

Citra Diri Digital Pemain Roblox melalui Kustomisasi Avatar: Studi Fenomenologi pada Remaja Indonesia

Nuraini Fazilatun Nisa¹, Asep Soegiarto²

^{1,2}Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia

Email: ¹nurainifazila20@email.com, ²asep-sugiarto@unj.ac.id

Abstract

This study aims to analyze how Indonesian adolescents represent their self-image through avatar customization in Roblox. This research uses a qualitative approach with a phenomenological method to explore the subjective experiences of players in constructing their digital identities. Data were collected through in-depth interviews with adolescent Roblox users who actively customize their avatars and interact within virtual spaces. The findings show that avatar customization is not merely a visual display, but a meaningful process of self-representation. Through avatars, adolescents express how they perceive themselves as well as how they want to be perceived by others. This process involves impression management, where the avatar functions as the “front stage,” while personal motivations and considerations remain in the “backstage.”. Furthermore, Roblox does not only function as an entertainment platform, but also as a social space where identity is formed, negotiated, and expressed. This study is expected to contribute to digital communication studies, particularly in understanding the formation of digital self-image and identity construction among adolescents in virtual spaces. These findings also highlight the importance of virtual environments in shaping contemporary youth identity.

Keywords: Digital Identity, Self-Image, Avatar, Roblox, Adolescents

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana remaja Indonesia merepresentasikan citra diri melalui kustomisasi avatar di Roblox. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif pemain dalam membangun identitas digital mereka. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap remaja pengguna Roblox yang aktif melakukan kustomisasi avatar serta berinteraksi dalam ruang virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kustomisasi avatar tidak hanya sebatas tampilan visual, tetapi merupakan proses representasi diri yang bermakna. Melalui avatar, remaja menampilkan bagaimana mereka memandang diri sendiri sekaligus bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain. Proses ini melibatkan pengelolaan kesan (*impression management*), di mana avatar berfungsi sebagai “panggung depan” (*front stage*), sementara motivasi dan pertimbangan personal berada di “panggung belakang” (*backstage*). Selain itu, Roblox tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai ruang sosial tempat identitas dibentuk, dinegosiasikan, dan diekspresikan. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi digital, khususnya terkait pembentukan citra diri digital dan konstruksi identitas remaja di ruang virtual.

Kata Kunci: Citra Diri Digital, Avatar, Roblox, Identitas Digital, Remaja Indonesia

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah cara individu berinteraksi dan membentuk identitas diri. Komunikasi tidak lagi terbatas pada pertemuan tatap muka, melainkan juga berlangsung melalui ruang virtual yang memungkinkan individu membangun serta merepresentasikan identitasnya secara lebih fleksibel. Dalam konteks komunikasi digital, identitas tidak lagi dipahami semata-mata sebagai sesuatu yang bersifat biologis, tetapi juga sebagai konstruksi sosial yang dapat dibentuk dan direpresentasikan melalui media digital.

Selama ini, pembentukan citra diri di ruang digital banyak dikaji melalui platform media sosial seperti Instagram atau TikTok, di mana representasi diri umumnya berangkat dari identitas nyata yang dimodifikasi melalui filter, sudut pengambilan gambar, maupun kurasi konten. Namun demikian, karakteristik tersebut berbeda dengan platform berbasis permainan daring seperti Roblox. Pada Roblox, representasi diri tidak lagi berbasis pada tubuh fisik yang sudah ada, melainkan dibangun dari awal melalui karakter digital (avatar). Dengan kata lain, pengguna tidak sekadar memodifikasi tampilan diri, tetapi menciptakan tubuh digital baru yang sepenuhnya dapat dikustomisasi sesuai preferensi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa proses pembentukan citra diri di Roblox memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi dibandingkan media sosial pada umumnya, sehingga membuka kemungkinan eksplorasi identitas yang lebih luas.

Roblox merupakan salah satu platform permainan daring berbasis *user-generated content* yang memungkinkan pengguna membuat serta memainkan berbagai dunia virtual sekaligus menampilkan identitas diri melalui karakter digital yang disebut avatar. Melalui fitur kustomisasi avatar, pemain dapat memilih berbagai atribut seperti pakaian, aksesoris, ekspresi wajah, serta item visual lainnya untuk menampilkan karakter yang sesuai dengan preferensi mereka.

Fenomena ini menjadi semakin relevan mengingat besarnya jumlah pengguna Roblox secara *global*. Laporan *Roblox Corporation* (2024) mencatat lebih dari 70 juta pengguna aktif harian, dengan mayoritas berasal dari kelompok usia di bawah 24 tahun. Data Statista (2025) juga menunjukkan bahwa pengguna Roblox didominasi oleh anak-anak dan remaja. Di Indonesia, survei APJII (2025) yang dikutip Kompas.com menyebutkan bahwa sekitar 2,07% dari 229,4 juta pengguna internet memainkan Roblox atau setara dengan sekitar 1,33 juta pemain. Hal ini menunjukkan bahwa Roblox memiliki basis pengguna yang cukup signifikan di kalangan generasi muda Indonesia.

