

Praktik Self-Tracking di Media Sosial Pemuda pada Transisi Menuju Dunia Kerja

Mutiara Nur Hayati

Universitas Gadjah Mada

mutiaranurhayati@gmail.com

Submitted: 28 February 2023; Revised: 21 April 2023; Accepted: 12 May 2023

ABSTRACT

This study explores the strategies and efforts that have been made against the risks of using social media for fresh graduate who are looking for job. These risks are obtained from personal historical data and surveillance by other parties, especially Human Resources. These strategies and efforts are carried out as individual goals in modifying employable identity or for getting a job. Therefore, the research questions are how fresh graduate treat personal data about themselves that are shared on social media and how digital self-tracking forms the relationship between digital technology and self-identity. Through a qualitative approach using digital ethnographic methods and self-tracking theory by Deborah Lupton, the authors attempt to answer the questions in this study by conducting interviews and observations on six informants who carry two identities, that is fresh graduate and job seekers. This study showed that the informants carried out two strategies on personal historical data: cleaning and displaying. Furthermore, when doing self-tracking, informants also establish relations with digital technology to produce negotiation related to the formation of the expected self-hood, which at the end of the study shows not only the goal of getting a job but also efforts for self-reflection, learning, and growing process.

KEYWORDS Self-tracking | Youth | Transition to Work | Digital Ethnography | Self-hood

PENDAHULUAN

Dari survei yang dilakukan oleh Career Builder tahun 2018 pada *Hiring and Human Resource Managers* di berbagai perusahaan Amerika (bukan perusahaan pemerintah), didapatkan hasil bahwa 70% perusahaan menelusuri media sosial untuk menyelidiki profil para pencari kerja. Dalam survei tersebut juga diketahui bahwa 47% perusahaan menemukan konten yang menjadi alasan untuk merekrut pencari kerja, di sisi lain 57% menemukan konten yang menyebabkan tidak direkrutnya para pencari kerja. Tidak hanya itu, dalam survei juga mendapatkan hasil bahwa 47% *Human Resource Managers* tidak akan memanggil pelamar kerja jika tidak menemukan kandidat secara

online. Hasil dari survei tersebut sejalan dengan apa yang media katakan bahwa jejak digital dan media sosial merupakan hal yang penting untuk diperhatikan sebab memiliki risiko pada reputasi *online* individu dari presentasi dan konten yang mereka tampilkan (Bond 2018; Ericksen 2018; Oliver 2021; Ziskova 2020).

Dalam proses rekrutmen, tidak jarang para perekrut kerja melakukan *background checking*, menelusuri jejak digital atau *men-googling* identitas individu untuk melihat reputasi dan presentasi individu di media sosial (Berkelaar dan Buzzanell 2014; Brandtzaeg, Bae, dan Charro-Domínguez 2019; Brandtzaeg, Bae, dan

Lüders 2018), serta mempelajari informasi tentang diri “sejati” individu pelamar (Minor-Cooley dan Rochelle 2020). Proses *screening* media sosial juga digunakan untuk mengevaluasi individu pelamar guna memeriksa kejujuran mereka terkait apa yang di tulis dalam *Curriculum Vitae* dan ketika proses wawancara berlangsung (Minor-Cooley dkk 2020). Adanya *screening* media sosial memunculkan reaksi defensif atau negatif bagi individu pelamar kerja (Drake, Hall, Becton, dan Posey 2016), bahkan membuat individu merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dan kurang memiliki otonomi untuk membagikan konten (Jeske dan Shultz 2016). Akan tetapi, individu juga tidak dapat menolak adanya proses *screening* media sosial. Maka dari itu, jika ingin mendapatkan posisi pekerjaan tersebut, individu secara terpaksa harus mematuhi proses rekrutmen yang ditetapkan oleh perekrut kerja (Jeske dkk 2016).

Dalam penelitian sebelumnya terkait transisi pemuda di era digital, media sosial membawa berbagai peran dalam proses transisi, seperti pada mahasiswa baru yang sedang melakukan transisi ke dunia pendidikan dengan memudahkan komunikasi dan wadah pencarian identitas diri (Morioka, Ellison, dan Brown 2016; Thomas, Briggs, Hart, dan Kerrigan 2017). Ruang diskusi terbuka yang tersedia di internet menjadi ruang bagi pemuda untuk menavigasi proses transisi melalui upaya *peer-learning* dan bimbingan dari pengalaman antar pemuda guna mendapatkan solusi atas tantangan dalam proses transisi mereka (Cuzzocrea dan Collins 2020). Pemuda juga lebih berharap dan berekspektasi tinggi dalam mendapatkan manfaat ketimbang risiko ketika menggunakan media sosial, seperti *self-clarification*, validasi sosial, pengembangan hubungan, kontrol sosial, presentasi diri serta meningkatkan kepercayaan diri baik secara *skill* maupun *talent* (Cuzzocrea dan Collins 2020; Lee, Park, dan Kim 2013). Di masa transisi, media sosial juga menjadi ruang bagi pemuda untuk memproduksi dan mengunggah karya dalam waktu luang mereka untuk meningkatkan ke- terampilan, mendapatkan

reputasi dan mengembangkan koneksi sebagai bentuk strategi guna mencapai orientasi pekerjaan impian mereka (Batchelor, Fraser, Whitaker, dan Li 2020).

Media sosial menjadi wadah merepresentasikan kreativitas dan kebebasan pemuda melalui konten yang mereka tawarkan (Lupton 2015). Bagi pemuda Generasi Z media sosial telah menjadi kebutuhan yang memengaruhi pembentukan identitas diri yang dapat membentuk “*who they are*” dari apa yang mereka konsumsi (Boyd 2014). Akan tetapi, presentasi diri dan konten yang dibagikan di media sosial mengalami proses perubahan makna dan tujuan dari sudut pandang pemaknaan penonton atau disebut *context collapse* (Brandtzaeg, Bae, dan Lüders 2018; Zhao dkk. 2013). Konten yang dibagikan di media sosial juga dapat mengalami proses kadaluwarsa, di mana konten terdahulu tidak dapat lagi mempresentasikan citra diri dan identitas di masa sekarang, atau disebut *time collapse* (Brandtzaeg dkk. 2018). Permasalahan ini membawa risiko bagi pemuda yang memasuki transisi ke dunia kerja, yaitu mereka hidup di era “*the end of forgetting*” (Bossewitch dan Sinnerich 2013), di mana internet melakukan pencatatan dan pengarsipan data bahkan lebih akurat dari apa yang diingat (Lupton 2015).

Memasuki masa transisi, pemuda *fresh graduate* mulai melihat kembali data atau konten yang telah mereka bagikan di media sosial sebagai strategi mereka dalam menghadapi risiko jejak digital. Praktik konstruksi antisipatif ini dilakukan individu dalam upaya membingkai ulang dan mengawasi jejak digital guna mencapai konten dan data yang tampak “tidak berbahaya” bagi para perekrut kerja di masa depan (Fisk 2014). Dengan mengantisipasi adanya proses *screening* media sosial, pemuda akan lebih memahami dan memiliki kesempatan untuk menjelaskan jejak digital ketika proses rekrutmen berlangsung (Hedenus dan Backman 2017). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa pemuda mengungkapkan rasa malu saat melihat kembali perilaku remaja mereka di media sosial sehingga

mereka menyembunyikan bahkan menghapus konten yang pernah dibagikan (Schoenebeck, Ellison, Blackwell, Bayer, dan Falk 2016). Pemuda merasa takut perilaku remaja mereka digunakan untuk melawan dan merusak identitas profesional mereka di masa sekarang (Brandtzaeg María-Ángeles 2019). Pemuda merasa terjebak dengan presentasi identitas *online* mereka di media sosial sehingga mulai menavigasi konten lama dan identitas sebelumnya (Brandtzaeg dan María-Ángeles 2019).

