



**DIGITAL SELF – PRESENTATION MELALUI FILTER INSTAGRAM DALAM
PEMBENTUKAN CITRA DIRI GENERASI Z DI KOTA SINGARAJA**

Ketut Ardhika Dharmajaya¹, I Putu Mardika², I Gede Teguh Heriawan³

Institut Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan^{1,2,3}

e-mail: dharmajaya004@gmail.com¹, putumardika88@gmail.com²

gedeteguh@stahnmpukuturan.ac.id³

Diterima: 6/6/2026; Direvisi: 13/6/2026; Diterbitkan: 21/6/2026

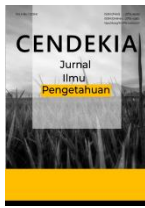
ABSTRAK

Penggunaan filter Instagram yang semakin intensif di kalangan Generasi Z berpotensi membentuk citra diri digital yang berbeda dari kondisi nyata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *digital self-presentation* Generasi Z di Kota Singaraja melalui penggunaan filter Instagram sebagai instrumen pembentukan citra diri. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan sembilan informan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teori *Uses and Gratifications*, Dramaturgi Erving Goffman, dan konsep *simulacra* Jean Baudrillard. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata informan menggunakan filter pada 79% unggahan konten mereka. Penggunaan filter dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Dalam perspektif Dramaturgi, filter berfungsi sebagai sarana manajemen impresi pada *front stage* untuk membangun citra diri ideal yang berbeda dari *back stage*. Selain itu, penggunaan filter yang intensif menghasilkan *simulacra* yang mendorong terbentuknya kondisi *hyperreality*, ketika citra digital lebih dominan dibandingkan realitas fisik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa filter Instagram tidak hanya berfungsi sebagai fitur estetika, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam pembentukan identitas digital Generasi Z. Keterbatasan penelitian terletak pada jumlah informan yang terbatas dan cakupan penelitian yang hanya berfokus pada Kota Singaraja

Kata Kunci: *Digital Self-Presentation, Filter Instagram, Generasi Z.*

ABSTRACT

The intensive use of Instagram filters among Generation Z has the potential to shape digital self-images that differ from actual conditions. This study aims to analyze the practice of digital self-presentation among Generation Z in Singaraja through the use of Instagram filters as a tool for self-image construction. This research employed a descriptive qualitative approach involving nine informants selected through purposive sampling. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and analyzed using the Uses and Gratifications theory, Erving Goffman's Dramaturgy, and Jean Baudrillard's concept of simulacra. The findings revealed that, on average, informants used filters in 79% of their content uploads. The use of filters was intended to fulfill cognitive, affective, personal integration, social integration, and tension-release needs. From a Dramaturgical perspective, filters function as impression management tools on the front stage, enabling individuals to construct idealized self-images that differ from those presented on the back stage. Furthermore, the intensive use of filters produces simulacra that contribute to the emergence of hyperreality, where digital images



become more dominant than physical reality. This study concludes that Instagram filters serve not only as aesthetic features but also as important instruments in the construction of Generation Z's digital identity. The limitations of this study include the small number of informants and its focus solely on Generation Z in Singaraja.

Keywords: *Digital Self-Presentation, Instagram Filters, Generation Z.*

PENDAHULUAN

Setiap individu memiliki kecenderungan untuk menampilkan dirinya kepada orang lain melalui berbagai bentuk interaksi sosial. Proses ini dikenal sebagai *self-presentation*, yaitu upaya individu untuk membangun kesan dan citra tertentu di hadapan orang lain melalui perilaku, ekspresi, maupun simbol yang ditampilkan (Handayani & Maria, 2022). Dalam kehidupan sosial, *self-presentation* dilakukan untuk memperoleh penerimaan, pengakuan, serta membangun hubungan dengan lingkungan sosial (Arnani, 2023). Seiring perkembangan teknologi digital, praktik tersebut tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, melainkan berkembang ke ruang virtual yang memungkinkan individu mengelola representasi dirinya secara lebih selektif dan strategis. Pada kondisi ideal, media sosial menjadi ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri secara autentik dan membangun relasi sosial yang sehat. Namun, pada praktiknya, berbagai fitur digital justru mendorong individu untuk menampilkan versi diri yang telah dikonstruksi sedemikian rupa sehingga tidak selalu mencerminkan kondisi nyata yang dimiliki.

