

PENGARUH IDENTITAS VIRTUAL DAN IDENTITAS NYATA DI INSTAGRAM TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI GENERASI Z DALAM BERKOMUNIKASI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI

Nanda Nur Fiana¹, Indah Yunia Putri², Putri Ramadhaniyah³, Fany Rahmadany⁴
2401030042@students.unis.ac.id¹, 2401030119@students.unis.ac.id²,
2401030164@students.unis.ac.id³, 2401030044@students.unis.ac.id⁴
Universitas Islam Syekh - Yusuf Tangerang

ABSTRAK

Platform media sosial, terutama Instagram, telah membentuk ruang baru bagi generasi Z untuk menunjukkan bagian dari diri mereka. Banyak kali, cara seseorang menampilkan identitas di media sosial tidak sesuai dengan siapa mereka sebenarnya dalam kehidupan nyata. Perbedaan ini bisa memengaruhi kemampuan seseorang dalam merasa percaya diri saat berinteraksi, baik secara online maupun langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana identitas digital dan identitas asli di Instagram mempengaruhi rasa percaya diri generasi Z dalam berkomunikasi, khususnya di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara memberikan kuesioner kepada 80 mahasiswa aktif jurusan ilmu komunikasi yang sering menggunakan Instagram. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis melalui beberapa uji, yaitu uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, serta pengujian asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alat penelitian yang digunakan valid dan dapat dipercaya, data memiliki distribusi normal, serta terdapat hubungan linier antara variabel yang dianalisis. Dengan demikian, identitas digital dan identitas asli memang berpengaruh terhadap rasa percaya diri generasi Z dalam berkomunikasi.

Kata Kunci: Identitas Digital, Identitas Asli, Instagram, Rasa Percaya Diri, Generasi Z.

ABSTRACT

Social media platforms, especially instagram, have created a new space for generation z to express parts of themselves. often, the way individuals present their identity on social media does not align with who they truly are in real life. this difference can influence a person's ability to feel confident when interacting, both online and face to face. this study aims to examine how digital identity and real identity on instagram affect the self-confidence of generation z in communication, particularly among communication science students. this research employs a quantitative method by distributing questionnaires to 80 active communication science students who frequently use instagram. the collected data were then analyzed through validity testing, reliability testing, normality testing, and classical assumption tests. the results indicate that the research instruments used are valid and reliable, the data are normally distributed, and there is a linear relationship between the variables analyzed. therefore, digital identity and real identity do have an influence on the self-confidence of generation z in communication.

Keywords: Digital Identity, Real Identity, Instagram, Self-Confidence, Generation Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan menunjukkan diri. Media sosial kini bukan hanya digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga menjadi tempat bagi orang-orang untuk membangun dan menampilkan identitas mereka. Salah satu media sosial yang paling populer adalah Instagram. Dengan mengunggah foto, video, tulisan, serta berinteraksi di kolom komentar, pengguna bisa menentukan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Menurut Rambatan Rakanda et al (2020), Instagram berperan sebagai media yang memungkinkan pengguna, khususnya Generasi Z, membentuk dan menampilkan identitas diri secara sadar sesuai dengan citra

yang ingin ditampilkan kepada publik.

Generasi Z lahir dan besar di tengah perkembangan teknologi digital yang sangat cepat. Bagi mereka, media sosial tidak hanya sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi sudah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari. Instagram digunakan untuk menunjukkan diri sendiri, membangun hubungan dengan orang lain, serta mencari pengakuan dari sekitar. Menurut Pribadi et al (2025), Generasi Z cenderung melakukan pengungkapan diri melalui Instagram dengan menampilkan sisi diri yang dianggap menarik, positif, dan dapat diterima secara sosial.

Identitas virtual yang dibuat ini hasil dari pemilihan dan pengaturan konten, jadi tidak selalu benar-benar mencerminkan kondisi diri di kehidupan nyata. Perbedaan antara identitas di Instagram dan kehidupan sehari-hari bisa menyebabkan berbagai dampak psikologis dan sosial. Jika seseorang merasa citra dirinya di media sosial lebih baik dibandingkan kondisi nyata, hal itu bisa membuatnya merasa tidak aman, tertekan, dan ragu dengan diri sendiri. Menurut Sahraz et al (2025), ketidaksesuaian antara identitas virtual dan identitas nyata dapat memengaruhi cara individu memandang dirinya, termasuk dalam hal kepercayaan diri.