Dalam penelitian ini, penulis membahas tentang praktik dan strategi *fresh graduate* dalam memperlakukan data historis mereka sebagai upaya pembentukan identitas diri dalam transisi ke dunia kerja. Praktik dan strategi tersebut berupa *self-tracking*, di mana pemuda *fresh graduate* diharapkan dapat bertanggung jawab dan memperoleh pengetahuan tentang dirinya sendiri sebagai bentuk upaya untuk mempraktikkan, meningkatkan, dan merefleksikan diri (Lupton 2014). Praktik *self-tracking* dengan melihat kembali data di media sosial menjadi hal yang penting dilakukan oleh pemuda *fresh graduate* guna membangun refleksivitas dan strategi dalam membentuk ulang presentasi dan konstruksi identitas diri mereka. Berbeda dengan penelitian terdahulu, kebaruan dalam penelitian ini terletak pada eksplorasi keterkaitan presentasi diri di media sosial, histori data pribadi, strategi, dan praktik *self-tracking* para pemuda *fresh graduate* dalam membentuk konstruksi mengenai identitas diri (*self-hood*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi digital. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk melihat pandangan informan (*natives point*

of view) dalam membangun makna dari suatu fenomena (Creswell 2013). Melalui metode etnografi digital, peneliti berusaha melakukan penelitian observasional yang berbasis daring dan menggunakan sumber data yang dimediasi dengan komputer sebagai representasi dari fenomena budaya komunal (Kozinets 2010), serta berusaha menangkap dan mengamati bentuk praktik komunikatif yang terjadi di dunia digital (Varis 2016). Peneliti menggunakan metode etnografi digital guna melihat praktik *self-tracking* yang dilakukan *fresh graduate* pada data historis mereka serta melihat relasi yang terbentuk antara teknologi digital dengan identitas diri (*self-hood*). Etnografi digital adalah praktik etnografi kontemporer dengan gagasan awal bahwa media dan teknologi digital yang mulai merambah dalam praktik kehidupan sehari-hari (Horst, H., Lewis, Hjorth, Postill, dan Pink. 2015).

Menurut Robert V. Kozinets (2010), terdapat tiga jenis data dalam metode etnografi digital, yaitu data arsip (*archival data*), data yang diperoleh (*elicited data*), dan data catatan lapangan (*field note data*). Sumber data penelitian ini diambil berdasarkan observasi praktik dan strategi yang ditampilkan pemuda *fresh graduate* di media sosial, proses wawancara, dan catatan lapangan peneliti. Observasi dilakukan pada tiga media sosial guna melihat perbedaan praktik dan strategi yang digunakan informan tiap media sosial, yaitu di Instagram, Twitter dan LinkedIn. Subjek dalam penelitian ini adalah pemuda *fresh graduate* yang sedang mengalami transisi ke dunia kerja, mengincar karir di perusahaan non-pemerintah, dan termasuk dalam individu Generasi Z dengan rentang usia 22 hingga 24 tahun. Jumlah subjek penelitian sebanyak enam orang, data informan dituliskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Data Informan

No	Nama	Tahun Kelulusan	Background Pendidikan	Jenis Kelamin	Durasi Wawancara
1.	Nuha	Juli 2021	Statistika	Perempuan	00:54:02

No	Nama	Tahun Kelulusan	Background Pendidikan	Jenis Kelamin	Durasi Wawancara
2.	Farrell	Oktober 2021	Teknik Industri	Laki-laki	01:05:29
3.	Titis	Oktober 2021	Teknik Perminyakan	Perempuan	01:14:38
4.	Ega	Juni 2021	Ilmu Komunikasi	Perempuan	01:12:06
5.	Akbar	Juli 2021	Antropologi	Laki-laki	01:29:25

KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka teori dalam penelitian ini menggunakan teori *Self-Tracking Culture* yang dipopulerkan oleh Deborah Lupton dalam bukunya yang berjudul *Digital Sociology* (2015) dan *The Quantified Self: A Sociology of Self-Tracking* (2016). Praktik *self-tracking* bukanlah sebuah praktik baru, melainkan praktik inovasi dari praktik yang telah ada (Lupton 2015). Mulanya, praktik ini dikenal dengan istilah *self-writing*, yakni menulis atau mencatat kebiasaan individu sebagai upaya refleksi dan perbaikan diri (Lupton 2015). Kebaharuan dari konsep praktik *self-tracking* dapat dilihat dari teknik pengumpulan data dengan bantuan teknologi digital sebagai alat untuk mencatat dan menganalisis data (Lupton 2015). Hal tersebut dilakukan dengan memasukkan data pada perangkat digital yang terhubung ke internet sehingga individu dapat merasakan fasilitas pengukuran dan pemantauan tubuh dan kehidupan sehari-hari secara *real-time* (Lupton 2014). Praktik *self-tracking* bertujuan untuk mengontrol data bahkan batasan guna pencapaian tujuan personal individu, seperti upaya mencapai kesehatan yang lebih baik, meningkatkan produktivitas, bahkan hubungan sosial yang lebih baik (Lupton 2015).

Data atau konten yang tersimpan dalam arsip digital dapat dikategorikan menjadi *everyday archive* (Beer dan Burrows 2013). Data *everyday archive* meliputi informasi personal, interaksi sosial, presentasi diri, bahkan hingga selera, preferensi, komentar, teman, dan pengi-

kut yang tersimpan di berbagai platform (Beer dan Burrows 2013). Data yang menjadi arsip digital bukan hanya data yang individu tampilkan di profil media sosial, melainkan seluruh data yang individu bagikan bahkan reaksi pengguna lain di internet meliputi komentar, *likes*, dan *retweet* (Lupton 2015). Data tersebut tersimpan dan menjadi arsip digital yang dapat dilihat kembali dan menjadi objek pemantauan baik oleh individu maupun aktor lain (Lupton 2015). Data yang terekam tersebut menjadi ancaman pada individu tentang adanya pengawasan data dalam arsip digital dari berbagai institusi sosial (Duffy dan Chan 2019). Untuk itu, adanya pengawasan digital membuat individu berusaha menampilkan presentasi dan perilaku yang baik sebagai individu yang "*employable*" dan "*professionalism*" (Duffy dan Chan 2019; Smith dan Kidder 2010).