Dalam ruang virtual, kustomisasi avatar tidak hanya berkaitan dengan aspek estetika, tetapi juga dapat dipahami sebagai bentuk representasi citra diri digital. Pemilihan atribut avatar memungkinkan pemain menampilkan identitas tertentu yang dapat mencerminkan diri nyata (*real self*), menggambarkan diri ideal (*ideal self*), atau menjadi sarana untuk memperoleh pengakuan sosial dalam komunitas digital. Zimmermann (2022) menjelaskan bahwa identitas digital tidak hanya mencerminkan preferensi pribadi, tetapi juga terbentuk melalui interaksi sosial serta norma yang berkembang dalam komunitas daring.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan avatar dalam berbagai platform virtual, seperti game daring maupun lingkungan berbasis *virtual world*, yang umumnya menyoroti aspek interaksi sosial, identitas digital, dan pengalaman pengguna. Studi-studi tersebut menunjukkan bahwa avatar berperan sebagai medium representasi diri sekaligus alat untuk berinteraksi dalam komunitas digital. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada fungsi sosial avatar atau dinamika komunitas, serta belum secara spesifik menelaah bagaimana proses kustomisasi avatar digunakan sebagai strategi

pembentukan citra diri, khususnya dalam konteks platform seperti Roblox yang memberikan kebebasan tinggi dalam membangun tubuh digital dari nol.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat celah penelitian yang menunjukkan bahwa kajian mengenai kustomisasi avatar sebagai bentuk representasi citra diri, khususnya pada remaja Indonesia di platform Roblox, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana remaja Indonesia merepresentasikan citra diri mereka melalui kustomisasi avatar dalam permainan Roblox. Untuk memahami fenomena tersebut secara lebih mendalam, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang berfokus pada pengalaman subjektif pemain dalam memaknai representasi citra diri melalui avatar di ruang virtual.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Digital

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu berinteraksi dan berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran internet memungkinkan pertukaran informasi berlangsung secara cepat dan melampaui batas ruang serta waktu. Komunikasi digital merujuk pada proses penyampaian pesan yang dikodekan secara elektronik dan disalurkan melalui media berbasis teknologi digital (Grewal et al., 2022). Melalui komunikasi digital, individu dapat berinteraksi secara *real-time* melalui berbagai platform seperti media sosial, aplikasi pesan, maupun ruang virtual daring (Putro, 2023). Komunikasi digital memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain interaktif, *real-time*, dan bersifat berjejaring. Karakteristik tersebut memungkinkan pengguna tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen pesan yang aktif dalam lingkungan digital (Hastomo et al., 2025). Oleh karena itu, komunikasi digital tidak hanya mengubah cara manusia bertukar pesan, tetapi juga mempengaruhi bagaimana individu menampilkan identitas dan citra dirinya dalam ruang virtual.

Citra Diri dan Citra Diri Digital

Citra diri merujuk pada persepsi individu mengenai gambaran dirinya sendiri yang terbentuk melalui pengalaman personal serta interaksi sosial. Rogers (1951, dalam Fathan, 2025) menjelaskan bahwa citra diri merupakan pandangan subjektif individu terhadap dirinya yang mempengaruhi sikap dan perilaku komunikasinya. Dalam konteks sosial, citra diri tidak hanya terbentuk dari persepsi pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana individu merasa dilihat dan dinilai oleh orang lain (Yang et al., 2025). Dalam era digital, konsep ini berkembang menjadi citra diri digital, yaitu cara individu menampilkan dirinya melalui media dan platform digital. Bellini (2021) menjelaskan bahwa individu secara aktif menyusun dan menampilkan versi diri tertentu yang ingin dilihat oleh orang lain di ruang digital. Proses ini sering dikaitkan dengan teori dramaturgi Goffman (1959, dalam Shulman, 2016), yang menjelaskan bahwa individu melakukan *impression management* untuk mengatur kesan yang muncul di hadapan audiens. Dalam konteks digital, praktik tersebut terlihat dari bagaimana pengguna memilih elemen tertentu untuk ditampilkan kepada publik, sementara elemen lain disembunyikan.

