

# Membentuk Identitas Diri Digital di Era Media Sosial: Studi Kualitatif terhadap Guru

Intan Ayu Lasmana Firdauza, Tutut Chusniyah\*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: tutut.chusniyah.fpsi@um.ac.id

## Abstract

The development of social media has transformed how individuals build and present their identities, including within professional contexts such as teaching. This study aims to explore how teachers construct and manage their digital identity through platforms like LinkedIn and personal social media such as Instagram and TikTok. Using a qualitative approach with a phenomenological method, this study involved three active teachers selected purposively. Data were collected through in-depth interviews and analyzed using a phenomenological data analysis technique. The findings show that teachers use LinkedIn to build a formal professional image, while Instagram and TikTok serve as spaces to express more casual and personal aspects of themselves. Strategies such as privacy settings, content selection, and separating personal and professional spheres are key to adjusting their identity to the social norms of each platform. Although teachers did not feel pressured, they demonstrated strong awareness of maintaining a professional image in digital spaces. This study concludes that teachers shape their digital identity consciously, strategically, and adaptively according to the social context of each social media platform.

**Keywords:** digital identity; LinkedIn; phenomenology; social media; teacher

## Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu membangun dan menampilkan identitas diri, termasuk dalam konteks profesional seperti profesi guru. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana guru membentuk dan mengelola identitas mereka melalui *platform* LinkedIn dan media sosial pribadi seperti Instagram dan TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis dan melibatkan tiga guru aktif yang dipilih secara purposif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dianalisis dengan teknik analisis data fenomenologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa guru menggunakan LinkedIn untuk membangun citra profesional yang formal, sedangkan Instagram dan TikTok dimanfaatkan sebagai ruang untuk mengekspresikan sisi pribadi yang lebih santai. Strategi seperti pengaturan privasi, pemilihan konten, serta pemisahan antara kehidupan pribadi dan profesional menjadi cara utama dalam menyesuaikan identitas dengan norma sosial di masing-masing *platform*. Meskipun para guru tidak merasa tertekan, mereka tetap menunjukkan kesadaran tinggi dalam menjaga citra profesional di ruang digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa identitas digital guru dibentuk secara sadar, strategis, dan adaptif sesuai dengan konteks sosial dari setiap *platform* media sosial.

**Kata kunci:** Identitas digital; LinkedIn; Fenomenologi; Media sosial; Guru

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah menciptakan ruang baru dalam pembentukan identitas diri yang tidak lagi terbatas hanya di dunia nyata. Identitas diri kini juga dapat dibangun, dikelola, dan di presentasikan secara *online*, baik dalam konteks personal maupun profesional. *Platform* media sosial seperti LinkedIn, Facebook, dan Instagram menjadi media utama untuk pembentukan identitas diri secara digital, dimana individu membentuk identitas mereka sesuai dengan tujuan mereka, seperti dalam hal sosial ataupun karir mereka.

Secara konseptual, identitas diri digital bukan merupakan representasi otomatis dari diri yang otentik, melainkan hasil dari proses sosial yang kompleks. Hal ini melibatkan elemen-elemen seperti persepsi diri, ekspektasi sosial, dan fitur teknis dari media digital itu sendiri (Attrill-Smith, 2019). Kondisi ini menunjukkan urgensi untuk memahami bagaimana identitas digital terbentuk secara lebih dalam. Khususnya dalam profesi yang memiliki ekspektasi representasi sosial tinggi seperti guru. Guru kini tidak hanya menjadi agen pembelajaran, tetapi juga tampil sebagai figur publik di dunia maya. Döger (2024) menemukan bahwa guru cenderung membangun citra diri profesional yang terjaga dan strategis, dengan menghindari konten sosial media yang bersifat kontroversial demi menjaga kredibilitas dan reputasi. Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang performatif yang menggabungkan identitas profesional dan personal dalam satu representasi secara *online* yang kompleks.

Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa guru menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berbagi praktik pengajaran, membangun jejaring profesional, dan memperkuat *personal branding* (Aydoğmuş, Tut, & Karadağ, 2023; Chandra, 2022). Namun, meskipun tren ini meningkat, masih sedikit penelitian yang secara mendalam menggali pengalaman subjektif guru dalam membentuk identitas diri digitalnya secara kualitatif. Khususnya di *platform* profesional seperti LinkedIn yang memiliki karakter dan dinamika berbeda dibanding media sosial umum.