Perkembangan media sosial telah melahirkan praktik *digital self-presentation*, yaitu upaya individu mengelola identitas dan citra dirinya di ruang digital. Instagram menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan untuk tujuan tersebut karena menyediakan berbagai fitur visual yang memungkinkan pengguna menampilkan representasi diri sesuai dengan citra yang diinginkan (Adilia & Wijayani, 2023). Bagi Generasi Z, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas, memperoleh validasi sosial, dan mengekspresikan diri kepada audiens digital (Hernández-Serrano et al., 2022; Shehzad et al., 2025). Berbagai strategi dilakukan dalam proses tersebut, seperti penggunaan *second account*, pengelolaan *self-disclosure*, serta pemanfaatan fitur visual untuk membangun identitas dan citra diri yang diharapkan (Amelia, 2024; Nugraha et al., 2023; Tandres & Winduwati, 2024). Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang negosiasi identitas yang memungkinkan mereka mengonstruksi citra diri sesuai ekspektasi sosial di lingkungan digital.

Salah satu fitur yang banyak digunakan dalam praktik *digital self-presentation* adalah filter Instagram. Fitur ini memungkinkan pengguna memodifikasi tampilan wajah maupun elemen visual lainnya sehingga menghasilkan representasi diri yang dianggap lebih menarik. Penggunaan filter tidak hanya didorong oleh kebutuhan estetika, tetapi juga oleh motif memperoleh perhatian, mengikuti tren, meningkatkan kepercayaan diri, dan membangun citra diri yang lebih positif di media sosial (Sari & Susilawati, 2022; Ibáñez-Sánchez et al., 2022). Penelitian Rohani dan Febriana (2024) menunjukkan bahwa filter Instagram dapat meningkatkan kepercayaan diri pengguna, sedangkan penelitian Sulaiman et al. (2023) menemukan bahwa penggunaan filter berbasis *augmented reality* telah menjadi bagian dari aktivitas komunikasi visual generasi muda. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak menyoroti dampak psikologis dan fungsi estetika filter, sementara kajian yang

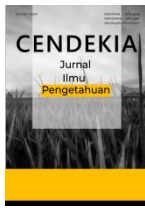


secara khusus menjelaskan filter sebagai instrumen utama *digital self-presentation* dan pembentukan identitas digital masih relatif terbatas.

Di sisi lain, penggunaan filter secara intensif juga menimbulkan berbagai implikasi psikologis dan sosial. Modifikasi visual yang dilakukan secara berulang berpotensi membentuk standar penampilan yang tidak realistis dan memengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri (Ozimek et al., 2023). Penelitian Millenia dan Hidayat (2025) menunjukkan bahwa penggunaan filter media sosial dapat memunculkan ketidakpuasan terhadap kondisi fisik nyata akibat adanya perbedaan antara citra digital dan realitas. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep *simulacra* dan *hyperreality*, yaitu kondisi ketika representasi digital menjadi lebih dominan dibandingkan realitas fisik yang sebenarnya (Saumantri & Zikrillah, 2020; Nurhalizah et al., 2022). Namun, penelitian terdahulu umumnya menggunakan perspektif tunggal, baik *Uses and Gratifications*, Dramaturgi, maupun *simulacra*, sehingga belum mampu menjelaskan secara komprehensif hubungan antara motif penggunaan filter, strategi pengelolaan kesan, dan pembentukan realitas digital pada Generasi Z. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan teoritis yang memerlukan pendekatan integratif.

Fenomena penggunaan filter Instagram juga ditemukan pada Generasi Z di Kota Singaraja. Berdasarkan observasi nonpartisipan yang dilakukan selama dua bulan terhadap aktivitas akun Instagram informan, peneliti mengamati frekuensi penggunaan filter, jenis filter yang digunakan, bentuk konten yang diunggah, serta respons audiens berupa jumlah tanda suka, komentar, dan tanggapan pada unggahan. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa delapan dari sepuluh calon informan secara aktif menggunakan filter pada sebagian besar unggahan *stories* maupun *feed* mereka. Dokumentasi penelitian berupa tangkapan layar unggahan, arsip *stories*, dan data profil akun digunakan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan empiris karena penggunaan filter telah menjadi bagian penting dalam aktivitas bermedia sosial Generasi Z di Kota Singaraja, tetapi fenomena tersebut belum banyak dikaji secara mendalam. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan di kota-kota besar sehingga masih terbatas penelitian yang mengkaji praktik *digital self-presentation* Generasi Z di daerah nonmetropolitan seperti Kota Singaraja.