Ekspresi Identitas Diri Digital

Ekspresi identitas diri digital merupakan fenomena yang berkembang seiring dengan hadirnya media sosial dan platform digital yang memungkinkan individu membangun, menampilkan, serta mengelola identitasnya di hadapan audiens. Dalam praktiknya, generasi muda memanfaatkan media digital untuk menegosiasikan identitas melalui berbagai bentuk konten. Konten yang menarik secara visual dan mengandung unsur hiburan cenderung meningkatkan interaksi dengan audiens (Nurrachmah, 2025),

sementara ekspresi diri juga dipengaruhi oleh ekspektasi sosial dalam komunitas digital (Atoyan et al., 2023). Selain itu, terdapat kecenderungan individu menampilkan citra diri yang lebih positif dibandingkan kondisi nyata, yang dalam beberapa kasus justru dapat berdampak pada peningkatan kesejahteraan pribadi (Waterloo, 2018). Praktik ini menunjukkan bahwa ekspresi diri digital tidak hanya merepresentasikan identitas, tetapi juga menjadi bagian dari proses pembentukan dan negosiasi identitas dalam ruang virtual (Dattatreya et al., 2023).

Avatar dan Kustomisasi Avatar

Avatar merupakan representasi visual pengguna dalam ruang virtual yang berfungsi sebagai identitas digital. Dalam konteks komunikasi digital, avatar dipahami sebagai bentuk representasi diri yang memungkinkan individu menampilkan identitas, preferensi personal, serta berinteraksi dengan pengguna lain di ruang virtual (Zimmermann et al., 2022). Dalam konteks permainan daring seperti Roblox, avatar menjadi representasi utama pemain dalam lingkungan virtual. Roblox menyediakan fitur kustomisasi avatar yang memungkinkan pemain memodifikasi berbagai elemen karakter seperti pakaian, aksesoris, animasi, maupun bentuk tubuh melalui *Avatar Editor* (Roblox Corporation, 2024). Proses kustomisasi ini memungkinkan pemain mengekspresikan preferensi personal serta membangun identitas digital yang mereka inginkan. Studi Fu et al. (2025) menunjukkan bahwa proses pembuatan dan modifikasi avatar dalam permainan sosial online menjadi sarana penting bagi pemain, khususnya remaja, untuk mengekspresikan identitas serta aspirasi diri mereka di ruang digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kunci serta analisis yang bersifat induktif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi, yang berfokus pada pengalaman hidup (*lived experience*) individu serta bagaimana mereka memberikan makna terhadap pengalaman tersebut. Dalam konteks ini, fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana remaja memaknai penggunaan avatar dalam permainan Roblox, tidak hanya dari sisi tampilan visual, tetapi juga dari pengalaman, motivasi, serta makna yang mereka konstruksikan di balik pilihan kustomisasi tersebut. Pengambilan data dilakukan secara daring melalui platform digital. Penelitian ini melibatkan enam informan yang terdiri dari lima remaja pengguna aktif Roblox dan satu informan kunci yang merupakan *content creator*. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu berusia 16–19 tahun, memiliki pengalaman dalam kustomisasi avatar, serta aktif berinteraksi dalam platform Roblox. Jumlah informan ini mengacu pada karakteristik penelitian fenomenologi yang menekankan kedalaman data dibandingkan jumlah partisipan (Creswell & Poth, 2018). Selain itu, jumlah enam informan dinilai telah mencapai titik kejenuhan data (*data saturation*), yang ditandai dengan tidak ditemukannya informasi atau tema baru yang signifikan pada wawancara terakhir. Jawaban antar informan menunjukkan pola yang berulang, khususnya terkait motivasi kustomisasi avatar, makna identitas digital, serta strategi pengelolaan kesan yang mereka lakukan, sehingga data yang diperoleh telah dianggap memadai untuk merepresentasikan esensi pengalaman yang diteliti.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan sebagai teknik utama untuk menggali pengalaman subjektif informan secara detail. Observasi dilakukan terhadap tampilan visual avatar sebagai bentuk representasi diri digital, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data penelitian.

Teknik analisis data dilakukan secara fenomenologis dengan mengombinasikan model analisis Miles, Huberman, dan Saldaña (2018). Proses analisis diawali dengan tahap horizontalisasi, yaitu mengidentifikasi seluruh pernyataan penting dari hasil wawancara yang memiliki relevansi dengan pengalaman informan tanpa memberikan prioritas tertentu. Setiap pernyataan diperlakukan memiliki nilai yang sama untuk menangkap makna pengalaman secara menyeluruh. Selanjutnya, pernyataan-pernyataan tersebut dikelompokkan ke dalam *cluster of meaning*, yaitu pengelompokan makna berdasarkan kesamaan tema atau kategori tertentu, seperti citra diri digital, motivasi kustomisasi, serta strategi impression management.