Penelitian terdahulu telah banyak membahas identitas *online* dalam konteks umum. Namun kajian yang berfokus pada guru sebagai subjek dengan peran sosial, etika, dan profesional yang unik masih terbatas. Selain itu, sebagian besar studi bersifat kuantitatif atau berfokus pada dampak media sosial terhadap kinerja atau kesehatan mental individu. Bukan pada strategi representasi diri serta makna yang dibentuk oleh individu dalam konteks profesi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan untuk memahami bagaimana guru menyesuaikan cara mereka menampilkan diri di berbagai *platform* media sosial. Kerangka ini memungkinkan peneliti menelaah dinamika identitas digital guru secara lebih menyeluruh, mencakup dimensi personal, sosial, dan teknologis yang membentuk strategi representasi mereka di ruang digital.

Dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini diarahkan untuk mengeksplorasi bagaimana guru sebagai agen pendidikan membangun dan mengelola identitas digital mereka melalui *platform* profesional seperti LinkedIn maupun media sosial pribadi. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengisi keterbatasan dalam literatur yang sebagian besar bersifat kuantitatif dan belum menyentuh pengalaman subjektif guru secara mendalam. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi representasi diri yang dijalankan serta makna yang dibentuk guru dalam menyesuaikan identitas mereka dengan karakteristik sosial dari masing-masing *platform* digital.

## 2. Metode

### 2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi fenomenologis, yaitu salah satu pendekatan dalam metode kualitatif yang berfokus pada pemahaman terhadap makna pengalaman hidup individu terkait fenomena tertentu. Dalam konteks penelitian ini, fenomena yang dikaji adalah pembentukan identitas diri digital oleh para guru melalui keterlibatan mereka di media sosial profesional seperti LinkedIn dan platform pribadi lainnya. Pendekatan

ini dipilih karena mampu mengungkap persepsi subjektif dan refleksi personal guru terhadap representasi diri mereka di dunia maya.

Creswell (2013) menjelaskan bahwa pendekatan fenomenologis digunakan ketika peneliti ingin menggali makna yang dimiliki bersama oleh sejumlah individu yang mengalami fenomena serupa dalam kehidupan mereka. Dalam hal ini, penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana para guru memaknai identitas digital yang mereka bangun dalam konteks sosial dan profesional yang terus berkembang. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk merumuskan esensi dari pengalaman yang diungkapkan oleh para partisipan, termasuk motivasi, strategi komunikasi, dan tantangan yang mereka hadapi.

Melalui wawancara mendalam, narasi-narasi guru dianalisis untuk menemukan tema-tema utama yang mencerminkan kesamaan makna di antara pengalaman mereka. Dengan demikian, studi ini tidak hanya berupaya untuk mendeskripsikan perilaku digital guru, tetapi juga menyelami makna personal yang mendasari tindakan tersebut.

## 2.2 Partisipan Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga orang partisipan yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan studi fenomenologis. Kriteria inklusi partisipan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) merupakan seorang guru aktif; (2) memiliki akun LinkedIn yang digunakan untuk membangun atau menampilkan identitas profesional; dan (3) memiliki akun media sosial pribadi (seperti Instagram, TikTok, WhatsApp atau Facebook) yang mencerminkan ekspresi diri di luar konteks formal. Selain itu, partisipan bersedia mengikuti wawancara mendalam dan memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan observasi terbatas terhadap akun media sosial mereka sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Ketiga partisipan dipilih karena pengalaman mereka yang relevan dan kesediaan mereka untuk berbagi narasi pribadi dalam konteks representasi digital di ruang *online*.

## 2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi media sosial. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman guru tentang bagaimana mereka membentuk identitas digitalnya, sedangkan observasi dilakukan pada akun LinkedIn dan media sosial pribadi mereka dengan seizin yang bersangkutan untuk melihat langsung bagaimana mereka menampilkan diri secara *online*. Kedua metode ini saling melengkapi agar peneliti bisa memahami pengalaman dan makna yang ingin disampaikan para guru lewat identitas digital mereka.

## 2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan model yang dikemukakan oleh Creswell (2013), dimana teknik analisis data dalam penelitian fenomenologis meliputi beberapa langkah. Terdiri dari pengorganisasian data dengan mengumpulkan dan menyiapkan transkrip wawancara serta catatan observasi, kemudian membaca keseluruhan data untuk memahami gambaran umum dan mencatat pemikiran awal. Setelah itu, dilakukan pengkodean melalui proses *horizontalization*, yaitu mengidentifikasi pernyataan-pernyataan signifikan yang relevan dengan fenomena yang diteliti, dan mengelompokkannya menjadi tema-tema utama. Tema-tema tersebut kemudian diintegrasikan menjadi deskripsi tekstural (apa yang dialami partisipan) dan deskripsi struktural (bagaimana partisipan mengalaminya). Langkah

terakhir adalah menyusun deskripsi esensial yang menggambarkan inti dari pengalaman yang dialami oleh semua partisipan, lalu disajikan dalam bentuk narasi lengkap dengan kutipan langsung untuk memperkuat keabsahan dan kedalaman analisis.