Identitas virtual yang dibuat ini hasil dari pemilihan dan pengaturan konten, jadi tidak selalu benar-benar mencerminkan kondisi diri di kehidupan nyata. Perbedaan antara identitas di Instagram dan kehidupan sehari-hari bisa menyebabkan berbagai dampak psikologis dan sosial. Jika seseorang merasa citra dirinya di media sosial lebih baik dibandingkan kondisi nyata, hal itu bisa membuatnya merasa tidak aman, tertekan, dan ragu dengan diri sendiri. Menurut Septiliani et al (2025), penggunaan Instagram, termasuk melalui akun utama maupun akun kedua, menjadi strategi bagi Generasi Z dalam menyesuaikan cara mereka menampilkan diri sesuai dengan kebutuhan sosial dan emosional.

Hal ini menunjukkan bahwa identitas yang dibuat di Instagram dapat memengaruhi sikap dan rasa percaya diri seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh identitas virtual dan identitas nyata yang dibangun oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi melalui Instagram terhadap rasa percaya diri mereka dalam berkomunikasi. Harapan dari penelitian ini adalah agar dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai hubungan antara penggunaan media sosial, pembentukan identitas diri, dan rasa percaya diri Generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi acuan bagi mahasiswa, dosen, serta pihak terkait dalam memahami dampak penggunaan Instagram terhadap pertumbuhan diri dan kemampuan berkomunikasi mahasiswa.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Jumlah responden yang terlibat adalah 80 orang, yaitu mahasiswa aktif program studi ilmu komunikasi yang semuanya merupakan pengguna Instagram. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan mengenai identitas virtual, identitas nyata, dan tingkat kepercayaan diri dalam berkomunikasi. Menurut Mustika Hanapiah & Gunasih (2018), penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif, dan metode survei dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Setelah diperoleh, data tersebut dianalisis menggunakan software SPSS melalui beberapa tahap pengujian statistik.

Hasil uji sampel menunjukkan bahwa semua responden memenuhi kriteria populasi penelitian, yaitu mahasiswa ilmu komunikasi dan pengguna aktif Instagram dengan persentase 100% untuk masing-masing kriteria. Karakteristik responden berasal dari

berbagai semester, dengan mayoritas berada di semester 3 sebesar 66,3%, serta didominasi oleh responden perempuan sebesar 66,3%. Dengan demikian, data dianggap mewakili populasi yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Sampel

Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	80	100.0	100.0	100.0

Apakah Anda menggunakan Instagram?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	80	100.0	100.0	100.0

- Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diketahui bahwa seluruh responden penelitian yang berjumlah 80 orang merupakan mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi dan pengguna Instagram, yang ditunjukkan oleh persentase sebesar 100% pada masing-masing kriteria. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden telah memenuhi kriteria populasi yang ditetapkan dalam penelitian.

2. Uji Populasi

Semester Saat Ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semester 1	8	10.0	10.0	10.0
	Semester 2	1	1.3	1.3	11.3
	Semester 3	53	66.3	66.3	77.5
	Semester 5	3	3.8	3.8	81.3
	Semester 7	15	18.8	18.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	53	66.3	66.3	66.3
	Laki-laki	27	33.8	33.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

- Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, responden penelitian berjumlah 80 orang yang berasal dari berbagai semester, dengan mayoritas berada pada Semester 3 (66,3%), serta didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan (66,3%). Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik populasi responden cukup beragam dan telah mewakili mahasiswa Ilmu Komunikasi, sehingga data penelitian layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

3. Uji Validitas

a. Variabel Identitas Virtual (X1)