Tahap berikutnya adalah reduksi data, yaitu proses penyederhanaan dan seleksi data yang telah dikelompokkan ke dalam tema-tema utama. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang didukung oleh kutipan langsung dari informan. Pada tahap akhir, peneliti melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi dengan menginterpretasikan temuan berdasarkan perspektif fenomenologi serta teori dramaturgi Erving Goffman, khususnya konsep *front stage*, *back stage*, dan *impression management*. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik, serta dilakukan *member checking* untuk memastikan kesesuaian antara hasil interpretasi peneliti dengan pengalaman yang dimaksud oleh informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Objek Penelitian

Penelitian ini melibatkan enam informan yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam platform Roblox. Informan terdiri dari satu *key informan* dan lima informan pendukung yang berada pada rentang usia 16–18 tahun. *Key informan* merupakan seorang *content creator* Roblox yang aktif memproduksi konten secara rutin dan menggunakan *avatar* sebagai bagian dari *personal branding*. Sementara itu, informan lainnya merupakan remaja pengguna aktif *Roblox* yang memanfaatkan platform tersebut sebagai sarana hiburan, interaksi sosial, serta ekspresi diri.

Tabel 1. Profil Informan

Kode Informan	Usia	Status	Karakteristik
Informan 1	21+	Content Creator	Aktif membuat konten, fokus pada personal branding
Informan 2	16	Pengguna Aktif	Menggunakan avatar sesuai mood
Informan 3	17	Pengguna Aktif	Menggunakan avatar untuk hiburan
Informan 4	18	Pengguna Aktif	Menggunakan avatar sebagai ideal self
Informan 5	17	Pengguna Aktif	Adaptif terhadap konteks sosial
Informan 6	16	Pengguna Aktif	Eksploratif dalam identitas

Hasil Penelitian

Tabel 2. Tema Utama Hasil Koding

Tema Utama	Subtema	Makna
Relasi Avatar & Identitas	Real self / Ideal self / Eksplorasi	Avatar sebagai representasi identitas
Kustomisasi Avatar	Estetika / Strategi / Spontanitas	Motivasi penggunaan avatar
Konsistensi vs Fleksibilitas	Stabil / Dinamis	Pola penggunaan avatar
Interaksi Sosial	Persepsi / Perlakuan sosial	Dampak avatar terhadap relasi
Makna Avatar	Identitas / Hiburan	Fungsi subjektif avatar

Relasi antara Avatar dengan Identitas Diri Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan memiliki pemaknaan yang beragam terkait hubungan antara avatar dan identitas diri. Sebagian informan memandang avatar sebagai representasi langsung dari diri mereka di dunia nyata (*real self*), sementara yang lain memanfaatkannya sebagai sarana untuk menampilkan versi diri yang diinginkan (*ideal self*) maupun sebagai ruang eksplorasi identitas.

Key informan secara konsisten memaknai avatar sebagai representasi dirinya di ruang virtual, sehingga terdapat kesinambungan antara identitas nyata dan identitas digital. Hal ini tercermin dalam pernyataan: “Avatar Roblox-ku itu perwakilan aku... jadi identitas aku di dunia asli aku bawa ke versi Roblox.” Temuan ini menunjukkan adanya integrasi antara real self dan digital self, yang sejalan dengan pandangan bahwa representasi diri di ruang digital dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap dirinya sendiri (Kim et al., 2023).

Di sisi lain, beberapa informan menggunakan avatar sebagai media untuk menampilkan identitas yang lebih autentik atau bahkan berbeda dari kehidupan nyata. Kondisi ini menunjukkan bahwa avatar juga berfungsi sebagai sarana proyeksi diri yang diinginkan, sebagaimana dijelaskan oleh Bellini (2021) mengenai konsep *ideal self*. Selain itu, terdapat pula informan yang memanfaatkan avatar sebagai ruang eksplorasi identitas, dengan mencoba berbagai gaya dan karakter yang berbeda.

Secara teoritis, temuan ini menunjukkan bahwa identitas digital bersifat fleksibel dan tidak lagi terikat pada satu representasi yang tetap (Grewal et al., 2022). Dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman, kondisi ini mencerminkan kemampuan individu dalam menampilkan peran yang berbeda sesuai dengan konteks interaksi yang dihadapi.

Orientasi dalam Kustomisasi Avatar

Proses kustomisasi avatar dilakukan berdasarkan berbagai pertimbangan yang bersifat personal. Pada key informan, kustomisasi avatar tidak hanya berorientasi pada aspek estetika, tetapi juga mempertimbangkan tren serta strategi dalam membangun citra di hadapan audiens. Hal ini menunjukkan bahwa avatar tidak hanya berfungsi sebagai representasi diri, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis dalam membangun identitas digital.

Sementara itu, informan lain menunjukkan orientasi yang lebih beragam. Beberapa informan memprioritaskan elemen tertentu seperti rambut, pakaian, atau ekspresi wajah sebagai bagian yang paling merepresentasikan diri mereka. Di sisi lain, terdapat informan yang memilih avatar secara spontan tanpa pertimbangan mendalam, sebagaimana terlihat dalam pernyataan: “Aku pakai avatar ini lebih ke hiburan aja, karena menurut aku menarik.”