### 3 Hasil dan Pembahasan

Ketiga partisipan dalam penelitian ini merupakan guru yang aktif dalam dunia pendidikan dengan latar belakang yang berbeda-beda. Partisipan pertama, Bu E adalah seorang guru taman kanak-kanak (TK) yang berusia 26 tahun. Partisipan kedua, Bu A merupakan guru Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berusia 28 tahun. Sedangkan partisipan ketiga, Bu I adalah seorang guru taman kanak-kanak (TK) yang berusia 25 tahun. Meskipun memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman mengajar yang berbeda, ketiga partisipan sama-sama memanfaatkan *platform* media sosial untuk berbagai tujuan, baik profesional maupun pribadi.

Ketiga partisipan memiliki akun LinkedIn dan Instagram yang mereka gunakan dengan tujuan yang berbeda-beda. LinkedIn digunakan sebagai *platform* profesional yang difokuskan untuk membangun jaringan, mencari pekerjaan, atau memperkuat citra profesional mereka. Sedangkan Instagram digunakan lebih banyak untuk kegiatan pribadi, meskipun beberapa dari mereka juga memanfaatkan *platform* ini untuk berbagi konten terkait kegiatan mengajar.

Selain itu, dua partisipan, yakni Bu A dan Bu E, memiliki akun TikTok, meskipun tidak digunakan secara aktif; sedangkan Bu I tidak menggunakan *platform* tersebut. Ketiganya menggunakan WhatsApp, yang umumnya dimanfaatkan untuk komunikasi profesional dengan orang tua murid atau rekan kerja. Sementara itu, Instagram lebih sering digunakan untuk berbagi konten pribadi atau kegiatan informal, seperti jalan – jalan, pertemanan, maupun sesekali membagikan kegiatan sekolah.

Ketiga partisipan dalam penelitian ini memiliki strategi yang berbeda dalam mengelola identitas diri digital mereka di berbagai *platform* media sosial. Bu I, misalnya, lebih aktif menggunakan Instagram untuk berbagi aktivitas pribadi dan memanfaatkan WhatsApp untuk komunikasi profesional, namun tidak menggunakan TikTok. Sementara itu, Bu E dan Bu A memiliki akun TikTok dan menggunakan Instagram secara aktif, namun dengan pengaturan privasi yang berbeda. Bu E cenderung membagikan kegiatan sekolah secara selektif, sedangkan Bu A memilih untuk tidak menampilkan identitas profesionalnya di media sosial pribadi. Perbedaan ini mencerminkan variasi dalam tujuan penggunaan, tingkat kenyamanan, dan pemahaman mereka terhadap karakteristik masing – masing *platform*.

**Tabel 1. Deskripsi Penggunaan Media Sosial dan Identitas Guru**

Partisipan	Penggunaan Media Sosial	Pengelolaan Identitas Digital
Bu E (Guru TK, 27 Tahun)	Instagram, Whatsapp, LinkedIn, Tiktok	Partisipan menggunakan Instagram dan TikTok lebih sering daripada LinkedIn. LinkedIn hanya digunakan untuk personal branding terkait pekerjaan. WhatsApp digunakan untuk komunikasi profesional dengan rekan kerja dan siswa. Identitas digital partisipan lebih berfokus pada kehidupan pribadi, meskipun ia menyadari pentingnya menjaga citra profesional di <i>platform</i> yang berbeda. Ia lebih terbuka di

Bu A (Guru SMA, 28 Tahun)	Instagram, Whatsapp, LinkedIn, Tiktok	Instagram dan TikTok tetapi tetap menjaga konten yang dibagikan. Partisipan menggunakan Instagram untuk keperluan pribadi dan WhatsApp untuk urusan profesional. LinkedIn digunakan untuk mencari pekerjaan dan membangun jaringan profesional. TikTok digunakan untuk hiburan, tetapi sesekali digunakan untuk berbagi konten terkait pendidikan. Identitas diri digital partisipan terbagi antara profesional di LinkedIn dan pribadi di Instagram dan TikTok. Penggunaan media sosial lebih fleksibel, dengan beberapa platform digunakan untuk tujuan profesional.
Bu I (Guru TK, 25 Tahun)	Instagram, Whatsapp. LinkedIn	Partisipan menggunakan Instagram untuk keperluan pribadi dan WhatsApp untuk komunikasi profesional dengan orang tua murid. LinkedIn digunakan hanya sesekali untuk mencari pekerjaan dan tidak terlalu aktif. Identitas diri digital partisipan lebih terfokus pada kehidupan pribadi di Instagram dengan pengaturan privasi yang ketat. Ia memisahkan penggunaan profesional dan pribadi dengan jelas.