		Correlations					
		Saya sering membandingkan unggahan saya dengan unggahan pengguna lain di Instagram.	Saya memilih foto terbaik agar citra saya terlihat lebih menarik di Instagram.	Saya mengedit foto atau video sebelum diposting agar terlihat lebih baik dari aslinya.	Saya menampilkan diri di Instagram dengan cara yang lebih positif dibandingkan kehidupan nyata saya.	Saya merasa perlu menjaga tampilan feed Instagram agar terlihat sesuai standar pengguna lain.	Total Skor Identitas Virtual
Saya sering membandingkan unggahan saya dengan unggahan pengguna lain di Instagram.	Pearson Correlation	1	.378***	.420***	.427***	.472***	.713***
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Saya memilih foto terbaik agar citra saya terlihat lebih menarik di Instagram.	Pearson Correlation	.378***	1	.604***	.498***	.383***	.769***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Saya mengedit foto atau video sebelum diposting agar terlihat lebih baik dari aslinya.	Pearson Correlation	.420***	.604***	1	.375***	.411***	.749***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Saya menampilkan diri di Instagram dengan cara yang lebih positif dibandingkan kehidupan nyata saya.	Pearson Correlation	.427***	.498***	.375***	1	.624***	.772***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Saya merasa perlu menjaga tampilan feed Instagram agar terlihat sesuai standar pengguna lain.	Pearson Correlation	.472***	.383***	.411***	.624***	1	.764***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Total Skor Identitas Virtual	Pearson Correlation	.713***	.769***	.749***	.772***	.764***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80	80

***. Correlation at 0.001 (2-tailed)

- Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r-hitung > r-tabel (untuk df 78 pada taraf signifikansi 0,05 adalah 0,2199), sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel Identitas Virtual dinyatakan valid.

b. Variabel Identitas Nyata (X2)

		Correlations				
		Saya merasa diri saya di kehidupan nyata berbeda dengan yang terlihat di Instagram.	Saya merasa kurang percaya diri ketika penampilan saya tidak seperti yang ada di akun Instagram saya.	Saya kadang minder saat bertemu orang yang mengenal saya dari Instagram karena takut tidak sesuai.	Saya merasa identitas asli saya kurang menarik dibanding identitas virtual saya di Instagram.	Saya khawatir saat orang menilai diri saya secara langsung setelah melihat akun Instagram saya.
Saya merasa diri saya di kehidupan nyata berbeda dengan yang terlihat di Instagram.	Pearson Correlation	1	.582***	.468***	.540***	.542***
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80
Saya merasa kurang percaya diri ketika penampilan saya tidak seperti yang ada di akun Instagram saya.	Pearson Correlation	.582***	1	.744***	.647***	.761***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80
Saya kadang minder saat bertemu orang yang mengenal saya dari Instagram karena takut tidak sesuai.	Pearson Correlation	.468***	.744***	1	.704***	.804***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80
Saya merasa identitas asli saya kurang menarik dibanding identitas virtual saya di Instagram.	Pearson Correlation	.540***	.647***	.704***	1	.768***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	80	80	80	80	80
Saya khawatir saat orang menilai diri saya secara langsung setelah melihat akun Instagram saya.	Pearson Correlation	.542***	.761***	.804***	.768***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80
Total Skor Identitas Nyata	Pearson Correlation	.733***	.878***	.873***	.860***	.912***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80

***. Correlation at 0.001 (2-tailed)

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r-hitung > r-tabel (untuk df 78 pada taraf signifikansi 0,05 adalah 0,2199), sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel Identitas Nyata dinyatakan valid.

c. Variabel Kepercayaan Diri (Y)

		Correlations					
		Saya sering merasa ragu menyampaikan pendapat dalam percakapan dengan teman sebaya.	Saya mudah merasa minder ketika berbicara dengan orang yang terlihat lebih baik dari saya.	Saya takut dinilai buruk ketika berbicara dalam situasi sosial.	Saya lebih percaya diri berkomunikasi melalui Instagram dibandingkan komunikasi langsung.	Saya sering membandingkan kemampuan komunikasi saya dengan kemampuan komunikasi teman sebaya.	Total Skor Kepercayaan Diri
Saya sering merasa ragu menyampaikan pendapat dalam percakapan dengan teman sebaya.	Pearson Correlation	1	.569***	.595***	.574***	.454***	.767***
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Saya mudah merasa minder ketika berbicara dengan orang yang terlihat lebih baik dari saya.	Pearson Correlation	.569***	1	.763***	.662***	.546***	.858***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Saya takut dinilai buruk ketika berbicara dalam situasi sosial.	Pearson Correlation	.595***	.763***	1	.653***	.418***	.825***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Saya lebih percaya diri berkomunikasi melalui Instagram dibandingkan komunikasi langsung.	Pearson Correlation	.574***	.662***	.653***	1	.670***	.873***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Saya sering membandingkan kemampuan komunikasi saya dengan kemampuan komunikasi teman sebaya.	Pearson Correlation	.454***	.546***	.418***	.670***	1	.775***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	80	80	80	80	80	80
Total Skor Kepercayaan Diri	Pearson Correlation	.767***	.858***	.825***	.873***	.775***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80	80

***. Correlation at 0.001 (2-tailed)

- Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r-hitung > r-tabel (untuk df 78 pada taraf signifikansi 0,05 adalah 0,2199), sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel Kepercayaan Diri dinyatakan valid.