Perbedaan orientasi ini menunjukkan bahwa kustomisasi avatar tidak selalu memiliki makna simbolik yang kompleks, tetapi juga dapat didorong oleh preferensi visual dan kebutuhan hiburan. Namun demikian, dalam perspektif konsep diri (*self-concept*), bahkan pilihan yang tampak sederhana tetap merefleksikan preferensi dan identitas individu (Vartanian et al., 2022).

Konsistensi dan Fleksibilitas Penggunaan Avatar

Temuan penelitian menunjukkan adanya dua kecenderungan utama dalam penggunaan avatar, yaitu konsistensi dan fleksibilitas. Key informan cenderung mempertahankan tampilan avatar secara konsisten sebagai bagian dari identitas dan personal branding. Konsistensi ini menunjukkan adanya upaya menjaga kesinambungan identitas visual agar mudah dikenali oleh audiens.

Sebaliknya, sebagian informan lain menunjukkan fleksibilitas yang tinggi dalam penggunaan avatar. Mereka sering mengganti tampilan avatar sesuai dengan suasana hati, konteks permainan, maupun preferensi situasional, sebagaimana terlihat dalam pernyataan: *“Kadang aku ganti avatar tergantung mood.”*

Temuan ini menunjukkan bahwa identitas digital dalam Roblox bersifat dinamis dan kontekstual. Fleksibilitas tersebut mencerminkan kemampuan individu untuk menyesuaikan representasi diri sesuai dengan situasi sosial yang dihadapi. Dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman, hal ini menunjukkan praktik *impression management* yang bersifat adaptif, di mana individu mengubah penampilan sesuai dengan “panggung” yang berbeda.

Pengaruh Avatar terhadap Interaksi Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tampilan avatar memiliki pengaruh terhadap interaksi sosial antar pemain. Avatar yang menarik secara visual cenderung mempengaruhi cara pemain lain berinteraksi, baik dalam bentuk perlakuan yang lebih positif maupun sebaliknya.

Key informan menekankan bahwa ciri khas avatar dapat membentuk persepsi audiens dan menjadi identitas yang melekat. Selain itu, beberapa informan menyatakan bahwa tampilan avatar yang rapi dan menarik dapat meningkatkan kualitas interaksi sosial. Sebaliknya, penggunaan item yang lebih sederhana terkadang memicu perlakuan yang kurang menyenangkan.

Temuan ini menunjukkan bahwa avatar berfungsi sebagai simbol sosial dalam ruang virtual. Dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman, fenomena ini mencerminkan bagaimana individu mengelola kesan yang ditampilkan kepada audiens melalui representasi visual. Dengan demikian, avatar tidak hanya menjadi alat representasi diri, tetapi juga mempengaruhi dinamika relasi sosial dalam lingkungan digital.

Makna dan Fungsi Avatar bagi Pengguna

Secara umum, seluruh informan memaknai avatar sebagai sesuatu yang lebih dari sekadar tampilan visual dalam game. Avatar dipahami sebagai identitas digital, media ekspresi diri, serta alat untuk berinteraksi dengan pemain lain. Hal ini tercermin dalam pernyataan: *“Avatar itu kayak identitas digital aku... jadi aku merasa lebih hadir di dalam game.”*

Bagi key informan, avatar memiliki fungsi strategis dalam membangun personal branding dan mempermudah audiens untuk mengenali dirinya. Sementara itu, informan lain memaknai avatar sebagai sarana ekspresi diri dan eksplorasi identitas.

Namun demikian, terdapat pula informan yang memandang avatar secara lebih sederhana sebagai bagian dari hiburan tanpa makna yang mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa makna avatar bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh pengalaman serta tujuan penggunaan masing-masing individu. Secara konseptual, temuan ini menegaskan bahwa avatar merupakan medium representasi diri yang memiliki fungsi sosial, psikologis, dan komunikatif dalam ruang digital.

Pembahasan Hasil Penelitian

Citra Diri Digital dan Konstruksi Identitas melalui Avatar

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kustomisasi avatar dalam Roblox bukan sekadar aktivitas visual, melainkan merupakan proses konstruksi citra diri digital yang kompleks. Citra diri dalam konteks ini mencakup bagaimana individu memahami, mengevaluasi, serta merepresentasikan dirinya dalam lingkungan sosial, termasuk di ruang virtual (Hapsari et al., 2023). Dalam konteks komunikasi digital, identitas tidak lagi bersifat tetap, melainkan fleksibel dan dapat dikonstruksi ulang sesuai kebutuhan individu

(Grewal et al., 2022; Priyono, 2022). Hal ini terlihat dari bagaimana para informan memaknai avatar secara beragam, yakni sebagai representasi diri nyata, diri ideal, maupun sebagai sarana eksplorasi identitas.