Berdasarkan hasil analisis data dari wawancara mendalam, ditemukan empat tema utama yang mencerminkan cara guru membentuk dan mengelola identitas diri digitalnya melalui berbagai *platform* media sosial. Keempat tema tersebut meliputi: (1) penggunaan *platform* media sosial, (2) strategi pengaturan privasi dalam pembentukan identitas diri digital, (3) tekanan dalam menjaga citra profesional, dan (4) pengaruh norma sosial serta konteks profesi. Tema-tema ini disusun berdasarkan pola yang muncul secara konsisten dari narasi ketiga partisipan, dan akan dipaparkan secara lebih rinci pada subbagian berikut.

Sebagaimana dijelaskan oleh Harley et al. (2018), penggunaan media sosial dan teknologi digital merupakan bagian dari pengalaman sehari-hari individu dalam membentuk dan menegosiasikan identitas mereka. Dalam konteks guru, interaksi di *platform* digital bukan hanya sekadar aktivitas komunikasi, melainkan juga praktik pembentukan diri digital (*digital self*). Dimana mereka secara aktif mengelola representasi diri berdasarkan ekspektasi sosial dan karakteristik masing-masing media.

Selain itu, Attrill-Smith et al. (2019) menjelaskan bahwa pembentukan identitas *online* dipengaruhi oleh dinamika interaksi antara kepribadian individu, tujuan komunikasi, dan norma sosial yang ada di dalam *platform* digital yang digunakan. Dalam bab ini, data wawancara dipaparkan secara tematik dengan memadukan temuan empiris. Kemudian pembahasan didasarkan pada teori-teori dari psikologi siber untuk memberikan pemahaman yang utuh tentang pengalaman guru dalam membentuk identitas digital mereka.

### 3.1. Penggunaan Platform Media Sosial

Ketiga partisipan dalam penelitian ini memanfaatkan berbagai *platform* media sosial untuk tujuan yang beragam. *Platform* yang digunakan antara lain LinkedIn, Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Dengan catatan frekuensi dan konteks penggunaan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

LinkedIn digunakan oleh ketiga partisipan sebagai platform profesional, meskipun intensitas penggunaannya cenderung rendah. Partisipan menggunakan LinkedIn untuk

membangun citra diri profesional, terutama melalui pengisian profil terkait pengalaman kerja dan latar belakang pendidikan. Beberapa partisipan menyebutkan bahwa mereka menggunakan LinkedIn terutama saat sedang mencari pekerjaan atau membangun koneksi dengan rekan seprofesi.

Sementara itu, Instagram lebih banyak dimanfaatkan untuk keperluan pribadi. Ketiga partisipan menyatakan bahwa mereka merasa lebih nyaman menggunakan Instagram untuk berbagi aktivitas sehari-hari, pengalaman pribadi, serta berinteraksi dengan teman-teman dekat. TikTok digunakan oleh dua partisipan sebagai media hiburan, namun dalam beberapa kasus juga dimanfaatkan untuk membagikan konten edukatif atau aktivitas mengajar. WhatsApp digunakan oleh seluruh partisipan untuk komunikasi profesional, terutama dengan orang tua siswa, rekan kerja, atau pihak sekolah.

Penggunaan yang berbeda ini ditunjukkan dalam kutipan wawancara berikut:

*“Kalo di LinkedIn itu lebih ke profesional, lebih ke formal. Sedangkan kalau di Instagram, di media sosial itu lebih ke diri sendiri saja” (W1.P1.19MAR.14)*

*“Kalo di LinkedIn itu yang berpakaian rapi, formal. Sementara yang di media pribadi lebih yang berpakaian santai, seperti kegiatan kita waktu itu kayak santai, jalan-jalan.” (W2.P2.21MAR.11)*

