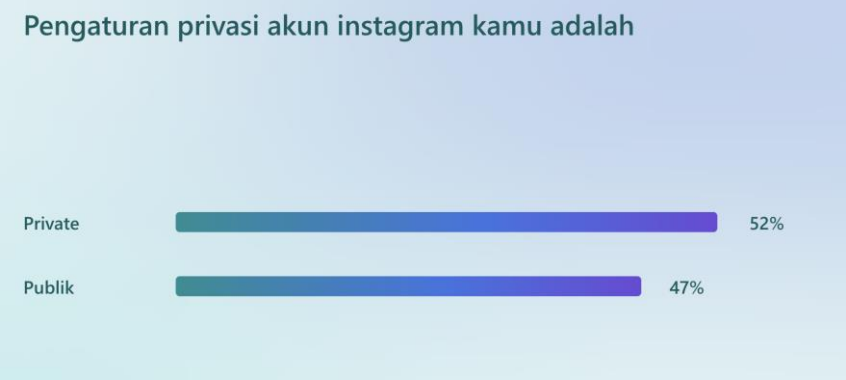
Universitas pembangunan jaya merupakan salah satu universitas yang berada didalam kawasan Bintaro, Tangerang Selatan. Sebagai kawasan yang dikenal sebagai *smart city,* Bintaro memiliki keseimbangan antara teknologi dan fasilitas umum (Salamah & Yananda, 2019) sehingga Universitas pembangunan jaya yang berada di Bintaro sebagai kawasan *Smart city* berhasil memiliki mahasiswa dengan kemampuan teknologi dan sosial yang mumpuni.

Sebagai mahasiswa yang memiliki tujuan akhir setelah menamatkan masa studi yaitu bekerja di sebuah perusahaan, pastinya mahasiswa memikirkan beberapa hal yang menyangkut persiapan menuju dunia kerja. Salah satunya adalah membangun identitas virtual yang sejalur dengan program studi yang sedang di tempuh. Survey yang dilakukan oleh Career builder pada tahun 2018 (Hayati, 2023) *Hiring and Human Resource Managers* di berbagai perusahaan Amerika (bukan perusahaan pemerintah), didapatkan hasil bahwa 70% perusahaan menelusuri media sosial untuk menyelidiki profil para pencari kerja. Dalam survei tersebut juga diketahui bahwa 47% perusahaan menemukan konten yang menjadi alasan untuk merekrut pencari kerja, di sisi lain 57% menemukan konten yang menyebabkan tidak direkrutnya para pencari kerja. Tidak hanya itu, dalam survei juga mendapatkan hasil bahwa 47% *Human Resource Managers* tidak akan memanggil pelamar kerja jika tidak menemukan kandidat secara online.

Hal ini cukup menjadi perhatian mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya sehingga mahasiswa berlomba mendapatkan pengalaman sebanyak mungkin lalu mengkonversi nya menjadi sebuah poin JSDP (*Jaya Softskills Development Program*). JSDP merupakan program khusus yang dilakukan oleh Universitas pembangunan jaya untuk mendorong mahasiswa memperbanyak kemampuan diri dan mengakui kemampuan

tersebut dalam bentuk poin akademik yang akan diakumulasikan sebagai syarat kelulusan. Hal ini dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk menambah kemampuan, pengalaman serta konten dalam sosial media instagram mereka (Wuttke, 2019).

Mereka menyadari bahwa konten instagram berupa kegiatan perkuliahan, prestasi dan juga saling mengikuti oleh orang-orang berpengaruh akan membantu mereka dalam proses pencaharian pekerjaan dikemudian hari. Mereka sangat menyadari bahwa jejak digital yang mereka gunakan di sosial media akan berdampak sangat besar untuk keberlangsungan kehidupan mereka (Rahbari, 2019). Karena kesadaran tersebut juga, mahasiswa universitas pembangunan jaya kerap kali membatasi pengaturan tentang siapa saja yang dapat melihat konten instagram mereka. Dari kuesioner yang diedarkan kepada mereka, data menunjukan 52% responden membatasi akun instagram nya dengan pengaturan private.