Penelitian ini melibatkan sembilan informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* karena dianggap mampu memberikan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian (Patton, sebagaimana dikutip dalam Waruwu, 2024). Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas hubungan Instagram dengan *self-presentation*, *body image*, identitas digital, dan penggunaan media sosial (Fakhrurrozi et al., 2025; Simon & Agustina, 2025; Oktavia Sutarman & Agustina, 2025; Sahrani et al., 2026). Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengintegrasikan perspektif *Uses and Gratifications*, Dramaturgi Erving Goffman, dan konsep *simulacra* Jean Baudrillard untuk menjelaskan penggunaan filter Instagram sebagai instrumen pembentukan citra diri digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis penggunaan filter Instagram dalam praktik *digital self-presentation* Generasi Z di Kota Singaraja serta menjelaskan motif penggunaan, strategi pengelolaan kesan, dan implikasinya terhadap pembentukan citra diri digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi ketiga perspektif teoritis tersebut dalam menjelaskan hubungan antara penggunaan filter, konstruksi identitas digital, dan pembentukan *hyperreality* pada Generasi Z di daerah nonmetropolitan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi digital dan identitas digital dengan menunjukkan bahwa filter Instagram tidak hanya berfungsi sebagai fitur estetika, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam proses negosiasi identitas dan pembentukan realitas sosial di ruang digital.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami praktik *digital self-presentation* melalui penggunaan filter Instagram pada Generasi Z di Kota Singaraja. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan pemaknaan informan terhadap fenomena yang diteliti dalam konteks kehidupan sehari-hari (Waruwu, 2024). Subjek penelitian terdiri atas sembilan informan Generasi Z yang berdomisili di Kota Singaraja dan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu berusia 18–27 tahun, aktif menggunakan Instagram minimal satu tahun, memiliki akun Instagram yang aktif digunakan, serta secara rutin memanfaatkan filter pada unggahan *stories* maupun *feed*. Data dikumpulkan melalui observasi nonpartisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi nonpartisipan dilakukan selama dua bulan dengan mengamati aktivitas akun Instagram informan yang meliputi frekuensi penggunaan filter, jenis filter yang digunakan, bentuk konten yang diunggah, serta respons audiens berupa jumlah tanda suka, komentar, dan tanggapan terhadap unggahan.

Dokumentasi yang dikumpulkan berupa tangkapan layar unggahan *feed*, arsip *stories* yang masih tersedia, tampilan profil akun, serta rekaman interaksi pada unggahan yang menggunakan filter Instagram. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan perspektif *Uses and Gratifications* untuk mengidentifikasi motif penggunaan filter, Dramaturgi untuk memahami strategi pengelolaan kesan dan presentasi diri di media sosial, serta *Simulacra* untuk menjelaskan pembentukan representasi digital dan kecenderungan munculnya *hyperreality*. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keabsahan temuan, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, metode, dan teori sehingga data yang diperoleh dapat diverifikasi dari berbagai sudut pandang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Praktik penggunaan filter Instagram menjadi salah satu indikator penting dalam memahami bagaimana Generasi Z membangun dan menampilkan identitas dirinya di ruang digital. Penggunaan filter tidak hanya berkaitan dengan aspek estetika, tetapi juga mencerminkan cara pengguna mengelola tampilan visual sebelum berinteraksi dengan audiens media sosial. Untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat pemanfaatan filter dalam aktivitas bermedia sosial, peneliti melakukan pengamatan terhadap unggahan Instagram para informan. Hasil pengamatan tersebut disajikan pada Tabel 1 yang menggambarkan kecenderungan penggunaan filter pada konten Instagram informan.

Tabel 1. Intensitas Penggunaan Filter pada Konten Instagram Informan

Informan	Jumlah Postingan	Total Postingan dengan Filter	Persentase (%)
Ni Kadek Nindi	113	80	70,8
Komang Amanda R.P.	88	70	79,5
Kadek Gayatri	89	73	82,0
Gede Widiarta	10	8	80,0
Gede Arik Ardika	213	159	74,6
Made Ayu Aprilia	95	75	78,9

Komang Laksmi Dewi	13	12	92,3
Ketut Suka R.J.	70	59	84,3
I Gusti Kompyang A.A.S.	59	41	69,5
Rata-rata	–	–	79,0

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1, penggunaan filter terlihat telah menjadi bagian yang terintegrasi dalam aktivitas unggahan Instagram para informan. Temuan ini menunjukkan bahwa proses penyuntingan visual dipandang sebagai langkah yang penting sebelum konten dipublikasikan kepada audiens. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa pemilihan filter dilakukan secara sadar untuk menghasilkan tampilan yang dianggap lebih sesuai dengan citra diri yang ingin ditampilkan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa filter tidak hanya berfungsi sebagai fitur pendukung visual, tetapi juga menjadi sarana dalam membentuk representasi diri di lingkungan digital.