4. Uji Realibilitas

a. Variabel Identitas Virtual (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	5

- Nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,809 \geq 0,60$, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

b. Variabel Identitas Nyata (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	5

- Nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,906 \geq 0,60$, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

c. Variabel Kepercayaan Diri (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

- Nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,875 \geq 0,60$, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.50986547
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.044
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.373
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

- Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 > 0,05, sehingga data residual dari variabel Identitas Virtual (X1), Identitas Nyata (X2), dan Kepercayaan Diri (Y) dinyatakan berdistribusi normal.

6. Uji Linearitas

- a. Variabel Identitas Virtual (X1) → Variabel Kepercayaan Diri (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total Skor Kepercayaan Diri * Total Skor Identitas Virtual	Between Groups	(Combined)	688.960	17	40.527	3.016	<.001
		Linearity	514.565	1	514.565	38.297	<.001
		Deviation from Linearity	174.395	16	10.900	.811	.668
	Within Groups		833.040	62	13.436		
	Total		1522.000	79			

Nilai signifikansi Linearity < 0,05 dan Deviation from Linearity > 0,05, sehingga hubungan antara Identitas Virtual dan Kepercayaan Diri dinyatakan Linearitas

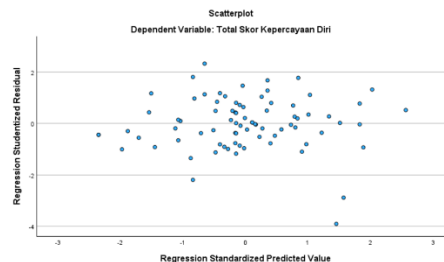
- b. Variabel Identitas Nyata (X2) → Variabel Kepercayaan Diri (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total Skor Kepercayaan Diri * Total Skor Identitas Nyata	Between Groups	(Combined)	1099.333	16	68.708	10.241	<.001
		Linearity	979.966	1	979.966	146.067	<.001
		Deviation from Linearity	119.368	15	7.958	1.186	.306
	Within Groups		422.667	63	6.709		
	Total		1522.000	79			

Nilai signifikansi Linearity < 0,05 dan Deviation from Linearity > 0,05, sehingga hubungan antara Identitas Nyata dan Kepercayaan Diri dinyatakan Linearitas.

7. Uji Homoskedastisitas



Grafik scatterplot menunjukkan sebaran residual yang acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

KESIMPULAN

Hal ini menunjukkan bahwa identitas yang dibuat di Instagram dapat memengaruhi sikap dan rasa percaya diri seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh identitas virtual dan identitas nyata yang dibangun oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi melalui Instagram terhadap rasa percaya diri mereka dalam berkomunikasi. Harapan dari penelitian ini adalah agar dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai hubungan antara penggunaan media sosial, pembentukan identitas diri, dan rasa percaya diri Generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi acuan bagi mahasiswa, dosen, serta pihak terkait dalam memahami dampak penggunaan Instagram terhadap pertumbuhan diri dan kemampuan berkomunikasi mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Mustika Hanapiah, R., & Gunasih, A. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Ratna Mustika Hanapiah, Anika Gunasih. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i2>
- Pribadi, A., Yenrizal, & Indasari, F. (2025). Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial PENGUNGKAPAN DIRI GENERASI Z MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa FISIP UIN Raden Fatah Palembang). 11(6), 2025.
- Rambatian Rakanda, D., Rochayanti, C., & Arofah, K. (2020). INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI GENERASI Z.
- Sahraz, A., Lily, A., & Syah, A. (2025). Media Sosial Membentuk dan Memengaruhi Identitas Sosial Generasi Z Di Kecamatan Bandung Kidul. *Multidisciplinary Research Journal*, 1(1), 6–10. <https://doi.org/10.70716/murej.v1i1.10>
- Septiliani, A., Qusnul Khotimah, W., & Prasetya, H. (2025). Keterbukaan Diri Perempuan Generasi Z di Jakarta Selatan Melalui Penggunaan Second Account di Media Sosial Instagram.