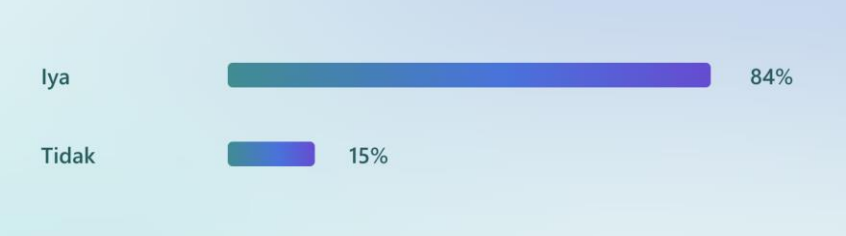
Gambar 1. Hasil kuesioner privasi akun instagram

Data diatas menggambarkan bahwa mereka cenderung membatasi siapa yang dapat mengkonsumsi konten instagram mereka. Mereka mengakui bahwa hal ini dilakukan karena adanya perasaan kurang percaya diri, mereka menyadari bahwa mereka masih dalam proses belajar untuk dapat terbuka kepada pengikut yang lebih luas. Namun data lainnya menunjukan 47% mahasiswa universitas pembangunan jaya berpikir bahwa keadaan pengaturan privasi akun instagram dengan pengaturan publik akan membantu mereka mencari koneksi serta mahasiswa dengan ketertarikan yang serupa (Blackwood, 2019; Touati, 2020). Mereka juga menyadari bahwa dengan menggunakan pengaturan publik, mereka berkesempatan mengeksplorasi diri dan menerima berbagai komentar dan kritik sehingga identitas mereka dapat terbentuk dengan lebih baik.

Second Account sebagai bentuk Self disclosure

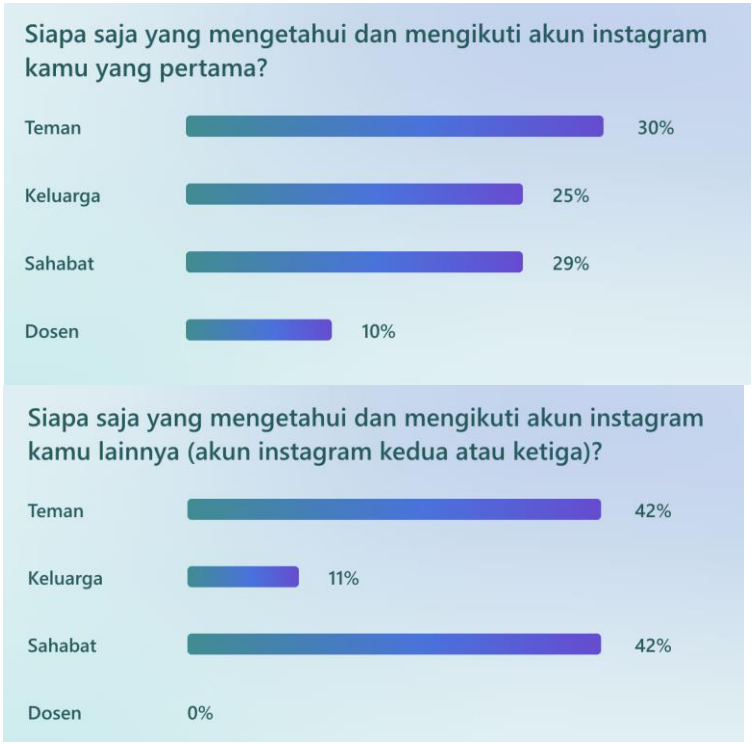
Dalam bukunya *"The Transparent Self"* Jourard mengatakan bahwa pengungkapan diri atau *self disclosure* adalah tindakan seseorang dalam memberikan informasi yang bersifat pribadi kepada orang lain, selain itu ia pun berkata bahwa seseorang akan membiarkan orang lain mengenal dirinya ketika ia percaya dengan orang tersebut. Sehingga kepercayaan merupakan faktor terpenting dalam *self disclosure* (Sisnawar et al., 2023). Pengungkapan diri seseorang kepada orang lain akan menjadi sebuah ukuran tentang kedekatan seseorang kepada orang tersebut (Banini, 2021). Dalam konteks penelitian ini, 52% Mahasiswa membatasi dirinya dari dunia luar pada sosial media dengan mengatur pengaturan privasi menjadi private pada instagramnya. Ini menunjukan bahwa

mahasiswa Universitas pembangunan jaya cenderung membuat batasan tentang pengungkapan diri terhadap seseorang.