Selain mengetahui tingkat penggunaan filter, penelitian ini juga berupaya memahami alasan yang melatarbelakangi pemanfaatan filter Instagram oleh para informan. Setiap informan memiliki pertimbangan yang berbeda dalam memilih dan menggunakan filter sesuai dengan kebutuhan serta tujuan yang ingin dicapai melalui unggahannya. Melalui wawancara mendalam, ditemukan sejumlah motif yang mendorong penggunaan filter dalam aktivitas bermedia sosial. Klasifikasi alasan penggunaan filter oleh informan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Klasifikasi Alasan Penggunaan Filter pada Konten Instagram

No.	Alasan Penggunaan Filter	Informan Terkait
1	Meningkatkan rasa percaya diri	Ni Kadek Nindi, Kadek Gayatri, Gede Widiarta, Gede Arik Ardika, I Gusti Kompyang A.A.S.
2	Memperbaiki kualitas visual	Ni Kadek Nindi, Komang Amanda R.P., Kadek Gayatri, Gede Widiarta, Gede Arik Ardika, Made Ayu Aprilia, Komang Laksmi Dewi
3	Menutupi kekurangan fisik	Komang Amanda R.P., Made Ayu Aprilia, Komang Laksmi Dewi, I Gusti Kompyang A.A.S., Gede Arik Ardika
4	Kebutuhan <i>personal branding</i> dan tampilan profesional	Komang Amanda R.P., Gede Widiarta, Gede Arik Ardika, Made Ayu Aprilia, Komang Laksmi Dewi, Ketut Suka R.J.
5	Mengikuti tren visual yang sedang populer	Ni Kadek Nindi, Komang Amanda R.P., Kadek Gayatri, Gede Widiarta, Gede Arik Ardika, Made Ayu Aprilia, I Gusti Kompyang A.A.S.

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2, penggunaan filter Instagram dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan yang mencakup aspek personal, sosial, dan estetis. Temuan ini menunjukkan bahwa filter dimanfaatkan tidak hanya untuk memperbaiki tampilan visual konten, tetapi juga sebagai sarana untuk mendukung cara pengguna menampilkan dirinya kepada audiens. Keberagaman motif yang ditemukan mengindikasikan bahwa penggunaan filter memiliki fungsi yang lebih kompleks dibandingkan sekadar mengikuti perkembangan fitur media sosial. Dengan demikian, filter dapat dipahami sebagai salah satu instrumen yang digunakan pengguna untuk mengelola kesan dan membangun citra diri dalam interaksi digital.

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan filter Instagram dalam pembentukan citra diri, penelitian ini tidak hanya berfokus pada frekuensi penggunaan filter, tetapi juga mengeksplorasi makna yang diberikan pengguna terhadap pengalaman tersebut. Analisis wawancara menunjukkan bahwa filter telah menjadi bagian dari praktik presentasi diri di media sosial yang digunakan untuk mengelola kesan, membangun identitas digital, serta menyesuaikan penampilan dengan ekspektasi audiens. Pengalaman yang disampaikan informan memperlihatkan adanya berbagai pertimbangan psikologis dan sosial dalam penggunaan filter, mulai dari kebutuhan akan pengakuan sosial hingga upaya menampilkan diri secara lebih menarik di ruang digital. Berbagai temuan tersebut kemudian dirangkum ke dalam beberapa tema utama yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Wawancara Mengenai Penggunaan Filter Instagram dan Citra Diri