Guna menghindari ancaman *screening* media sosial, individu dapat melakukan pemantauan diri dengan melihat kembali data di media sosial guna menghapus dan menghindari konten atau data yang berisiko dari pengawasan digital (Duffy dan Chan 2019). Proses melihat kembali data dalam arsip digital tersebut termasuk dalam praktik *self-tracking*. Hal itu selaras dengan yang dikatakan oleh Lupton (2016) bahwa praktik *self-tracking* adalah sebuah praktik mencatat dan merekam data untuk *monitoring* dan refleksi diri, bahkan mengukur perilaku individu guna mencapai keputusan dan tujuan personal individu. Proses tersebut dilakukan individu bertujuan untuk membangun kembali dan mendefinisikan identitas diri

mereka dengan melakukan pemantauan diri dari data atau konten yang telah dibagikan. Dengan melakukan pemantauan diri menggunakan praktik *self-tracking*, individu diharapkan dapat mendefinisikan identitas diri (*self-hood*) tidak hanya tentang siapa mereka di masa sekarang, tetapi juga di masa lalu.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Respon *Fresh Graduate* ketika Melihat Kembali Histori Data Pribadi di Media Sosial

Seluruh informan dalam penelitian ini pernah melakukan praktik melihat kembali histori data pribadi mereka di media sosial. Praktik melihat kembali atau disebut *egosurfing* oleh Feher (2021) menjadi salah satu strategi paling umum yang dilakukan dalam mengelola jejak digital. Praktik melihat kembali dilakukan dengan mengamati dan merefleksikan histori data pribadi guna membangun dan memengaruhi reputasi *online* individu (Feher 2021). Praktik melihat kembali histori data pribadi di media sosial memunculkan berbagai macam respons oleh individu terkait konten terdahulu yang pernah mereka bagikan. Perasaan malu terhadap perilaku terdahulu dan takut akan risiko jejak digital merupakan respons yang umum individu rasakan ketika berbicara terkait praktik melihat kembali (Brandtzaeg dan Chaparro-Domínguez 2019; Lee dkk. 2013; Schoenebeck dkk. 2016).

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti telah merangkum emosi perasaan informan pada Tabel 2 tentang klasifikasi emosi ketika melakukan praktik melihat kembali. Peneliti mengklasifikasikan emosi perasaan informan menjadi tiga klasifikasi, yakni emosi

negatif, emosi netral dan emosi positif. Dari masing-masing klasifikasi emosi, terdapat spesifikasi perasaan yang dinyatakan oleh informan saat sesi wawancara berlangsung. Pada klasifikasi emosi negatif, terdapat perasaan menyesal, malu, takut, dan khawatir ketika informan melakukan praktik melihat kembali histori data pribadi mereka di media sosial. Setelah itu, pada klasifikasi emosi positif terdapat perasaan bangga dan keren dan pada klasifikasi emosi netral, terdapat perasaan baik-baik saja atau biasa-biasa saja ketika informan melakukan praktik tersebut.

Pertama, respons perasaan dengan emosi negatif menjadi perasaan yang paling banyak dinyatakan oleh informan. Hampir seluruh informan dalam penelitian ini menyatakan perasaan tersebut saat sesi wawancara berlangsung. Adanya respons perasaan emosi negatif terjadi karena informan mengalami proses interpretasi pembelajaran dan pengalaman yang berbeda selama periode waktu lima tahun kebelakang. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya transformasi, pergeseran bahkan perubahan perilaku informan dalam mengelola konten dan histori data pribadi di media sosial. Adanya transformasi diri pada lima tahun kebelakang menjadikan informan memiliki perencanaan konten yang berbeda dan dinamis. Tidak hanya itu, meluasnya audiens bahkan hadirnya bentuk pengawasan dan pelacakan dari *stranger* dan HR juga mendorong adanya respons perasaan emosi negatif dalam diri informan.

Kedua, perasaan emosi netral ketika melihat kembali histori data pribadi, yakni respons baik-baik saja terbentuk karena informan merasa telah melakukan filtrasi pada konten yang di unggah. Informan merasa telah puas, nyaman dan aman terhadap konten yang di unggah, sehingga mengakibatkan perasaan baik-baik saja ketika melihat kembali histori data pribadi di media sosial. Namun menurut peneliti, validasi dari perasaan tersebut juga didorong oleh tidak adanya perubahan yang mencolok terhadap kepentingan dan tujuan infor-

Tabel 2. Klasifikasi Emosi

Negatif	Netral	Positif
Menyesal	Baik-baik saja	Bangga
Malu	-	Keren
Takut	-	-
Khawatir	-	-

man dalam membagikan konten di media sosial. Bahkan, respons baik-baik saja juga dapat terbentuk karena adanya proses penerimaan diri dari setiap perilaku yang terbentuk dari konten pada histori data pribadi informan di media sosial.

Terakhir, perasaan emosi positif ketika melihat kembali histori data pribadi, yakni perasaan bangga dan keren, terbentuk karena informan merasa adanya kesesuaian harapan dan ekspektasi terhadap proses tumbuh dan peningkatan diri di media sosial. Perasaan bangga dan keren ketika melakukan praktik melihat kembali merupakan bentuk apresiasi diri informan pada keberhasilan dan perjuangan dirinya sendiri guna mencapai sebuah titik tertentu. Respons tersebut juga berkaitan dengan proses mengenang perjuangan mereka sebagai bentuk upaya apresiasi diri yang telah berjuang, belajar dan tumbuh guna mencapai tujuan. Tidak hanya itu, respons dengan perasaan emosi positif juga sebagai upaya komplimen diri terhadap kemampuan dan keahlian yang meningkat, seperti pada keahlian fotografi dan videografi yang di unggah.

B. Strategi bagi *Fresh Graduate* dalam Memperlakukan Histori Data Pribadi

Adanya perbedaan respons emosi memengaruhi strategi *fresh graduate* dalam memperlakukan histori data pribadi mereka. Pada respons emosi negatif, informan memodifikasi identitas diri dengan membersihkan histori data pribadi di media sosial. Strategi tersebut disesuaikan dengan fitur yang tersedia pada tiap platform media sosial, seperti mengarsipkan konten pada platform Instagram dan menghapus konten pada platform Twitter dan LinkedIn. Informan dalam penelitian ini tidak membersihkan histori data pribadi mereka di platform LinkedIn, sebab platform LinkedIn baru saja digunakan informan beberapa waktu ke belakang. Upaya membersihkan histori data pribadi dengan menghapus atau mengarsipkan konten terdahulu dilakukan pada konten terdahulu yang

di rasa kurang atau bahkan tidak sesuai dengan identitas diri yang akan mereka tampilkan saat ini. Tidak hanya itu, konten yang dibersihkan juga termasuk konten yang tergolong sensitif dan penuh risiko, seperti konten provokasi dari demo yang mereka suarakan di media sosial.