Gambar 2. Presentase mahasiswa yang memiliki Akun lebih dari satu

Selain data tersebut, ketika mahasiswa diberikan pertanyaan apakah mereka memiliki akun lebih dari satu, 84% dari data menyatakan bahwa mahasiswa Universitas pembangunan jaya memiliki akun instagram lebih dari satu. Dengan 15% mahasiswa memiliki satu akun instagram, 40% lainnya memiliki 2 akun instagram, 38% memiliki 3 akun instagram dan 5% memiliki 4 akun instagram. *Second Account* adalah istilah yang digunakan untuk menyebut akun instagram yang bukan akun utama. *Second Account* kerap kali memiliki ciri-ciri berikut ini, (1) seseorang yang di izinkan mengetahui dan mengikuti *second account* adalah orang-orang yang memiliki tingkat kedekatan yang tinggi, sehingga individu dapat mempercayainya, (2) berisikan informasi terkait diri yang lebih terbuka dan apa adanya.



Gambar 3. Perbandingan antara pengikut akun utama dan *second account* mahasiswa UPJ

Mahasiswa Universitas pembangunan jaya ketika diberikan pertanyaan terkait siapa saja yang mengikuti akun instagram utama dan akun lainnya (*second account)* maka muncul data berikut ini. Dalam akun utama, mahasiswa cenderung akan membuka diri dan

menampakan diri kepada teman, keluarga dan sahabat, tak jarang mahasiswa saling berteman dengan dosen dengan data menunjukan 10% dari mahasiswa membuka dirinya kepada dosen dalam interaksi media sosial (Huang, 2020). Namun ketika diberikan pertanyaan mengenai siapa saja yang mereka izinkan untuk mengetahui dan mengikuti *second account*, persentase untuk keluarga menurun lebih dari setengah jika dibandingkan oleh data akun pertama. Mereka cenderung melakukan keterbukaan diri pada *second account* kepada teman dan sahabat dengan masing-masing memiliki 42%.

Berhubungan dengan bagaimana mahasiswa membuka dirinya didalam *second account* , terdapat alasan mengapa mahasiswa Universitas pembangunan jaya cenderung membuat *secound account* dan data menunjukan 14% diantaranya mengaku tidak nyaman dengan pengikut di akun utama, 31% diantaranya menginginkan pemisahan pengikut dan konten dalam setiap akun, ini dimaksudkan bahwa konten yang di unggah pada akun pertama dan kedua memiliki perbedaan citra diri, sehingga data selanjutnya 54% mahasiswa mengakui bahwa sengaja membuat akun lebih dari satu untuk menggunggah foto dan membuat identitas berbeda dengan citra diri nya di akun utama.

Seperti yang disinggung pada subbab sebelumnya bahwa mahasiswa Universitas pembangunan jaya mengetahui dan sadar akan pentingnya jejak digital, memproyeksikan diri sedemikian rupa agar terlihat baik dimata khalayak siber merupakan hal penting pada abad ini, maka penting juga bagi mereka untuk aktualisasi diri dalam sosial media dengan memposting foto atau video sesuai dengan keinginan hati, yang mungkin berbeda dari citra yang telah dibangun di akun instagram utamanya. Hal ini bersinggungan tentang *self disclosure* mahasiswa yang dinilai lebih membuka dirinya pada *second account* karena mereka bebas memilih siapa yang akan masuk kedalam pengikut serta mereka bebas mengunggah foto dan video sesuai dengan citra diri lain yang ingin mereka tunjukan.

Representasi Identitas Virtual Mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya di Instagram

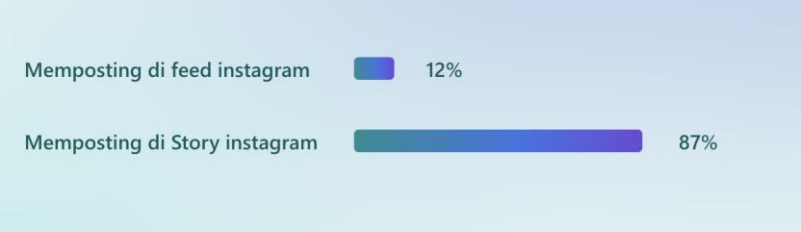
Untuk dapat melihat bagaimana identitas virtual mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya direpresentasikan, kita bisa memulai melihat empat tingkatan atau lapisan identitas mahasiswa menurut gagasan identitas yang dipaparkan oleh Michael Hecht dalam bukunya yang berjudul *Communication Theory of Identity*. Hecht (Mulyana, 2022b) melihat bahwa identitas individu terdiri atas makna-makna yang dipelajari individu dan apa yang didapat individu tersebut dari individu lain. Makna tersebut diproyeksikan saat individu tersebut berkomunikasi sehingga menghasilkan rangkaian empat tingkatan atau lapisan diantaranya *Personal Layer, Enactment Layer, Relational Layer, Communal layer.*