Tema Temuan	Ringkasan Hasil Wawancara	Informan Pendukung
Alasan menggunakan filter	Informan menggunakan filter untuk meningkatkan kualitas visual unggahan, menutupi kekurangan fisik, serta meningkatkan rasa percaya diri saat mengunggah foto atau video.	Gede Arik Ardika, Luh Putu Suartini, Made Ayu Aprilia, Komang Laksmi Dewi
Peningkatan kepercayaan diri	Seluruh informan menyatakan bahwa penggunaan filter membuat mereka merasa lebih percaya diri karena wajah terlihat lebih cerah, mulus, menarik, dan sesuai dengan standar visual yang diinginkan.	Seluruh informan
Pembentukan citra diri	Filter digunakan untuk membangun personal branding dan menampilkan identitas tertentu, seperti terlihat profesional, menarik, independen, tenang, atau lebih ideal di media sosial.	Gede Arik Ardika, Luh Putu Suartini, Made Ayu Aprilia, Komang Laksmi Dewi
Menampilkan diri yang lebih ideal	Informan mengakui bahwa filter membantu menampilkan versi diri yang dianggap lebih sempurna dibandingkan kondisi nyata, terutama dalam menyamarkan jerawat, warna kulit, pori-pori, dan bentuk wajah.	Seluruh informan
Perbedaan identitas daring dan luring	Sebagian informan mengakui bahwa citra diri di Instagram berbeda dengan kehidupan nyata. Di media sosial mereka cenderung menampilkan sisi yang lebih rapi, tenang, dan menarik dibandingkan perilaku sehari-hari.	Gede Arik Ardika, Made Ayu Aprilia, Komang Laksmi Dewi
Pengaruh respons sosial	Likes, komentar, dan tanggapan pengguna lain memengaruhi penggunaan filter karena unggahan berfilter umumnya memperoleh respons yang lebih positif dibandingkan unggahan tanpa filter.	Gede Arik Ardika, Made Ayu Aprilia, Komang Laksmi Dewi
Kebiasaan melihat diri dalam versi berfilter	Beberapa informan mengaku terbiasa melihat diri dalam versi yang telah dimodifikasi filter sehingga muncul kecenderungan membandingkan diri asli dengan tampilan digital yang lebih ideal.	Gede Arik Ardika, Made Ayu Aprilia
Pengaruh terhadap standar kecantikan	Informan menilai filter Instagram berkontribusi pada meningkatnya standar kecantikan dan ketampanan di lingkungan sosial karena menampilkan wajah yang lebih sempurna dan menarik.	Seluruh informan



Dampak terhadap hubungan sosial dan penilaian sosial	Filter memengaruhi cara orang menilai individu lain. Penampilan di media sosial sering menjadi dasar pembentukan kesan awal sebelum bertemu secara langsung.	Seluruh informan
--	--	------------------

Berdasarkan hasil Tabel 3 reduksi dan kategorisasi data wawancara, terlihat bahwa penggunaan filter Instagram memiliki keterkaitan yang erat dengan proses konstruksi citra diri di media sosial. Temuan menunjukkan bahwa filter tidak lagi dipahami sekadar sebagai fitur pengeditan visual, melainkan sebagai sarana yang membantu individu mengelola bagaimana dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Selain itu, muncul indikasi bahwa interaksi sosial yang terjadi di Instagram turut memengaruhi cara pengguna memandang dan mengevaluasi penampilan dirinya sendiri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan filter berperan dalam membentuk pengalaman sosial pengguna sekaligus memengaruhi standar penampilan yang berkembang dalam lingkungan digital.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan filter Instagram oleh Generasi Z di Kota Singaraja didorong oleh berbagai kebutuhan, mulai dari memperoleh informasi mengenai tren visual, meningkatkan rasa percaya diri, membangun identitas digital, memperoleh pengakuan sosial, hingga menciptakan pengalaman bermedia sosial yang lebih menyenangkan. Dalam perspektif *Uses and Gratifications*, kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih fitur yang dianggap mampu memberikan kepuasan sesuai dengan kebutuhan psikologis dan sosialnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hasny et al. (2021) yang menemukan bahwa penggunaan media sosial berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan sosial dan pengakuan diri, serta penelitian Ibáñez-Sánchez et al. (2022) yang menunjukkan bahwa filter berbasis *augmented reality* digunakan karena mampu memberikan pengalaman yang menarik, kreatif, dan memuaskan bagi pengguna. Namun, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih menekankan fungsi media sosial atau filter sebagai sarana hiburan dan kreativitas, penelitian ini menunjukkan bahwa filter Instagram juga berfungsi sebagai medium gratifikasi yang secara sadar dimanfaatkan untuk membangun citra diri dan memperoleh validasi sosial. Temuan ini memperluas perspektif *Uses and Gratifications* dengan menempatkan filter Instagram sebagai instrumen pemenuhan kebutuhan identitas digital dan bukan sekadar fitur pendukung komunikasi visual.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa filter digunakan untuk meningkatkan kenyamanan saat mengunggah konten serta membantu informan menampilkan versi diri yang dianggap lebih baik. Sebagian besar informan mengaku lebih percaya diri ketika menggunakan filter karena dapat memperbaiki pencahayaan, meratakan warna kulit, atau menyamarkan kekurangan fisik tertentu. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Rohani dan Febriana (2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan filter dapat meningkatkan kepercayaan diri remaja, serta penelitian Ozimek et al. (2023) yang menjelaskan bahwa proses penyuntingan visual pada media sosial berpengaruh terhadap persepsi daya tarik diri. Akan tetapi, penelitian ini menemukan bahwa peningkatan kepercayaan diri tersebut tidak hanya berkaitan dengan persepsi diri secara individual, melainkan juga dipengaruhi oleh keinginan untuk memperoleh penerimaan sosial dan mempertahankan citra diri yang sesuai dengan ekspektasi audiens digital. Dengan demikian, kepercayaan diri yang dibangun melalui penggunaan filter bersifat

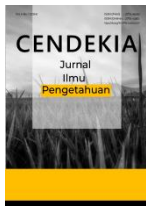


relasional karena dipengaruhi oleh interaksi dan penilaian yang diperkirakan akan diberikan oleh pengguna lain di media sosial.