"[...] Ya konten-konten sensitif yang dulu pernah aku bagikan di Twitter di Facebook di Instagram (konten-konten propaganda seperti saat Gejayan Memanggil) pada akhirnya sekarang untuk kebutuhan tertentu aku hilangkan atau aku arsipkan untuk diri aku sendiri, kayak misalkan waktu demo kemarin, karna aku lumayan vocal untuk menyuarakan tapi sekarang sih udah mulai aku sembunyiin-sembunyiin sih, karena yo sekarang kondisinya harus mencari kerja gitu, jadi ya gimana lagi." (Wawancara dengan Akbar, 13 Januari 2023)

Ketika memasuki periode transisi menuju dunia profesional risiko akan histori data pribadi menjadi lebih krusial, Akbar mulai membersihkan *tweet* aktivisme bahkan mulai bersembunyi ketika ingin menyuarakan sebuah topik sensitif tertentu. Perilaku membersihkan *tweet* juga dilakukan oleh informan lain, yakni dengan menghilangkan *tweet* yang berisi tulisan yang sudah tidak sesuai dengan pemikiran mereka saat ini. Sedangkan, pada konten berbasis visual pada platform Instagram, konten yang dihilangkan seperti konten yang menurut mereka aneh dan alay. Perilaku membersihkan konten di platform Instagram didorong oleh kehendak personal informan dengan alasan yang berbeda tiap informan, seperti Nuha yang merasa alay dengan kontennya, Ega merasa konten dengan genre potret diri tidak berguna untuk ditampilkan saat memasuki transisi menuju dunia kerja, hingga Farrell yang didorong oleh ketidakselarasan *caption* dengan konten visual yang diunggah.

"Konten yang aku hapus menurutku untuk saat sekarang ternyata unggahan itu aneh dan engga relate sama pemikiranku yang

sekarang. Apa ya, yang kek dulu Shin, kan kalau kita punya medsos dari lama dari yang tahun-tahun 2014 kan pemikirannya masih labil, kadang kek marah-marah di Twitter trus kadang nyindir-nyindir orang di Twitter, trus sekarang mikir kek ngapain aku melakukan itu, gitu. Kalo di Instagram di arsip, tapi kalo di Instagram gara-gara fotonya alay juga si yang dulu-dulu.” (Wawancara dengan Nuha, 19 November 2021)

“Tapi sisanya sih yang aku archive enggak ada yang gimana-gimana sih, aku jarang juga ya paling dulu selfie-selfie aku yang tidak berguna itu aku archive-archive in, yagitu. Karna yauda ngapain juga kebanyakan selfie, sedangkan aku baru menyadari itu sih Mut kayak jejak digital tadi kayak yang aku denger dari kating ku yang HR juga ternyata kalo kita apply pekerjaan kita biasanya kita ditanyain instagram kita apa, trus ada lah kolom kayak gitu di form nya gitu, nah menurut aku dari situ aku kayak mulai ngearchive-archive in posting-unggahan yang enggak penting.” (Wawancara dengan Ega, 27 Desember 2021).

“Yang aku hapus tu sebenarnya foto sendiri cuman kayak caption atau komen-komen temen-temen aku yang agak aneh gitu dan juga fotonya agak maksudnya agak aneh bukan aneh sih tapi kayak “ngapain sih aku dulu ngepost ini” kek gitu lo, yauda pingin tak ilangin aja gitu. Eh, aku arsip sih kebanyakan itu, itu juga salah satu faktor captionnya aneh trus malu-maluin ya walaupun bisa di edit ya males aja. Jadi nya yauda arsip sekalian deh.” (Wawancara dengan Farrell, 3 Desember 2021).

Pada platform Instagram yang berbasis visual, alasan informan melakukan upaya membersihkan konten juga didorong oleh produksi dan kontribusi konten yang memperhatikan bentuk *aesthetic visual*. *Aesthetic* dalam bentuk visual dapat diterjemahkan menjadi gambar

atau foto guna menarik audiens dengan bentuk yang mereka sebut indah, menyenangkan, menarik, serta *aesthetically pleasing* (Thömmes dan Hübner 2022). Penciptaan konten dengan memperhatikan bentuk *aesthetic* merupakan sebuah upaya guna menarik audiens, memiliki pengalaman yang bermakna, memuaskan secara emosional bahkan untuk memperoleh prestise sosial (Manovich 2020).

“Hmm aku udah agak lupa sih apa aja yang aku hapus, cuman mungkin unggahan-unggahan yang menurut aku kurang, aku kan manusia *aesthetic* maksudnya kayak selalu memperhatikan visual yang apa ya proper atau enggak gitu, jadi kayak mungkin kalo enggak match sama feeds aku mungkin aku ini sih hapus dan mungkin konten-kontennya agak sedikit alay fotonya jadi aku hapus gitu. Jadi, karna waktu itu aku ngerapiin feeds ya jadi ada beberapa post yang mungkin enggak match sama feeds aku arsip gitu sih.” (Wawancara dengan Tata, 21 Januari 2022).

Selanjutnya, informan tetap menampilkan konten dengan respons emosi netral dan positif ketika mereka melihat kembali histori data pribadi di media sosial. Pada platform Instagram, alasan informan untuk tetap menampilkan konten beragam, seperti konten yang tidak membuatnya merasa menyesal, konten yang dapat membawa inspirasi untuk orang lain, serta konten yang tidak memiliki asumsi negatif pada identitas diri informan di media sosial. Konten yang tetap ditampilkan juga berupa jenis konten yang dapat membuat audiens kagum pada diri informan, seperti konten yang menggambarkan informan dalam kegiatan *event*, hobi dan pencapaian. Ketika melakukan praktik melihat kembali, informan dengan sengaja menampilkan kembali konten yang dapat meningkatkan prestise identitas dirinya, seperti ketika mereka wisuda, lulus sidang, memenangkan lomba, kegiatan saat *event*, dan konten yang menggambarkan hobi.

“Hmm kalo pertahaninkan ya berarti aku engga nyesel gitu ngepost itu, walaupun itu udah post lebih lama daripada yang aku arsip-arsip tadi, tapi aku ngepost tadi kayak yauda masih sekarang tu kayak yauda engga apa-apa, engga nyesel aja trus ya mungkin itu sih. Trus juga engga aneh engga absurd, engga anehlah dan engga nyesel lah ngepost itu.” (Wawancara dengan Farrell, 3 Desember 2021).

Kalo di feed aku pertahanin yang orang lain itu bisa ngebuat inspiring atau orang ngeliat aku jadi amaze dan sebagainya itu karna menurut aku ya, ya gimana lagi udah kondisinya kayak gini kita udah terlanjur membiarkan orang yang mungkin orang asing ya ibaratnya, rekan kerja itu masuk ke dunia kita, sebenarnya kita pilihan ya kita ngefollow mereka atau enggak dan sebagainya.” (Wawancara dengan Ega, 27 Desember 2021).

Kalo dari Instagram yang menurut aku itu bagus, trus itu merupakan menunjukkan sesuatu yang aku senang kayak aku beberapa kali kayak ngeupload organisasi kepanitiaan kayak gitu, trus alam juga. Trus aku pilih yang kalo orang ngelihat itu tidak memiliki asumsi negatif ke aku. Makanya aku juga story IG jarang-jarang sekarang.” (Wawancara dengan Nuha, 19 November 2021).

Strategi informan dalam membersihkan dan menampilkan histori data pribadi di tiga platform media sosial, yakni Instagram, Twitter dan LinkedIn, didorong oleh adanya proses pembentukan identitas diri *online* di media sosial. Konten yang tetap ditampilkan adalah konten yang dirasa aman dan dapat membantu pembentukan identitas profesional atau *employable*, serta konten yang dapat meningkatkan prestise identitas dirinya sebagai upaya *branding* diri. Menampilkan konten tersebut dilakukan sebagai objek validasi yang berkaitan dengan pencapaian hidup mereka. Sedangkan, konten yang dibersihkan dilakukan guna men-

gurangi risiko dan memudahkan proses adaptasi mereka di ruang lingkup dunia baru. Sebab, informan dalam penelitian ini percaya bahwa presentasi identitas diri mereka di media sosial memengaruhi *first-impression* orang lain di dunia nyata.