Dalam *Personal layer,* Mahasiswa Universitas pembangunan jaya memiliki pemahaman tentang perasaan serta ide tentang diri sendiri, tentang siapa dan seperti apa dirinya sebenarnya. Identitas virtual Mahasiswa Universitas pembangunan jaya pada tahapan ini terlihat dari akun utama instagram dan *second account* yang mereka miliki. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, mahasiswa universitas pembangunan jaya dalam akun utama menampilkan nama asli mereka sebagai "kode" identitas begitu pula dengan foto profil yang ditampilkan sesuai dengan foto asli mahasiswa serta isi feed instagram mereka yang cenderung menampilkan foto-foto kegiatan kemahasiswaan mereka atau prestasi yang didapatkan saat melangsungkan proses perkuliahaan.



Gambar 4. Isi Konten Mahasiswa dalam akun utama

Sedangkan pada *second account* mahasiswa universitas pembangunan jaya cenderung menutup akun tersebut dari jangkauan orang-orang yang tidak memiliki tingkat kedekatan dengan mereka, sehingga mereka membuat sebuah "kode" identitas berupa identitas *Anonymity* yang tidak menunjukan foto profil menggunakan wajah asli dan cenderung tidak menggunakan *username* atau nama profil dengan nama asli. Setelah melakukan observasi dan bertanya kepada beberapa mahasiswa yang memiliki *second account,* mereka mengakui bahwa akun yang dibuat diluar akun utama akan digunakan untuk keperluan berbagi informasi yang lebih privasi berupa opini-opini tentang perasaan serta apa yang sedang dirasakan oleh mereka (Besana, 2019). Sehingga pada *personal layer* ini, mahasiswa Universitas pembangunan jaya mengerti bagaimana identitasnya harus ditunjukan kepada siapa dan pada konteks bagaimana sehingga tahapan selanjutnya adalah *Enactment Layer* yaitu pengetahuan orang lain tentang diri seseorang.



Gambar 5. Kecenderungan usaha memperkenalkan diri lewat *Feed/Story*

Dalam konteks instagram, mahasiswa cenderung berharap individu lain yang mengikuti di instagram mengetahui dan mengenal mereka dalam fitur *Postingan Story* dengan durasi maksimal 1 menit. Dengan keterbukaan diri dalam *Story instagram* yang mereka unggah berupa konten tentang kehidupan pribadi sebanyak 25%, di ikuti dengan kegiatan perkuliahan 20% dan trend 14% serta keluarga 10% dan diakhiri dengan konten prestasi sebanyak 7%. Hal ini menunjukan bahwa dalam tahapan yang kedua representasi identitas mahasiswa universitas pembangunan jaya cenderung ingin dikenal oleh pengikut mulai dari kehidupan pribadi (Shi, 2022).

Tahapan ketiga adalah *Relational Layer* dimana identitas dibentuk dalam interaksi individu dengan individu lainnya. Identitas akan terlihat jelas ketika individu menunjuk hubungan secara spesifik dalam sebuah hubungan seperti ayah, ibu, suami, atau pada konteks penelitian ini adalah sebagai mahasiswa Universitas pembangunan jaya. Seperti yang dikatakan pada subbab sebelumnya bahwa Universitas pembanguna jaya memiliki

program bernama JSDP yaitu *Jaya softskills development program* sehingga mahasiswa sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam kode tata laku mahasiswa salah satunya adalah dorongan berpresetasi, maka mereka cenderung berupaya mendapatkan berbagai prestasi dan juga kemampuan dasar sehingga diberikan poin JSDP (Nuñez, 2021). Mahasiswa Universitas pembangunan jaya, dalam berbagai kesempatan kerap kali menggunakan identitas secara spesifik sebagai mahasiswa Universitas pembangunan jaya untuk pemenuhan program tersebut, hal itu nampak dalam berbagai kesempatan seperti foto atau video yang di unggah dalam instagram menggunakan seragam atau atribut yang mewakili identitas Universitas pembangunan jaya, atau dengan mengakui bahwa dirinya merupakan bagian dari Universitas pembangunan jaya melalui mensisipkan lokasi ataupun mencantumkan nama Universitas pembangunan jaya dalam *Captions.*