*“Kalo keperluan pribadi itu lebih sering menggunakan Instagram. Karena di Instagram saya lebih banyak berteman dengan teman-teman saya, baik itu teman yang dulu masih smp, sma, bahkan teman kuliah, itu masih banyak yang ada di Instagram. Jadinya kegiatan pribadi itu lebih banyak di Instagram. Jadinya lebih sering share kegiatan-kegiatan pribadi atau share pengalaman itu di Instagram. Tapi untuk di Whatsapp, karena saya profesinya jadi guru, jadinya kontak saya ini disimpan oleh beberapa walimurid, kemudian walisantri dan lain sebagainya. jadinya saya tidak terlalu membagikan kehidupan pribadi di Whatsapp.” (W3.P3.24MAR.06)*

Dari data tersebut terlihat bahwa para guru menyesuaikan representasi diri mereka di media sosial berdasarkan karakteristik dan fungsi masing-masing *platform*. LinkedIn dimanfaatkan untuk membangun citra profesional, sementara Instagram, TikTok, dan WhatsApp lebih diarahkan untuk kebutuhan personal dan komunikasi informal, dengan derajat keterbukaan yang berbeda sesuai dengan audiens di masing-masing kanal.

Temuan ini mengonfirmasi gagasan Harley et al. (2018) bahwa penggunaan media sosial merupakan bagian dari pengalaman digital sehari-hari. Dimana individu secara aktif membentuk dan menampilkan identitasnya tergantung pada konteks sosial dan tujuan penggunaan. Dalam konteks guru, media sosial bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk mempresentasikan identitas diri digital yang disesuaikan dengan peran sosial di masing-masing *platform*. Studi lain juga menunjukkan bahwa individu yang menggunakan media sosial dengan tujuan profesional akan berhubungan dengan tingginya skor identitas profesionalnya (Alharbi et al., 2022).

Lebih lanjut, Attrill-Smith et al. (2019) dalam kajian psikologi siber menyatakan bahwa identitas digital terbentuk melalui interaksi antara persepsi diri, ekspektasi sosial, dan

*affordances* atau fitur teknis yang ditawarkan oleh masing-masing *platform*. Hal ini terlihat dalam cara para guru memilih untuk menggunakan LinkedIn dengan gaya formal, sementara Instagram dan TikTok digunakan untuk ekspresi diri yang lebih bebas dan kasual. Dengan demikian, representasi diri para guru di media sosial tidak bersifat seragam, melainkan disesuaikan secara.

### 3.2 Strategi Pengaturan Privasi dalam Pembentukan Identitas Digital

Penggunaan fitur privasi di media sosial muncul sebagai strategi umum yang diterapkan oleh para partisipan dalam mengelola identitas diri digital mereka. Ketiga guru yang diwawancarai menunjukkan kecenderungan untuk menggunakan pengaturan privasi, khususnya di Instagram. Hal ini berguna untuk membatasi akses publik terhadap konten pribadi.

Partisipan pertama menyatakan bahwa akun Instagram miliknya bersifat privat dan hanya dapat diakses oleh orang-orang yang diizinkan:

*“Kalau di instagram saya ini saya privasi ya. Hanya untuk yang follow saja saat ini”  
(W1.P1.19MAR.12)*

Ia juga menjelaskan bahwa meskipun awalnya hanya membatasi akses untuk lingkaran terdekat, ke depannya ia mempertimbangkan untuk membuka akses guna membagikan kegiatan sekolah:

*“Awalnya hanya membatasi saja hanya orang-orang tertentu yang bisa melihat story. Tapi untuk saat ini akan saya buka. Karena akhir-akhir untuk upload kegiatan-kegiatan sekolah.” (W1.P1.19MAR.13)*

Partisipan ketiga juga mengaktifkan fitur privasi pada Instagram sebagai bentuk kontrol atas konten yang ia bagikan:

*“Sebenarnya tidak ada alasan khusus, yah biar tidak semua orang bisa melihat kehidupan sehari-hari yang saya posting di Instagram.” (W3.P3.24MAR.15)*

Sementara itu, partisipan kedua menyebutkan bahwa akun pribadinya hanya dapat diakses oleh orang-orang yang saling mengikuti:

*“Privasi sih. Hanya orang-orang yang saya ikuti kembali dan mengikuti saya yang bisa melihat. Makanya itu lebih bersifat pribadi.” (W2.P2.21MAR.09)*

*“Sejauh ini sih masih saya privasi, ya hanya untuk orang-orang yang saya izinkan.”  
(W3.P3.24MAR.14)*

Dari seluruh kutipan tersebut, terlihat bahwa fitur privasi digunakan sebagai alat untuk membatasi jangkauan konten pribadi, khususnya terhadap audiens profesional atau umum. Para guru memilih untuk mengatur siapa yang dapat mengakses unggahan mereka, guna menjaga batas antara kehidupan pribadi dan profesional di media sosial. Pemanfaatan fitur ini

menjadi bagian dari strategi mereka dalam mempertahankan kendali atas representasi diri di ruang digital.