Key informan, misalnya, secara konsisten menampilkan avatar yang mencerminkan kepribadian dirinya di dunia nyata. Temuan ini menunjukkan adanya kesinambungan antara *real self* dan *digital self*. Hal ini sejalan dengan penelitian Kim et al. (2023) yang menyatakan bahwa representasi visual diri dalam ruang digital sangat dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap dirinya sendiri.

Di sisi lain, Informan 4 dan Informan 5 menggunakan avatar sebagai bentuk *ideal self*, yaitu representasi diri yang diinginkan namun belum sepenuhnya dapat diwujudkan di dunia nyata. Fenomena ini menunjukkan bahwa avatar berfungsi sebagai media proyeksi identitas, sebagaimana dijelaskan oleh Bellini (2021) bahwa individu menggunakan imajinasi sebagai bagian dari proses pembentukan diri. Sementara itu, Informan 1 cenderung menggunakan avatar sebagai sarana eksplorasi identitas baru yang berbeda dari dirinya di dunia nyata, sedangkan Informan 2 menunjukkan posisi yang lebih dinamis karena masih berada dalam proses pencarian identitas diri.

Aspek evaluasi sosial juga berperan dalam pembentukan citra diri digital. Para informan menyadari bahwa tampilan avatar mempengaruhi bagaimana mereka dipersepsikan oleh pemain lain. Hal ini sejalan dengan temuan Ruan et al. (2023) bahwa remaja cenderung membentuk citra diri berdasarkan penilaian sosial di lingkungan mereka. Dengan demikian, avatar dalam Roblox tidak hanya menjadi representasi visual, tetapi juga menjadi alat bagi remaja untuk membangun, menegosiasikan, dan menampilkan identitas digital mereka secara aktif.

Teori Dramaturgi: *Front Stage*, *Backstage*, dan *Impression Management*

Dalam perspektif dramaturgi, interaksi sosial dipahami sebagai sebuah pertunjukan, di mana individu mengelola kesan yang ditampilkan kepada audiens (Goffman, 1959). Konsep ini sangat relevan dalam menjelaskan penggunaan avatar dalam Roblox. Avatar dapat dipahami sebagai bagian dari *front stage*, yaitu tampilan diri yang diperlihatkan kepada publik dalam ruang virtual. Sementara itu, proses pemilihan avatar, motivasi personal, serta pertimbangan internal merupakan bagian dari *backstage* yang tidak terlihat oleh orang lain (Shulman, 2016).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa informan secara sadar maupun tidak sadar melakukan *impression management* melalui avatar mereka. *Key informan*, sebagai content creator, secara strategis mempertahankan ciri khas avatar untuk membangun identitas yang konsisten dan mudah dikenali. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Machado et al. (2022) yang menyatakan bahwa identitas visual merupakan elemen penting dalam personal branding di ruang digital. Fenomena penurunan engagement ketika key informan menggunakan avatar yang berbeda menunjukkan bahwa konsistensi visual berpengaruh terhadap persepsi audiens. Hal ini menegaskan bahwa avatar tidak hanya berfungsi sebagai identitas personal, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis. Informan lain juga menunjukkan praktik *impression management* dalam bentuk yang lebih sederhana. Informan 3, misalnya, memilih avatar yang terlihat rapi untuk mendapatkan perlakuan sosial yang lebih positif dari pemain lain. Sementara itu, Informan 4 menyesuaikan gaya avatar berdasarkan konteks server yang dimainkan, yang menunjukkan bahwa pengelolaan kesan bersifat situasional dan adaptif. Selain itu, Informan 5 dan Informan 1 menunjukkan bentuk *impression management* yang lebih *implisit*, di mana preferensi terhadap tampilan tertentu secara tidak langsung mencerminkan keinginan untuk diterima secara sosial.

Hal ini sejalan dengan temuan Satyanandani et al. (2023) bahwa individu dalam ruang digital secara aktif mengatur penampilan untuk menciptakan kesan tertentu. Dengan demikian, penggunaan avatar dalam Roblox mencerminkan praktik dramaturgis di mana individu secara aktif membangun dan mengelola identitas sosial mereka dalam interaksi digital.

Kustomisasi Avatar sebagai Ekspresi Diri dan Eksplorasi Identitas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kustomisasi avatar merupakan bentuk ekspresi diri yang penting bagi remaja dalam ruang virtual. Roblox sebagai platform menyediakan fitur kustomisasi yang memungkinkan pengguna mengekspresikan identitas secara bebas melalui avatar (Roblox Corporation, 2024). Fleksibilitas ini memberikan ruang bagi remaja untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan identitas tanpa batasan sosial yang ketat. Hal ini sejalan dengan Boyd (2016) yang menyatakan bahwa ruang digital menjadi tempat bagi remaja untuk bereksperimen dengan identitas mereka.