C. Praktik *Self-Tracking* dalam Pembentukan Identitas Diri (*self-hood*) *Fresh Graduate*

Ketika memasuki periode transisi menuju dunia kerja, penting untuk melakukan modifikasi identitas diri dengan membersihkan konten berisiko dan menampilkan konten yang berpeluang. Dalam kasus ini, praktik *self-tracking* hadir sebagai sarana yang digunakan *fresh graduate* dalam proses pembentukan identitas diri profesionalnya di media sosial. Praktik *self-tracking* juga menjadi upaya *fresh graduate* dalam melakukan dialog dengan histori data pribadi mereka, yakni dengan upaya melihat kembali atau monitoring data. Upaya dialog yang terjadi menjalin interaksi individu dengan teknologi digital yang dapat menjadi sarana *monitoring* perilaku serta menjadi sarana mencari identitas diri (*self-hood*). Upaya tersebut terjadi karena adanya desakan tujuan personal individu bahkan desakan pihak lain guna menampilkan identitas yang baik.

Masuk ke poin berikutnya, bagaimana praktik *self-tracking* dapat menjadi upaya pencarian identitas diri (*self-hood*) yang sesuai bagi identitas informan saat ini sebagai *fresh graduate* dan pencari kerja? Dalam upaya mencari parameter identitas diri, praktik *self-tracking* digunakan untuk menguraikan kembali pertanyaan “siapa saya di masa lalu?” hingga menyusun pertanyaan “siapa saya di masa sekarang?”. Pada periode identitas saat ini, sebagai *fresh graduate* dan pencari kerja, dua pertanyaan tersebut dapat saling berhubungan dalam membentuk identitas yang sama. Lebih dari itu, dua pertanyaan ini juga memiliki relasi yang sangat kuat antara interaksi dan negosiasi *fresh graduate* dengan teknologi digital yang dipengaruhi oleh data historis mereka di media sosial. Bahkan, juga memiliki relasi yang kuat dalam pem-

bentukan identitas diri (*self-hood*) yang ingin mereka bangun.

“Trus ya itu sih Mut kalo buat pentingnya buat masa sekarang ini, paling aku hanya memfokuskan di feeds itu sih yang tetep relate ya tapi maksudnya bukan yang over gitu, jadi ketika CV aku itu bercerita aku seorang fresh graduate aku pernah berpengalaman di organisasi, itu bakal kelihatan ketika mereka buka Instagram aku, atau LinkedIn aku, kalo LinkedIn kan jelas kan pasti lebih lengkap, kalo Instagram kan kelihatan kalo aku pernah berbagi cerita tentang ini, jadi itu kelihatan asli karna kan tetep orang kan ada yang boong-boong gitu, yang sepertinya engga gini tapi dia nyan-tumin itu, tapi ketika nanti orang ngeliat Instagram aku pasti kelihatan oh ini tahun 2017 misal atau tahun berapa kan kelihatan, oh ternyata dari dulu udah berpartisipasi dan sebagainya, jadi kalo dibilang penting ya engga sepeenting itu cuma lebih meng-utamakan hal-hal yang relate aja sama apa yang mau kita tunjukkan, karna kan aku yakin pasti kamu pun punya hal yang mau kamu tonjalkan nih ketika kamu interview di depan HR nanti, kamu bisa apa dan kamu pengen kamu tujukin di sosial media, pas-tikan bentuknya bedakan, nah itukan pasti punya tujuan masing-masing, present them self gitu sih di depan orang nantinya dan pastinya ada rencana pas itu sih, ga mungkin ga punya rencana.” (Wawancara dengan Ega, 27 Desember 2021).

“Iya, ada karena kan tujuan aku kan kerja di dunia energi ya aku juga pengen ngasih tau ke HR ini atau my future company ini tu kalo aku tu suka sama dunia ini, aku cukup antusias ya dengan cara ya aku ngeshare hal-hal itu yang ngebuat aku tertarik buat ngulik lagi.” (Wawancara dengan Titis, 15 Desember 2021).

Sesuai dengan keselarasan identitas saat ini, hasil interaksi yang terjalin berupa modifikasi identitas diri dengan memfokuskan konten

di profil media sosial mereka agar tetap sesuai dengan apa yang dituliskan dalam *Curriculum Vitae*. Di sini media sosial menjadi ruang justifikasi pengalaman yang telah mereka tuangkan dalam *Curriculum Vitae*, seperti adanya konten partisipasi dalam organisasi dan *event*. Bahkan, media sosial juga menjadi ruang guna menonjolkan hal yang dapat menjual ‘diri’ mereka dalam pasar dunia kerja. Lebih lanjut, mereka juga berusaha menjawab pertanyaan “Apa yang ingin saya tunjukkan?” dengan menonjolkan konten yang mendukung di profil media sosial mereka. Pertanyaan tersebut mereka lakukan dengan menunjukkan kembali konten-konten yang berkaitan dengan *future job* mereka, seperti Titis di dunia energi.

“Menurut aku sih of course pasti bisa karna itu emang tujuan aku pribadi malah, jadi ketika aku stalking dan sebagainya aku jadi tau nih aku dulu tu kek gimana sekarang kayak gimana, aku pernah punya pikiran trus apanih yang mau aku tunjukkan ke orang, jadi dari banyak hal tadi yang aku liat-liat dari tahun 2017, tahun 2018 sampai detik ini aku jadi mikir oh ternyata aku dulu tu ganti-ganti kek cara aku mempresentasikan diri aku tu kek berubah-ubah caranya atau mungkin aku engga konsisten itulah, padahal menurut aku itu penting juga kan di depan orang-orang, akhirnya dari situ ya menurut aku bisa banget bahkan ketika aku ngehapus beberapa feeds atau kayak tadi aku bikin highlight baru atau bio ku aku ganti dengan sebagainya, itu sebenarnya salah satu cara kita buat kayak membentuk ulang diri kita mau dilihat kayak gimana sih di depan orang lain dan pasti menurut aku semua orang punya keinginan kayak gitu sih di jaman sekarang kayak gini, apalagi ketika kebutuhan media sosial yang harus dicantumin ketika kita apply kerja itu apalagi kek gitukan kita masing-masing jadi kita makin selektif dari apa yang kita upload dan kita tulis atau apapun itu, cara kita berbicara dan sebagainya, menurut aku malah jadi penting banget.” (Wawancara dengan Ega,

27 Desember 2021).

Melalui pertanyaan “Apa yang ingin saya tunjukkan?”, Ega juga menambahkan bahwa ia berupaya menampilkan identitas diri yang sesuai pada tiap periode waktu. Pada periode-nya saat ini sebagai *fresh graduate* dan pencari kerja, Ega berupaya menampilkan konten yang menarik bagi *Human Resource*. Ega juga berupaya untuk membuat presentasi identitas diri yang *employable*, sehingga tak heran jika profil Instagram Ega menampilkan konten terkait pencapaian dirinya selama ini. Hal tersebut dilakukan dengan selalu menjalin interaksi dan negosiasi bersama teknologi digital guna modifikasi diri di mana ia mulai menampilkan konten yang mendukung dan menghilangkan konten yang berisiko. Perilaku tersebut menunjukkan bahwa Instagram menjadi ruang bagi individu untuk mengkonstruksi identitas dan biografi mereka secara *Do It Yourself* (DIY), guna menunjukkan gelar, pencapaian dan aktivitas pemuda yang relevan dalam upaya mencapai pekerjaan impian dan pekerjaan saat ini (Alimah 2023).