Dalam perspektif Dramaturgi, penggunaan filter Instagram menunjukkan adanya praktik *impression management* dalam ruang digital. Seluruh informan melakukan proses seleksi sebelum mengunggah konten, seperti memilih foto terbaik, mencoba beberapa filter, mengatur sudut pengambilan gambar, serta menyesuaikan pencahayaan dan latar belakang. Beberapa informan bahkan menghapus atau mengulang pengambilan foto apabila hasil visual dianggap belum sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan. Praktik tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram berfungsi sebagai *front stage*, yaitu ruang tempat identitas yang telah dipersiapkan ditampilkan kepada audiens. Temuan ini mendukung penelitian Adilia dan Wijayani (2023), Arnani (2023), serta Fakhurrozi et al. (2025) yang menemukan bahwa pengguna Instagram secara aktif mengonstruksi identitas ideal melalui berbagai elemen visual yang tersedia pada platform media sosial. Namun, penelitian ini memberikan penjelasan yang lebih mendalam dengan menunjukkan bahwa filter Instagram berfungsi sebagai *digital props* yang digunakan individu untuk mengendalikan kesan yang diterima audiens. Temuan ini memperluas konsep Dramaturgi Goffman karena pengelolaan kesan pada era digital tidak hanya dilakukan melalui perilaku dan bahasa, tetapi juga melalui rekonstruksi visual berbasis teknologi.

Di balik tampilan yang dipublikasikan pada Instagram, penelitian ini juga menemukan adanya ruang privat yang tidak sepenuhnya diperlihatkan kepada audiens. Sebagian informan mengungkapkan bahwa tidak semua kondisi diri, aktivitas, maupun perasaan mereka ditampilkan melalui unggahan media sosial. Beberapa aspek sengaja disembunyikan karena dianggap terlalu personal atau tidak sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Temuan ini menunjukkan keberadaan *back stage*, yaitu ruang tempat individu mempersiapkan, mengevaluasi, dan mengendalikan informasi sebelum ditampilkan kepada publik. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Amelia (2024) mengenai praktik pengelolaan identitas pada media sosial serta penelitian Tandres dan Winduwati (2024) yang menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung melakukan pengaturan informasi diri untuk menjaga citra yang ditampilkan kepada audiens. Meskipun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa batas antara *front stage* dan *back stage* pada media sosial menjadi semakin fleksibel karena filter memungkinkan individu menampilkan identitas yang telah direayasa secara visual tanpa harus mengungkapkan kondisi dirinya secara utuh. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menciptakan ruang baru bagi proses negosiasi identitas digital.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa filter Instagram tidak hanya berfungsi memperbaiki kualitas visual, tetapi juga berperan dalam membentuk representasi diri yang telah dimodifikasi. Sebagian informan menggunakan filter untuk menyamarkan kekurangan fisik, memperhalus tekstur wajah, atau menghasilkan tampilan yang lebih sesuai dengan standar estetika yang berkembang di media sosial. Dalam perspektif *simulacra*, kondisi tersebut menunjukkan bahwa representasi digital mulai bergerak menjauh dari kondisi fisik yang sebenarnya karena citra yang ditampilkan telah mengalami proses rekonstruksi visual. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sulaiman et al. (2023) yang menunjukkan bahwa filter wajah berbasis *augmented reality* digunakan untuk menghasilkan tampilan yang dianggap lebih menarik, serta penelitian Millenia dan Hidayat (2025) yang menemukan adanya pengaruh filter terhadap pembentukan citra diri pengguna media sosial. Namun, penelitian ini menemukan bahwa proses rekonstruksi visual tersebut tidak selalu mengarah pada penggantian identitas



asli, melainkan lebih banyak digunakan sebagai sarana untuk menampilkan versi diri yang dianggap lebih ideal dan lebih dapat diterima dalam lingkungan digital.