Fu et al. (2025) menjelaskan bahwa proses pembuatan avatar dalam game sosial berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan preferensi, kreativitas, serta aspirasi individu. Dalam penelitian ini, Informan 1, Informan 3, dan Informan 4 menunjukkan bahwa pemilihan avatar dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti estetika, kepribadian, dan konteks sosial dalam permainan. Selain sebagai ekspresi diri, avatar juga berfungsi sebagai alat interaksi sosial. Tampilan avatar dapat mempengaruhi bagaimana individu diterima dalam komunitas digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Zimmermann et al. (2022) yang menyatakan bahwa avatar memainkan peran penting dalam representasi diri dan interaksi sosial di lingkungan digital.

Temuan ini menunjukkan bahwa Roblox bukan hanya sekadar platform hiburan, tetapi juga merupakan ruang sosial virtual yang mendukung pembentukan identitas. Hal ini diperkuat oleh penelitian Wulandari et al. (2025) dan Sudirman (2025) yang menyatakan bahwa interaksi melalui avatar dalam Roblox berkontribusi terhadap pembentukan identitas generasi muda.

Dalam konteks *personal branding*, avatar juga memiliki nilai strategis, terutama bagi content creator. Avatar yang konsisten dan memiliki ciri khas dapat menjadi identitas visual yang kuat dan mudah dikenali oleh audiens. Hal ini menunjukkan bahwa kustomisasi avatar berada di antara ekspresi diri dan strategi komunikasi digital. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa kustomisasi avatar merupakan praktik sosial yang kompleks, yang melibatkan ekspresi diri, eksplorasi identitas, serta interaksi sosial dalam ruang virtual.

Fleksibilitas Avatar dan Fenomena Liquid Identity

Temuan mengenai fleksibilitas penggunaan avatar dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai indikasi munculnya fenomena *liquid identity* pada remaja. Konsep ini merujuk pada identitas yang bersifat dinamis, tidak tetap, dan terus berubah mengikuti konteks sosial (Bauman, 2000). Dalam penelitian ini, kemampuan informan untuk mengganti avatar berdasarkan suasana hati, konteks permainan, maupun tujuan interaksi menunjukkan bahwa identitas digital bersifat situasional dan adaptif.

Fenomena ini juga tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya remaja Indonesia yang masih dipengaruhi oleh norma sosial kolektif. Fleksibilitas yang ditunjukkan tidak sepenuhnya bebas, melainkan tetap mempertimbangkan penerimaan sosial. Hal ini terlihat dari kecenderungan informan menyesuaikan avatar agar lebih diterima dalam lingkungan permainan.

Dengan demikian, identitas digital remaja Indonesia berada pada posisi yang unik, yaitu di antara kebebasan eksplorasi diri di ruang virtual dan tekanan norma sosial yang tetap melekat. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik identitas digital tidak hanya dipengaruhi oleh teknologi, tetapi juga oleh konteks sosial dan budaya lokal.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana remaja Indonesia merepresentasikan citra diri melalui kustomisasi avatar dalam permainan Roblox. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kustomisasi avatar tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga menjadi sarana representasi identitas digital yang bersifat personal dan dinamis. Remaja menggunakan avatar untuk menampilkan persepsi diri, mengekspresikan identitas, serta membangun interaksi sosial di ruang virtual. Perbedaan temuan terlihat pada *key informan* sebagai *content creator* yang memanfaatkan avatar sebagai strategi personal branding, sementara informan remaja cenderung menggunakan avatar sebagai media ekspresi diri dan eksplorasi identitas.

Temuan ini menunjukkan bahwa avatar dalam Roblox memiliki potensi sebagai media komunikasi digital yang tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas dan interaksi sosial. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan memperluas konteks platform digital lain atau menggunakan pendekatan metode yang berbeda untuk menggali dinamika identitas digital secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Atoyan, V., Hovyan, V., & Movsisyan, N. (2023). The Digital Space as the Environment of Social Self-determination and Self-Expression. *Journal of Advances in Education and Philosophy*, 7(09), 347–350. <https://doi.org/10.36348/jaep.2023.v07i09.004>
- Bellini, B. (2021). The transcendence of personal individuality and the role of the imaginary in self-shaping.
- Boyd, D. (2016). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fathan, M. D. (2025). *Panggung Citra Diri Remaja di Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Anggota UKM Putra Putri Kampus Muhammadiyah Malang)* [Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Malang]. Repositori Institusi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fu, Y., Schwamm, S., Baughan, A., Powell, N., Kronberg, Z., Owens, A., Izenman, E., Alsabeh, D., Hunt, E., Bickham, D., Radesky, J., & Hiniker, A. (2025). *Understanding children's avatar making in social online games*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.18705>
- Dattatreyan, E. G., Ray, A., Raman, U., & Webb, M. (2023). Introduction. <https://doi.org/10.1177/13548565231208132>
- Dionisio, J. D. N., Burns III, W. G., & Gilbert, R. (2022). 3D virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities.