Proses informan dalam melakukan interaksi bersama teknologi digital guna mencari identitas diri tidak pernah selesai. Proses yang tidak pernah selesai dan selalu dinamis ini dibuktikan dengan perkataan Ega, yakni pada tiap periode waktu Ega selalu mengganti penampilan profil identitas dirinya di media sosial. Hal ini menjadikan proses transisi pemuda menjadi lebih terindividualisasi, di mana pemuda menentukan arah tujuan, perjalanan dan pilihan akan hidupnya sendiri (France 2007; Nilan 2007). Pemuda diharapkan merencanakan sendiri (*Do It Yourself*) biografi mereka seperti menyusun atau membayangkan agenda guna mempersiapkan diri ke dunia kerja seperti membangun citra biografi dan identitas yang baik di dunia nyata maupun maya. Modifikasi tersebut seperti berulang kali menampilkan dan mengarsipkan konten hingga membuat dan menghapus *highlight* pada laman profil Instagramnya bahkan dalam periode waktu yang

sama. Proses modifikasi identitas diri yang tidak pernah selesai ini menyatakan bahwa identitas diri di media sosial tidak menetap dan akan selalu berubah.

Melalui kaca mata transisi pemuda, dapat dikatakan bahwa praktik *self-tracking* yang dilakukan pemuda sebagai bentuk respons upaya modal budaya guna mengurangi risiko dalam proses transisi menuju dunia kerja. Dengan upaya reflektif pemuda yang tinggi diharapkan pemuda dapat memahami perubahan *rule of game* guna merespon dengan cepat dan strategis untuk menghadapi ketidakpastian serta risiko di era modernitas lanjut (Sutopo dan Meiji 2014, 2017). Media sosial juga hadir sebagai ruang kebebasan pemuda dalam menentukan proses transisi mereka secara terindividualisasi. Pemuda diberikan kebebasan untuk mengubah dan menampilkan konten dengan tujuan personal mereka serta sebagai proses sosial di mana teknologi dan jaringan berpotensi ‘melepas sejenak’ pemuda dari tuntutan lembaga sosial di sekitarnya dengan menyusun reflektifitas secara *Do It Yourself*.

This can be important for people in a world in which fixed social structures and social ties have dissolved and far more choices for conducting one's life are available. Other sociologists have identified the loss of traditional social structures (rigid gender roles, religion, the nuclear family, the workplace where one stays for a lifetime) as contributing to a sense that people are responsible for maximising their life chances in the context of uncertainty and unpredictability of contemporary life. People must choose among an array of options when deciding how to shape their lives, rather than conforming to established traditions. In doing so their life courses have become much more open, but also much more subject to threats and uncertainties. Their successes and failures are deemed to be their own responsibility as a result of their decisions and behaviours (Lupton 2014).

Lupton (2014b) menjelaskan bahwa *self-tracking* menjadi hal yang penting bagi pemuda di era kontemporer dan ketidakpastian, yakni ketika struktur dan ikatan sosial tidak se-kaku pada era sebelumnya. Dengan praktik *self-tracking*, pemuda diharapkan dapat memilih serangkaian pilihan guna memutuskan bagaimana membentuk kehidupan mereka. Dalam konteks penelitian ini, upaya modifikasi identitas diri yang infoman lakukan secara berkali-kali merupakan bentuk respons dari ungkapan Lupton terkait pilihan pembentukan kehidupan. Walaupun lebih rentan terhadap ancaman dan ketidakpastian, praktik ini memberikan rasa prestise pada diri ketika mereka meraih keberhasilan dari keputusan dan perilaku yang mereka pilih.

Deborah Lupton (2014b) mengatakan bahwa *self-tracking* sebagai upaya mencapai penemuan kembali dengan menyesuaikan diri dengan *self-work* dan *self-improvement*. Upaya *self-work* dalam penelitian ini terbentuk dari data historis berupa perilaku yang mereka unggah dan *self-improvement* berupa upaya monitoring dan refleksi perilaku mereka di media sosial. Upaya yang mereka lakukan demi membentuk identitas yang *employable* atau sesuai dengan *future job* merupakan upaya pembentukan identitas (*self-hood*) baru atau yang disebut dengan pencarian individualisme baru oleh Lupton. Bahkan, adanya konsep *self-work* dan *self-improvement* dalam praktik *self-tracking* menjadikan bukti bahwa praktik *self-tracking* membutuhkan adanya interaksi antara individu dan teknologi digital.

Self-tracking practices are frequently represented as ways of achieving reinvention. They conform both to the notion of self-work and self-improvement that are part of the reinvention paradigm, and to the new individualism in their focus on the self (Lupton 2015).

Upaya monitoring dan pembentukan identitas diri yang ada bukan hanya didorong oleh faktor internal, melainkan juga faktor ek-

sternal. Praktik *self-tracking* menjadi ruang bagi *fresh graduate* dengan teknologi digital untuk menjalin dialog dua arah. Individu melakukan interaksi dengan teknologi digital sebagai upaya monitoring dan modifikasi dalam praktik *self-tracking* disebabkan karena masuknya mereka ke periode transisi ke dunia kerja. Adanya risiko, kekhawatiran pada data historis, serta adanya bentuk pengawasan dalam proses rekrutmen merupakan dorongan eksternal yang mengharuskan mereka untuk menampilkan identitas diri yang baik, bahkan profesional atau *employable*. Sehingga, pada akhirnya praktik *self-tracking* membentuk relasi antara teknologi digital dengan identitas diri (*self-hood*).

Penelitian ini juga menunjukkan fakta bahwa identitas individu yang ditampilkan di media sosial selalu berubah. Praktik *self-tracking* membentuk relasi dialog terus menerus antara individu dengan teknologi digital. Adanya relasi dialog yang tidak pernah selesai membuat pembentukan identitas diri selalu terbuka untuk menjalani negosiasi identitas bersama yang dilatarbelakangi dengan adanya periode kehidupan yang tidak tetap. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Lupton (2014) bahwa proses pembentukan identitas diri akan selalu berubah yang dipengaruhi oleh adanya kebebasan pemuda dalam memilih pilihan hidupnya.

Ketika melihat melalui dimensi teknologi digital, pembentukan identitas diri yang tidak pernah *settled* dan terus berubah juga didorong oleh adanya berbagai fitur yang ditawarkan oleh media sosial. Di mana fitur yang tersedia, seperti fitur edit dan *archive*, memungkinkan pemuda untuk terus melakukan modifikasi identitas diri. Pemuda dengan mudah dan leluasa dapat memodifikasi identitas dirinya setiap waktu dan tidak ada batasan dalam melakukan perubahan pada profil media sosialnya. Untuk itu, dapat dikatakan bahwa identitas diri (*self-hood*) dapat dan terus selalu bergerak mengikuti periode waktu dan kebutuhan tujuan personal individu.