Meskipun demikian, data penelitian tidak menunjukkan bahwa informan telah sepenuhnya menggantikan realitas fisiknya dengan identitas digital yang dibentuk melalui filter. Informan masih menyadari adanya perbedaan antara tampilan digital dan kondisi diri yang sebenarnya. Oleh karena itu, temuan penelitian ini lebih tepat ditempatkan pada tahap simulasi yang menutupi atau memodifikasi realitas, bukan pada kondisi *simulacra* murni yang sepenuhnya terlepas dari realitas dasar. Hasil ini sekaligus memperkuat temuan Nurhalizah et al. (2022) bahwa media sosial berpotensi mengaburkan batas antara realitas dan representasi digital, meskipun tingkat pengaburan tersebut dapat berbeda pada setiap pengguna. Implikasi konseptual dari temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Singaraja masih memiliki kesadaran reflektif terhadap identitas aslinya, sehingga kondisi yang terjadi lebih tepat dipahami sebagai bentuk *hyperreality* parsial. Dalam kondisi tersebut, representasi digital mulai memengaruhi persepsi diri pengguna, tetapi belum sepenuhnya menggantikan realitas fisik yang dimiliki.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan filter Instagram oleh Generasi Z di Kota Singaraja merupakan praktik *digital self-presentation* yang melibatkan pemenuhan kebutuhan media, pengelolaan kesan, dan konstruksi representasi diri secara bersamaan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa filter berfungsi sebagai instrumen strategis yang membantu pengguna membentuk citra diri, memperoleh validasi sosial, serta menyesuaikan identitas digital dengan ekspektasi lingkungan sosial. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya membahas penggunaan filter, presentasi diri, atau identitas digital secara terpisah, penelitian ini mengintegrasikan perspektif *Uses and Gratifications*, Dramaturgi, dan *Simulacra* untuk menjelaskan hubungan antara motif penggunaan filter, strategi pengelolaan kesan, dan pembentukan representasi diri digital pada Generasi Z. Integrasi ketiga perspektif tersebut menghasilkan kerangka analisis yang lebih komprehensif dalam memahami praktik *digital self-presentation* di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi digital dengan menunjukkan bahwa filter Instagram tidak hanya berfungsi sebagai fitur estetika, tetapi juga sebagai medium negosiasi identitas dan pembentukan realitas sosial di ruang digital, khususnya pada konteks Generasi Z di daerah nonmetropolitan seperti Kota Singaraja.

KESIMPULAN

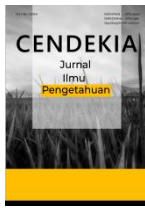
Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan filter Instagram oleh Generasi Z di Kota Singaraja merupakan bentuk *digital self-presentation* yang dilakukan secara sadar untuk membangun, mengelola, dan menegosiasikan citra diri di ruang digital. Penggunaan filter tidak hanya bertujuan memperbaiki tampilan visual, tetapi juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial, seperti memperoleh informasi mengenai tren, meningkatkan rasa percaya diri, memperkuat identitas diri, memperoleh pengakuan sosial, serta menciptakan pengalaman bermedia sosial yang lebih menyenangkan. Dengan demikian, filter Instagram tidak lagi dapat dipahami sebagai fitur teknis semata, melainkan sebagai instrumen komunikasi yang memungkinkan pengguna mengonstruksi representasi diri yang dianggap lebih sesuai dengan identitas ideal dan ekspektasi audiens digital. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik *digital self-presentation* pada Generasi Z merupakan proses yang multidimensional karena melibatkan pemenuhan kebutuhan media, pengelolaan kesan, dan pembentukan identitas digital secara bersamaan.