Dalam konteks teori psikologi siber, Attrill-Smith et al. (2019) menjelaskan bahwa pengaturan privasi merupakan bentuk regulasi identitas, di mana pengguna tidak hanya mempresentasikan diri. Tetapi juga mengelola akses terhadap bagian-bagian tertentu dari identitas mereka. Dengan mengatur siapa yang dapat melihat konten, pengguna secara aktif mengelola perbedaan antara identitas personal dan profesional.

Selain itu, Harley et al. (2018) mengemukakan bahwa identitas digital tidak bersifat tetap, melainkan bersifat kontekstual dan berubah-ubah sesuai dengan audiens dan norma sosial *platform* yang digunakan. Dalam kasus ini, guru menunjukkan kemampuan untuk mengontrol “panggung digital” mereka dengan membatasi siapa yang dapat menjadi audiens dari kehidupan pribadi mereka, sembari tetap menjaga profesionalitas di ruang publik digital. Dengan demikian, fitur privasi berperan penting sebagai alat negosiasi identitas digital, yang memungkinkan para guru untuk menampilkan diri secara autentik tanpa mengorbankan batas profesional yang perlu dijaga. Hal ini sejalan dengan Vitak (2012) dalam studinya memaparkan bahwa jumlah audiens yang besar dan beragam dalam menggunakan media sosial mempengaruhi keterbukaan diri dan keinginan individu untuk menggunakan fitur privasi.

### 3.3 Tekanan dalam Menjaga Citra Profesional

Ketiga partisipan dalam penelitian ini secara umum menyatakan bahwa mereka tidak merasakan tekanan khusus dalam menjaga citra profesional di media sosial. Namun demikian, terdapat kesamaan sikap berupa kehati-hatian dalam menampilkan diri secara *online*. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap peran dan tanggung jawab sebagai pendidik.

Partisipan pertama secara langsung menyebutkan bahwa ia tidak merasa terbebani dengan tuntutan citra profesional di media sosial:

*“Kalau saya sih tidak ada ya kak, belum ada” (W1.P1.19MAR.19)*

Meski demikian, ia juga menyampaikan pentingnya memiliki batas dalam membagikan konten:

*“...cuman kita sebagai guru harus mempunyai batasan antara kehidupan di sosial media itu seperti apa.” (W1.P1.19MAR.18)*

Pandangan serupa diungkapkan oleh partisipan kedua, yang membedakan penggunaan *platform* berdasarkan fungsi:

*“Tidak ada kalau tekanan seperti itu. Saya lebih kalau urusan pribadi ya media pribadi. Misalkan guru ya media kayak tadi linkedIn yang lebih profesional” (W2.P2.21MAR.17)*

Partisipan ketiga juga menyatakan bahwa ia tidak merasa perlu membagikan semua aspek kehidupan di media sosial, dan mengelola akunnya sesuai dengan kenyamanan pribadi:

*“Kalau hal itu tidak ada tekanan, karena saya orang yang tidak harus membagikan semuanya di sosial media.” (W3.P3.24MAR.21)*

Walaupun tidak ada tekanan eksternal yang dirasakan, para guru tetap menunjukkan bentuk kehati-hatian dalam mengelola identitas digital mereka. Mereka secara sadar memisahkan ruang pribadi dan profesional, serta mempertimbangkan jenis konten dan *platform* yang sesuai untuk masing-masing. Hal ini selaras dengan pandangan Harley et al. (2018), yang menekankan bahwa pengalaman digital tidak selalu dikendalikan oleh tekanan eksplisit, tetapi sering kali dibentuk oleh pemahaman individu tentang norma sosial dan ekspektasi komunitas *online*. Dalam hal ini, para guru menunjukkan bentuk “pengaturan diri digital” yang bertumpu pada nilai-nilai profesionalisme dan tanggung jawab sosial. Studi lain juga menjelaskan bahwa meskipun media sosial banyak memberikan kebermanfaatannya namun perlu juga strategi dalam penggunaannya, seperti dalam menampilkan privasi (Lupton, 2014).