- Grewal, D., Herhausen, D., Ludwig, S., & Villarroel Ordenes, F. (2022). The Future of Digital Communication Research: Considering Dynamics and Multimodality. *Journal of Retailing*, 98(2), 224–240. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.01.007>
- Hapsari, H. I., Huang, M.-C., & Kanita, M. W. (2023). Evaluating Self-Concept Measurements in Adolescents: A Systematic Review. *Children*, 10(2), 399. <https://doi.org/10.3390/children10020399>
- Hastomo, Rahadian, Tria Patrianti, and Sa'diyah El Adawiyah. 2025. "Digital Marketing Communication Strategy of Internet Service Provider Companies in Strengthening Brand Awareness". *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 6 (4):1189-97. <https://doi.org/10.59141/jiss.v6i4.1707>
- Kim J, Moon K, Kim S, Kim H and Ko Y (2023) The relationship between mental representations of self and social evaluation: Examining the validity and usefulness of visual proxies of self-image. *Front. Psychol.* 13:937905. doi: 10.3389/fpsyg.2022.937905
- Kompas.com. (2025, 12 Agustus). *Roblox disorot, berapa jumlahnya di Indonesia?* <https://tekno.kompas.com/read/2025/08/12/19140027/roblox-disorot-berapa-jumlah-pemainnya-di-indonesia>
- Machado, E., Miranda, S. M. L., & Baldi, V. (2022). How social media reconfigures Personal Brand Management and Online Reputation. *2022 17th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1–5. <https://doi.org/10.23919/cisti54924.2022.9820196>
- Maulana, Rolly. (2022). *Implementing Roblox in the Metaverse*. Bandung: Pedia Book Publishers.
- Nowak, K. L., & Fox, J. (2018). Avatars and computer-mediated communication: a review of the definitions, uses, and effects of digital representations. 6, 30–53. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.2018.06.01.015>
- Nurrachmah, S. (2025). Gen Z's Self-Expression and Digital Identity Strategies on Social Media X: A Quantitative Study of Communication Styles and Audience Engagement. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 4(7). <https://doi.org/10.58344/jmi.v4i7.2411>
- Priyono, P. E. (2022). *Komunikasi dan komunikasi digital*. Guepedia
- Putro, H. P. (2023). *Building Digital Communication Effectiveness in Organizations* (Vol. 1, Issue 02).
- Roblox Corporation. (2024). *Avatar overview and customization*. <https://create.roblox.com/docs>
- Roblox. (2024, 25 Maret). *Roblox memperkenalkan teknologi avatar dan pembuatan tekstur yang didukung AI untuk mempercepat kreasi 3D*. <https://about.roblox.com/id/ruang-berita/2024/03/roblox-memperkenalkan-teknologi-avatar-dan-pemcepat-kreasi-3d>
- Ruan, Q. N., Shen, G. H., Yang, J. S., & Yan, W. J. (2023). The interplay of self-acceptance, social comparison and attributional style in adolescent mental health: cross-sectional study. *BJPsych open*, 9(6), e202. <https://doi.org/10.1192/bjo.2023.594>

- Satyanandani, K. A., Palupi, M. F. T., & Romadhan, M. I. (2023). Citra diri virtual pada pengguna Instagram (Studi dramaturgi pada mahasiswa ilmu komunikasi Untag Surabaya). *Representamen*, 9(01), 87–97. <https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.7446>
- Shulman, D. H. P. (2016). *The presentation of self in contemporary social life*. SAGE Publications.
- Statista. (2025). *Roblox games users worldwide distribution by age group*. <https://www.statista.com/statistics/1190869/roblox-games-users-global-distribution-age/>
- Sudirman, N. I. (2025). Relasi Sosial Gen Z di Dunia Virtual: Studi tentang Interaksi melalui Avatar di Roblox. *Maximal Journal : Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya Dan Pendidikan*.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif* (4th ed.). Alfabeta.
- Waterloo, S. F. (2018). Infinite content, infinitely content: Self-expression in contemporary digital culture.
- Wulandari, A. A., Fahrudin, A., & Rahman, A. (2025). Peran Roblox dalam Pembentukan Identitas Generasi Muda: Sebuah Tinjauan Literatur. *INTERACTION: Communication Studies Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.47134/interaction.v2i2>.
- Yang, Y., Wang, H., Gong, S., & Qiu, Y. (2025). The Relationship Between Self-Concept Clarity and Meaning in Life Among Adolescents: Based on Variable-Centered Perspective and Person-Centered Perspective. *Behavioral Sciences*, 15(7), 948. <https://doi.org/10.3390/bs15070948>
- Zimmermann, D., Wehler, A., & Kaspar, K. (2022). Self-representation through avatars in digital environments. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03232-6>