Dan yang terakhir adalah tingkatan komunal atau *communal layer* yang dimana pada tingkatan ini identitas individu terikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar. Ketika individu memperhatikan dan memahami nilai, norma, dan budaya suatu kelompok atau komunitas, maka individu tersebut akan menyesuaikan diri. Mahasiswa Universitas pembangunan jaya adalah mahasiswa yang terbiasa oleh kehidupan *smart city* dengan berbagai kemudahan nya, sehingga mereka dipengaruhi oleh gaya hidup atau *trend* yang terjadi serta di dorong untuk aktif bersosialisasi dalam media sosial pada penelitian ini adalah instagram. Sehingga hal ini menimbulkan eksistensi diri, dokumentasi serta publikasi yang akhirnya berubah menjadi sebuah gaya hidup bagi mahasiswa urban pada abad ini.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa identitas virtual mahasiswa urban di Universitas Pembangunan Jaya di Instagram merupakan konstruksi sosial yang sangat dipengaruhi oleh teknologi dan lingkungan sekitarnya. Identitas ini terbentuk melalui interaksi di media sosial dan mencerminkan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Mahasiswa menggunakan dua jenis akun Instagram yaitu akun utama dan akun kedua (*second account*). Akun utama biasanya menampilkan identitas yang lebih formal dan terkait dengan prestasi akademis serta kegiatan perkuliahan, sedangkan akun kedua digunakan untuk interaksi yang lebih pribadi dan terbuka hanya kepada orang-orang yang dekat dengan mereka. Hal ini menunjukkan adanya tingkat pengelolaan identitas yang berbeda sesuai dengan pengikut yang diharapkan.

Studi ini juga menemukan bahwa mahasiswa sangat menyadari pentingnya identitas digital mereka dalam mendukung peluang karier di masa depan. Mereka cenderung membatasi akses ke akun utama mereka dengan pengaturan privasi yang ketat untuk menjaga citra diri yang ingin mereka tampilkan kepada calon pemberi kerja dan pihak lain yang relevan. Secara keseluruhan, identitas virtual mahasiswa di Instagram dipengaruhi oleh beberapa lapisan identitas yang berbeda, yaitu *personal layer, enactment layer, relational layer, dan communal layer*. Setiap lapisan ini memainkan peran penting dalam bagaimana identitas tersebut dibentuk, ditampilkan, dan dipertahankan dalam interaksi online.

Penelitian ini menegaskan bahwa representasi identitas virtual di Instagram adalah proses yang dinamis dan sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan teknologi. Mahasiswa tidak hanya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga

untuk membangun dan mempertahankan identitas yang sesuai dengan tujuan pribadi dan profesional mereka.

Daftar Pustaka

Achmad Putri, N., Hardati, P., Tri Atmaja, H., & Banowati, E. (2023). Realitas Sosial Cyber Community dalam Ruang Virtual Media Sosial (Studi Tentang Interaksi Sosial pada Pelajar di Kota Semarang). *Harmony*, *8*(1), 30–42. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony

Annur, C. M. (2024). *Indonesia, Negara dengan Jangkauan Iklan Instagram Terluas ke-4 Global*.

Atiyah, R. (2016). *Representasi identitas komunitas hizbut tahrir indonesia melalui media sosial facebook*.

Banini, T. (2021). Introduction: Dealing with Territorial/Place Identity Representations. *GeoJournal Library*, *127*, 1–19. https://doi.org/10.1007/978-3-030-66766-5_1

Besana, T. (2019). Asian American Media Representation: A Film Analysis and Implications for Identity Development. *Research in Human Development*, *16*(3), 201–225. https://doi.org/10.1080/15427609.2020.1711680

Blackwood, R. (2019). Language, images, and Paris Orly airport on Instagram: multilingual approaches to identity and self-representation on social media. *International Journal of Multilingualism*, *16*(1), 7–24. https://doi.org/10.1080/14790718.2018.1500257

Buggy, R., Diana, N., Koesdijarto, R., Adi, S., & Hermawan, S. (2020). Studi Netnografi Tentang Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Ma. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, *18*(2).