Lebih lanjut, Attrill-Smith et al. (2019) mengemukakan bahwa representasi identitas digital sering kali merupakan hasil kompromi antara keinginan untuk tampil autentik dan kebutuhan untuk menjaga citra sosial yang dapat diterima. Para partisipan menunjukkan bahwa meskipun tidak ada tekanan dari luar, kesadaran akan identitas profesional mereka membuat mereka tetap menampilkan diri secara strategis, bahkan di ruang media sosial yang bersifat pribadi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tekanan menjaga citra tidak selalu hadir dalam bentuk eksternal atau institusional, tetapi bisa muncul dari internalisasi peran sosial sebagai pendidik yang ditanamkan dalam pengelolaan identitas digital sehari-hari.

### **3.4 Pengaruh Norma Sosial dan Konteks Profesi**

Partisipan dalam penelitian ini menunjukkan kesadaran terhadap norma sosial dan konteks profesi dalam mengelola identitas digital mereka di berbagai *platform* media sosial. Setiap *platform* dipahami memiliki nuansa dan ekspektasi sosial yang berbeda. Hal ini memengaruhi cara para guru membentuk dan menampilkan diri secara *online*.

LinkedIn dipandang sebagai ruang profesional yang menuntut tampilan dan konten yang lebih formal. Para guru menyesuaikan penampilan mereka di platform ini, baik dari segi visual maupun isi unggahan, untuk mencerminkan identitas sebagai pendidik. Hal ini tercermin dalam pernyataan partisipan:

*“Kalo di linkedIn itu lebih ke profesional, lebih ke formal. Sedangkan kalau di instagram, di media sosial itu lebih e diri sendiri saja” (W1.P1.19MAR.14)*

*“Kalo di linkidn itu yang berpakaian rapi, formal. Sementara yang di media pribadi lebih yang berpakaian santai, seperti kegiatan kita waktu itu kayak santai, jalan-jalan.” (W2.P2.21MAR.11)*

Sementara itu, *platform* seperti Instagram dan TikTok digunakan untuk mengekspresikan sisi personal. Beberapa partisipan dengan sengaja tidak mencantumkan profesinya sebagai guru di media sosial pribadi. Kemudian lebih memilih untuk membagikan aktivitas santai atau kehidupan sehari-hari yang tidak berkaitan dengan pekerjaan:

*“Kalau saya di media sosial saya tidak menampilkan profesi saya ya. Misalnya saya menjadi apa, itu tidak pernah saya tampilkan. Maksudnya saya hanya menampilkan diri saya sendiri, tanpa ada profesi saya. Jadi kalau saya jalan-jalan ya saya tampilkan jalan-jalan itu. Misalnya saya pergi kecafe ya itu yang saya tampilkan. Bukan profesi saya.” (W2.P2.21MAR.13)*

Selain perbedaan konten, pemahaman terhadap fungsi sosial dari masing-masing *platform* juga terlihat dalam tanggapan partisipan lain:

*“Kalo Instagram kan vibes nya lebih ke pribadi ya, jarang-jarang orang itu memakai Instagram untuk mencari job. Kalo di LinkedIn itu kan memang forumnya orang-orang yang punya personal branding, sehingga mereka mempromosikan dirinya untuk dirinya masing-masing supaya mendapatkan job sesuai masing-masing.” (W3.P3.24MAR.12)*

Data ini menunjukkan bahwa para guru tidak hanya memahami perbedaan karakteristik antar *platform*. Namun juga secara sadar menyesuaikan perilaku dan representasi diri mereka dengan konteks sosial yang melekat pada masing-masing media. Pemisahan antara ruang personal dan profesional dilakukan secara selektif dan disengaja, untuk menjaga konsistensi identitas sesuai dengan peran mereka sebagai pendidik sekaligus individu di ruang privat.

Temuan ini menguatkan teori *self-presentation* yang dikemukakan oleh Goffman (1959, dalam Harley et al., 2018), yang menjelaskan bahwa individu berperilaku layaknya aktor sosial yang memilih “panggung” dan “penampilan” yang sesuai dengan audiens. Dalam hal ini, para guru menempatkan LinkedIn sebagai “*front stage*” untuk menampilkan identitas profesional. Sementara Instagram atau TikTok sebagai “*back stage*” untuk berekspresi lebih personal. Attrill-Smith et al. (2019) juga menyatakan bahwa dinamika pembentukan identitas digital mencerminkan proses interaksi antara persepsi diri, norma sosial, dan *affordance* dari masing-masing *platform*. Guru-guru dalam penelitian ini menampilkan bentuk adaptasi terhadap konteks *platform* untuk memenuhi ekspektasi sosial yang melekat, tanpa mengorbankan ekspresi autentik.