Akan tetapi, tujuan personal individu dalam pembentukan identitas diri (*self-hood*) dalam periode saat ini sebagai *fresh graduate* dan pencari kerja dengan melakukan praktik *self-tracking* tidak sepenuhnya diartikan sebagai bentuk kebebasan. Kebebasan yang ada dalam menentukan tujuan personal dalam praktik *self-tracking* merupakan kebebasan yang ilusi. Sebab, secara tidak sadar maupun sadar masing-masing individu melakukan modifikasi identitas diri karena mendapat tekanan sosial dari periode transisi saat ini. Tekanan tersebut terkait risiko, kekhawatiran serta pengawasan yang terjadi pada periode mereka saat ini. Walaupun demikian, upaya modifikasi dalam praktik *self-tracking* yang dilakukan dapat menjadi filtrasi dan membantu individu dalam pembentukan identitas diri (*self-hood*) yang baik atau bahkan sesuai.

KESIMPULAN

Selaras dengan penelitian Sarita Schoenbeck, Nicole B. Ellison, Lindsay Blackwell, Josep B. Bayer, Emily B. Falk (2016), dalam penelitian ini informan juga merasa malu ketika melihat kembali histori data pribadi mereka di media sosial. Informan dalam penelitian ini menyampaikan tiga macam respons emosi, yakni emosi positif, netral dan negatif yang diakibatkan karena adanya refleksi serta perubahan pemikiran, tujuan dan kepentingan dalam proses transisi kehidupan mereka. Respons tersebut juga berpengaruh pada strategi yang informan lakukan terhadap data historis mereka, seperti membersihkan konten pada konten dengan respons negatif dan tetap menampilkan atau menampilkan kembali konten pada konten dengan respons netral dan positif. Munculnya berbagai varian respons emosi dan strategi yang dilakukan merupakan hasil interaksi antara informan dan teknologi digital dalam praktik *self-tracking*. Proses interaksi juga terjadi ketika informan berupaya untuk membangun parameter identitas diri yang akan ditampilkan, di mana terfokus dalam menyusun identitas diri yang *employable*. Walaupun demikian,

dapat dikatakan bahwa pembentukan identitas diri yang *employable* dan mendapat pekerjaan yang sesuai bukanlah satu-satunya motif yang dilakukan oleh informan ketika melakukan praktik *self-tracking*.

Lalu, ketika berbicara menggunakan teori *self-tracking* oleh Deborah Lupton, di mana lebih menekankan pada *self-tracking* sebagai upaya pencapaian tujuan personal yang sangat berarti, *self-tracking* dalam penelitian ini menghasilkan data yang berbeda. Deborah Lupton mengungkapkan bahwa data yang terkumpul dalam praktik *self-tracking* direpresentasikan sebagai penawaran kepastian, sedangkan persepsi tubuh fisik pengguna direpresentasikan sebagai objek yang tidak akurat. Untuk itu, data yang terkumpul dan terekam menjadi data yang sangat berarti bagi pengguna, yakni sebagai objek determinasi yang sangat kuat dalam penentuan pencapaian tujuan personal pengguna.

The data that are collected from digital devices used for self-tracking are represented as offering certainty, while the body's perceptions were represented as untrustworthy, inexact, inaccurately mediated through human experience rather than being objective. In these representations, technology and the data it produces become portrayed as offering unique insights into the workings of the human body that individuals' unmediated haptic (physical) sensations cannot (Lupton 2015).

Teknologi dan data yang terekam menjadi penentu baik atau tidaknya dengan menawarkan hasil pandangan terhadap objek yang di rekam. Sementara itu, informan dalam penelitian ini yang membawa identitas sebagai *fresh graduate* dan pencari kerja, tidak semata-mata melakukan praktik *self-tracking* sebagai usaha mereka untuk mendapat pekerjaan. Tujuan personal informan melakukan praktik *self-tracking* juga sebagai upaya dalam kehidupan informan untuk refleksi diri, pembelajaran dan proses tumbuh dari pengalaman yang mereka bagikan di media

sosial. Bahkan, dapat dikatakan bahwa praktik *self-tracking* yang dilakukan dalam penelitian ini terjadi secara tidak sengaja, tidak terencana, dan mungkin tanpa sadar dilakukan oleh informan. Untuk itu, praktik *self-tracking* yang dilakukan tidak mengarah pada pencapaian tujuan personal, tidak begitu berarti dan tidak begitu berkekuatan penuh dalam upaya pencapaian mereka untuk mendapatkan pekerjaan.

Walaupun demikian, praktik *self-tracking* dalam penelitian ini tetap dapat dilakukan sebagai upaya penemuan kembali (*reinvention*) dalam proses transformasi menjadi individu yang lebih baik. Informan melakukan praktik *self-tracking* sebagai upaya perbaikan diri, seperti melakukan modifikasi dan pembentukan identitas diri yang profesional atau *employable*. Hal tersebut dilakukan bukan hanya untuk mendapatkan pekerjaan, melainkan juga sebagai bagian dari proses paradigma penemuan kembali dan individualisme baru yang diungkapkan Deborah Lupton yang berfokus pada hasil negosiasi serta kebebasan, kepentingan dan kebutuhan individu masing-masing. Pemuda menganggap pentingnya negosiasi pada tingkat individu guna mengantisipasi anggapan bahwa diri mereka hidup dalam masyarakat risiko dan ketidakamanan (Furlong dan Cartmel 2006). Untuk itu, praktik *self-tracking* digunakan sebagai upaya dalam pencarian *selfhood* sebagai bentuk modal budaya pemuda untuk mengantisipasi risiko dan ketidakpastian masa depan. Upaya tersebut dilakukan guna menjawab permasalahan pemuda di era digital yang cenderung individual dan rentan dengan tekanan struktural yang tidak terduga.

DAFTAR PUSTAKA

Alimah, Qonita Luthfia. 2023. "Memilih Menampilkan atau Tidak Menampilkan?: Orientasi Masa Depan Pemuda di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam Tampilan Instagram." *Jurnal Studi Pemuda* 11(1):43.

Batchelor, Susan, Alistair Fraser, Lisa Whittaker,

dan Leona Li. 2020. "Precarious Leisure: (Re)Imagining Youth, Transitions and Temporality." *Journal of Youth Studies* 23(1):93–108.

Beer, David, dan Roger Burrows. 2013. "Popular Culture, Digital Archives and the New Social Life of Data." *Theory, Culture & Society* 30(4):47–71.

Berkelaar, Brenda L., dan Patrice M. Buzzanell. 2014. "Online Employment Screening and Digital Career Capital: Exploring Employers' Use of Online Information for Personnel Selection." *Management Communication Quarterly* 30.

Bond, Shannon. 2018. "A Messy Digital Footprint Can Cost You a Job." *Financial Times*. Diambil 29 Mei 2021 (<https://www.ft.com/content/87cfe2ee-bfeb-11e8-84cd-9e601db069b8>).