Cesarino, L. (2019). Fractal identity and representation in bolsonarism: The king's digital body, conservantism-neoliberalism bivalence, and fractal personhood. *Revista de Antropologia*, *62*(3), 530–557. https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.2019.165232

Hayati, M. N. (2023). Praktik Self-Tracking di Media Sosial Pemuda pada Transisi Menuju Dunia Kerja. *Jurnal Studi Pemuda*, *11*(2), 103. https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.82700

Huang, P. H. (2020). Learning Identity-Invariant Motion Representations for Cross-ID Face Reenactment. *Proceedings of the IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition*, 7082–7090. https://doi.org/10.1109/CVPR42600.2020.00711

Jaspal, R. (2020). Social representations, identity threat, and coping amid COVID-19. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, *12*. https://doi.org/10.1037/tra0000773

Karagöz, D. (2022). Tourists' Need for Uniqueness as a Representation of Differentiated Identity. *Journal of Travel Research*, *61*(1), 76–92. https://doi.org/10.1177/0047287520972804

Kong, X. (2021). VOPRec: Vector Representation Learning of Papers with Text Information and Structural Identity for Recommendation. *IEEE Transactions on Emerging Topics in Computing*, *9*(1), 226–237. https://doi.org/10.1109/TETC.2018.2830698

Li, X. (2020). Gait recognition via semi-supervised disentangled representation learning to identity and covariate features. *Proceedings of the IEEE Computer Society Conference on*

Computer Vision and Pattern Recognition, 13306–13316. https://doi.org/10.1109/CVPR42600.2020.01332

Mulyana, A. (2022a). *Social Construction of New Media in Cyberspace*. Rekacipta Proxy Media.

Mulyana, A. (2022b). *Social Construction of New Media in Cyberspace*. Rekacipta Proxy Media.

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset media Siber (Cybermedia) Edisi pertama*. Prenadamedia Group.

Nasrullah, R. (2018a). *Khalayak Media: Identitas, Ideologi, dan Perilaku pada era digital*. Simbiosa Rekatama Media.

Nasrullah, R. (2018b). *Khalayak Media : Identitas, Ideologi, dan Perilaku pada era digital*. Simbiosa Rekatama Media.

Nuñez, I. (2021). Sustaining Bilingual–Biliterate Identities: Latinx Preservice Teachers' Narrative Representations of Bilingualism and Biliteracy Across Time and Space. *Journal of Teacher Education*, *72*(4), 419–430. https://doi.org/10.1177/0022487120954360

Rahbari, L. (2019). The female body as the bearer of national identity in Iran: a critical discourse analysis of the representation of women's bodies in official online outlets. *Gender, Place and Culture*, *26*(10), 1417–1437. https://doi.org/10.1080/0966369X.2018.1555147

Salamah, U.-, & Yananda, M. R. (2019). Constructing A Smart City Brand Identity: The Case of South Tangerang. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, *7*(3). https://doi.org/10.7454/jki.v7i3.9776

Saleem, M. (2019). Muslim Americans' Responses to Social Identity Threats: Effects of Media Representations and Experiences of Discrimination. *Media Psychology*, *22*(3), 373–393. https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1302345

Savchenko, A. V. (2019). Efficient facial representations for age, gender and identity recognition in organizing photo albums using multi-output ConvNet. *PeerJ Computer Science*, *2019*(6). https://doi.org/10.7717/peerj-cs.197

Shi, W. (2022). IRANet: Identity-relevance aware representation for cloth-changing person re-identification. *Image and Vision Computing*, *117*. https://doi.org/10.1016/j.imavis.2021.104335

Sisnawar, W. C., Karimah, K. El, & Zein, D. (2023). Penggunaan Fitur Closefriend Instagram Sebagai Bentuk Self Disclosure. *Comdent: Communication Student Journal*, *1*(1), 134. https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45736

Touati, R. (2020). Comparative genomic signature representations of the emerging COVID-19 coronavirus and other coronaviruses: High identity and possible recombination between Bat and Pangolin coronaviruses. *Genomics*, *112*(6), 4189–4202. https://doi.org/10.1016/j.ygeno.2020.07.003

Tsantani, M. (2019). Faces and voices in the brain: A modality-general person-identity representation in superior temporal sulcus. *NeuroImage*, *201*. https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2019.07.017

Tu, X. (2020). Learning Generalizable and Identity-Discriminative Representations for Face Anti-Spoofing. *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology*, *11*(5). https://doi.org/10.1145/3402446

Wang, Y. (2023). Heterogeneous Network Representation Learning Approach for Ethereum Identity Identification. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, *10*(3), 890–899. https://doi.org/10.1109/TCSS.2022.3164719

Wuttke, S. J. (2019). The P200 predominantly reflects distance-to-norm in face space whereas the N250 reflects activation of identity-specific representations of known faces. *Biological Psychology*, *140*, 86–95. https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2018.11.011

Yusuf, M. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media. https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ

Yusuf, M. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif \& Penelitian Gabungan*. Prenada Media.