Selain itu, Harley et al. (2018) menekankan bahwa dalam ekosistem digital, pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi. Tetapi juga agen aktif yang mengatur, menyaring, dan menyesuaikan identitasnya dengan konteks. Hal ini tercermin jelas dalam cara para guru membatasi atau membuka informasi sesuai dengan karakter media yang digunakan. Dengan demikian, identitas digital guru terbentuk melalui proses negosiasi yang kompleks antara tuntutan peran profesional, keinginan untuk mengekspresikan diri, dan pemahaman atas norma sosial yang berlaku di tiap ruang *online*.

#### 4 Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa guru secara aktif mengelola identitas diri digital mereka dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial, khususnya LinkedIn, Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Setiap *platform* digunakan dengan tujuan dan cara yang berbeda, tergantung pada norma sosial yang melekat dan audiens yang dituju. LinkedIn dimanfaatkan untuk membangun citra profesional yang formal dan terstruktur, sedangkan Instagram dan TikTok menjadi ruang ekspresi diri yang lebih santai dan pribadi.

Para guru tidak serta-merta merasa tertekan untuk menjaga citra profesional mereka, namun mereka menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya membedakan antara konten profesional dan pribadi. Hal ini tercermin dari penggunaan fitur pengaturan privasi, pemilihan *platform* untuk konten tertentu, serta kehati-hatian dalam membagikan informasi pribadi. Pengelolaan identitas ini dilakukan secara strategis dan sadar, sebagai bentuk respons terhadap ekspektasi sosial yang berbeda-beda di setiap *platform* digital. Dengan kata lain, para guru menjalankan praktik identitas digital yang kompleks namun adaptif, yang memungkinkan mereka untuk tetap profesional di ruang publik online, tanpa mengorbankan sisi personal dan autentik mereka di ruang yang lebih privat.

Meskipun tidak ditemukan indikasi pelanggaran etika dalam penggunaan media sosial oleh para partisipan, temuan ini juga menunjukkan bahwa pemanfaatan *platform* profesional seperti LinkedIn masih terbatas. Baik dari segi frekuensi penggunaan maupun optimalisasi fitur. Guru cenderung lebih aktif di media sosial personal, sementara LinkedIn digunakan secara pasif dan hanya sesekali diperbarui. Berdasarkan hal ini, disarankan agar guru mendapatkan pelatihan literasi digital yang tidak hanya berfokus pada keamanan *online*. Tetapi juga pada pengelolaan identitas profesional, pemanfaatan fitur-fitur *platform* seperti LinkedIn, serta penyusunan konten yang sejalan dengan etika profesi.

Penelitian lanjutan dianjurkan untuk melibatkan partisipan yang lebih beragam dari berbagai jenjang pendidikan dan wilayah geografis. Hal ini bertujuan untuk memahami dinamika identitas digital guru secara lebih menyeluruh dan kontekstual. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana guru membentuk citra profesional sekaligus mempertahankan kebebasan pribadi mereka dalam penggunaan media sosial di era digital yang terus berkembang.

## Daftar Rujukan

- Alharbi, M., Kuhn, L., & Morphet, J. (2022). The relationship between social media usage by undergraduate nursing students and development of their professional identity: A correlational study. *Nurse Education Today*, 112, 105337. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2022.105337>
- Attrill-Smith, A., Fullwood, C., Keep, M., & Kuss, D. J. (2019). *The Oxford handbook of cyberpsychology*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
- Aydoğmuş, M., Tut, E., & Karadağ, Y. (2023). *Teachers' experiences regarding the use of social media for educational purposes*. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 10(1), 69–82. Retrieved from <https://doi.org/10.52380/ijpes.2023.10.1.855>
- Chandra, E. (2022). *Manfaat personal branding & professional networking untuk hiring decision pada media LinkedIn bagi perusahaan*. *Jurnal Akses STIA Malang*, 5(1), 21–34.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Döger, M. F. (2024). *Self-presentation of teachers in social networks*. *International Journal of Education in Mathematics, Science, and Technology*, 12(5), 1293–1319. Retrieved from <https://doi.org/10.46328/ijemst.4371>
- Harley, D., Morgan, J., & Frith, H. (2018). *Cyberpsychology as everyday digital experience across the lifespan*. London, United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Lupton, D. (2014). *'Feeling better connected': Academics' use of social media*. News & Media Research Centre, University of Canberra. Retrieved from <https://researchprofiles.canberra.edu.au/en/publications/feeling-better-connected-academics-use-of-social-media>
- Vitak, J. (2012). The Impact of Context Collapse and Privacy on Social Network Site Disclosures. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(4), 451–470. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.732140>