Dalam perspektif Dramaturgi dan *simulacra*, penggunaan filter menunjukkan adanya proses pengelolaan kesan melalui pemisahan antara *front stage* dan *back stage*, sekaligus memperlihatkan kecenderungan terbentuknya representasi digital yang telah dimodifikasi. Meskipun penelitian ini belum menemukan kondisi *simulacra* murni, batas antara realitas dan representasi digital menjadi semakin kabur sehingga mengarah pada terbentuknya *hyperreality* parsial, yaitu ketika citra digital mulai memengaruhi cara individu memandang dan menampilkan dirinya tanpa sepenuhnya menggantikan identitas aslinya. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis melalui integrasi perspektif *Uses and Gratifications*, Dramaturgi, dan *Simulacra* dalam menjelaskan hubungan antara motif penggunaan filter, strategi pengelolaan kesan, dan pembentukan identitas digital pada Generasi Z. Selain itu, temuan penelitian membuka peluang bagi pengembangan kajian komunikasi digital mengenai pengaruh teknologi visual terhadap konstruksi identitas di media sosial, khususnya pada masyarakat di daerah nonmetropolitan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah penelitian, melibatkan jumlah informan yang lebih beragam, serta mengkaji dampak jangka panjang penggunaan filter terhadap pembentukan konsep diri dan kesejahteraan psikologis pengguna media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilia, T., & Wijayani, Q. N. (2023). Pembentukan citra diri dalam media sosial Instagram: Kajian pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i1.2294>
- Amelia, C. (2024). Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah. *Jurnal Audiens*, 5(4), 591-606. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i4.486>
- Arnani, N. P. R. (2023). Presentasi Diri Online di Media Sosial Instagram. *Journal Of Education For All*, 1(2), 155-162. <https://doi.org/10.61692/edufa.v1i2.39>
- Fakhrurrozi, M. I., Nugraha, R. S., & Jonneva, V. A. (2025, December). Performing Perfection: A Dramaturgical and Multimodal Discourse Analysis of Gen Z's Idealized Self-Presentation on Instagram and TikTok. In *Proceeding Of International Conference on Communication and Media Digital* 2(1), 858-877 <https://journal.uir.ac.id/index.php/icommedig/article/view/26531>
- Hasny, F. A., Renadia, S. H., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi konsep diri para pengguna TikTok dalam memenuhi social needs pada uses and gratification theory. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 114-127. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.1671>
- Hernández-Serrano, M. J., Jones, B., Renés-Arellano, P., & Ortuño, R. A. C. (2022). Analysis of digital self-presentation practices and profiles of Spanish adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of new approaches in educational research*, 11(1), 49-63. <https://doi.org/10.7821/naer.2022.1.797>
- Millenia, Z., & Hidayat, T. W. (2025). Dampak Penggunaan Filter Instagram dan Tiktok Terhadap Citra Diri, Terutama Bagi Wanita. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 7(2), 144–150. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v7i2.5934>
- Nugraha, I., Sukmarini, A. V., & Yusuf, M. (2023). Second Account Instagram as Gen Z's Self Identity: A Study of Cultural Phenomenon of Self-Expression. *Journal La Sociale*, 4(5), 489-508. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v4i5.1952>



- Nurhalizah, S. N., Siti Jamilah, & Suhardi. (2022). Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Parepare. *Journal of Media and Communication Studies*, 1(2), 67–90. <https://doi.org/10.35905/jourmics.v1i2.3529>
- Oktavia Sutarman, M., & Agustina, A. (2025). Jenis Kelamin Sebagai Moderasi Dalam Hubungan Kecemasan Sosial Dan Inauthentic Self Presentation Pada Remaja Pengguna Instagram. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 5(4), 1949–1959. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v5i4.852>
- Ozimek, P., Lainas, S., Bierhoff, H. W., & Rohmann, E. (2023). How photo editing in social media shapes self-perceived attractiveness and self-esteem via self-objectification and physical appearance comparisons. *BMC psychology*, 11(1), 99. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01143-0>
- Rohani, D. L., & Febriana, P. (2024). Keingintahuan dan Kepercayaan Diri Remaja yang Menggunakan Filter Instagram di Indonesia . *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2891>
- Sahrani, R., Setiawan, C. D., Chandra, C., Harto, I. R., & Putri, R. A. (2026). Moderasi Kebijakan Dalam Hubungan Identitas Digital Dan Perbandingan Sosial Pada Generasi Z Pengguna LinkedIn. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i1.8256>
- Sari, L. N., & Susilawati, N. (2022). Motif Penggunaan Filter Instagram dikalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 217-227. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.625>
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori simulacra Jean Baudrillard dalam dunia komunikasi media massa. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 274-260. <https://www.syekh Nurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/view/7177/3563>
- Shehzad, A. H., Owais, S., Akmal, S. N., & Gillani, S. T. (2025). Effects of Instagram usage on self representation among the Gen-Z: A case study of Punjab University Jhelum Campus & Mirpur University of Science and Technology students. *Review Journal of Social Psychology & Social Works*, 3(2), 1253–1268. <https://doi.org/10.71145/rjsp.v3i2.280>
- Simon, S., & Agustina, A. (2025). Hubungan Body Image Dengan Self-Presentation Pada Dewasa Awal Pengguna Instagram. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 5(4), 1941–1948. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v5i4.8321>
- Sulaiman, Y. B., Lestaluhu, S., & Husein, M. I. (2023). The Phenomenon of Augmented Reality Face Filter Usage on Instagram Among Communication Science Students of the 2019 Cohort at Pattimura University, Ambon. *Baileo: Jurnal Sosial Humaniora*, 1(1), 40-52. <https://doi.org/10.30598/baileofisipvol1iss1pp40-52>
- Tandres, H., & Winduwati, S. (2024). Pengelolaan Self-disclosure Generasi Z melalui Penggunaan Multiple Accounts di Instagram. *Koneksi*, 8(1), 233-244. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.27659>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198-211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>