Bossewitch, Jonah, dan Aram Sinnreich. 2013. "The End of Forgetting: Strategic Agency Beyond the Panopticon." *New Media & Society* 15(2).

Boyd, Danah. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.

Brandtzaeg, Petter Bae, dan María-Ángeles Chaparro-Domínguez. 2019. "From Youthful Experimentation to Professional Identity: Understanding Identity Transitions in Social Media." *SAGE Publications* 28(2):157–74.

Brandtzaeg, Petter Bae, dan Marika Lüders. 2018. "Time Collapse in Social Media: Extending the Context Collapse." *Social Media + Society* 4(1):205630511876334.

Career Builder. 2018. "More Than Half of Employers Have Found Content on Social Media That Caused Them NOT to Hire a Candidate, According to Recent CareerBuilder Survey." *Career Builder*. Diambil 30 Mei 2021 (<http://press.careerbuilder.com/2018-08-09-More-Than-Half-of-Employers-Have-Found-Content-on-Social-Media-That-Caused-Them-NOT-to-Hire-a-Candidate-According->

- to-Recent-CareerBuilder-Survey).
- Creswell, John W. 2013. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4 ed. Sage Publications.
- Cuzzocrea, Valentina, dan Rebecca Collins. 2020. "Youth Transitions as 'Wiki-Transitions' in Youth Policies Platforms." *European Societies* 22(4):411-32.
- Drake, John, Dianne Hall, John B. Becton, Clay Posey. The University of Alabama. 2016. "Job Applicants' Information Privacy Protection Responses: Using Social Media for Candidate Screening." *AIS Transactions on Human-Computer Interaction* 8(4):160-84.
- Duffy, Brooke Erin, dan Ngai Keung Chan. 2019. "You Never Really Know Who's Looking': Imagined Surveillance across Social Media Platforms." *New Media & Society* 21(1):119-38.
- Ericksen, Kristina. 2018. "Your Digital Footprint: What Is It and How Can You Manage It?" *Rasmussen University*. Diambil 29 Mei 2021 (<https://www.rasmussen.edu/student-experience/college-life/what-is-digital-footprint/>).
- Feher, Katalin. 2021. "Digital Identity and the Online Self: Footprint Strategies - An Exploratory and Comparative Research Study." *Journal of Information Science* 47(2):192-205.
- Fisk, Nathan. 2014. "...When No One Is Hearing Them Swear' - Youth Safety and the Pedagogy of Surveillance." *Surveillance & Society* 12(4):566-80.
- France, Alan. 2007. "Youth Transitions in the Age of Uncertainty." Hlm. 70-88 dalam *Understanding Youth in Late Modernity*.
- Furlong, Andy, dan Fred Cartmel. 2006. *Young People and Social Change: New Perspectives*. 2 ed. Buckingham: Open University Press.
- Hedenus, Anna, dan Christel Backman. 2017. "Explaining the Data Double: Confessions and Self-Examinations in Job Recruitments." *Surveillance & Society* 15(5):640-54.
- Jeske, Debora, dan Kenneth S. Shultz. 2016. "Using Social Media Content for Screening in Recruitment and Selection: Pros and Cons." *Work, Employment and Society* 30(3):535-46.
- Kozinets, Robert V. 2010. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publication.
- Lee, Haein, Hyejin Park, dan Jinwoo Kim. 2013. "Why Do People Share Their Context Information on Social Network Services? A Qualitative Study and an Experimental Study on Users' Behavior of Balancing Perceived Benefit and Risk." *International Journal of Human-Computer Studies* 71(9):862-77.
- Lupton, Deborah. 2014. "Self-Tracking Cultures: Towards a Sociology of Personal Informatics." Hlm. 77-86 dalam *Proceedings of the 26th Australian Computer-Human Interaction Conference on Designing Futures the Future of Design - OzCHI '14*. Sydney, New South Wales, Australia: ACM Press.
- Lupton, Deborah. 2015. *Digital Sociology*. London New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Lupton, Deborah. 2016. *The Quantified Self: A Sociology of Self-Tracking*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Manovich, Lee. 2020. "The Aesthetic Society: Or How I Edit My Instagram." dalam *Data Publics: Public Plurality in an Era of Data Determinacy*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Minor-Cooley, Delonia, dan Rochelle Parks-Yancy. 2020. "The Power of the Brand: Personal Branding and Its Effect on Job Seeking Attributes." *Journal of Internet Commerce* 19(3):241-61.
- Morioka, Tsubasa, Nicole Ellison, dan Michael Brown. 2016. "Identity Work on Social Network Sites: Disadvantaged Students' College Transition Processes." CSCW'.
- Nilan, Pam. 2007. "Youth, Transition and Risk." Hlm. 21-35 dalam *Australian Youth: Social and Cultural Issues*.

- Oliver, Andre. 2021. "Bisa Membahayakan Reputasi Pekerja, Pahami Jejak Digital dan Cara Mengelolanya." *Glints*. Diambil 29 Mei 2021 (<https://glints.com/id/lowongan/jejak-digital/#.YLCiYpMzZN1>).
- Horst, H., Tania Lewis, Larissa Hjorth, John Postill, dan Sarah Pink. 2016. *Digital Ethnography: Principles and Practice*. Los Angeles: SAGE.
- Schoenebeck, Sarita, Nicole B. Ellison, Lindsay Blackwell, Joseph B. Bayer, dan Emily B. Falk. 2016. "Playful Backstalking and Serious Impression Management: How Young Adults Reflect on Their Past Identities on Facebook." Hlm. 1475–87 dalam *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing*. San Francisco California USA: ACM.
- Smith, William P., dan Deborah L. Kidder. 2010. "You've Been Tagged! (Then Again, Maybe Not): Employers and Facebook." *Business Horizons* 53(5):491–99.
- Sutopo, Oki R., dan Nanda Harda Pratama Meiji. 2014. "Transisi Pemuda dalam Masyarakat Risiko: Antara Aspirasi, Hambatan dan Ketidakpastian.." 11(3):23.
- Sutopo, Oki R., dan Nanda Harda Pratama Meiji. 2017. "Kapasitas Refleksif Pemuda dalam Transisi Menuju Dunia Kerja." *JSW: Jurnal Sosiologi Walisongo* 1(1):1.
- Thomas, Lisa, Pam Briggs, Andrew Hart, dan Finola Kerrigan. 2017. "Understanding Social Media and Identity Work in Young People Transitioning to University." *Computers in Human Behavior* 76:541–53.
- Thömmes, Katja, dan Ronald Hübner. 2022. "Why People Press 'like': A New Measure for Aesthetic Appeal Derived from Instagram Data." *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*.
- Varis, Piia. 2016. "Digital Ethnography." Hlm. 55–68 dalam *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Zhao, Xuan, Niloufar Salehi, Sasha Naranjit, Sara Alwaalan, Stephen Voids, dan Dan Cosley. 2013. "The Many Faces of Facebook: Experiencing Social Media". *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*: 1-10.
- Ziskova, Nikoleta. 2020. "Can Your Social Media Activity Prevent You From Getting a Job." *Kickresume*. Diambil 30 Mei 2021 (<https://blog.kickresume.com/2020/09/16/social-media-getting-job/>).