

## ***Digital Dramaturgy: Raffi Ahmad's Identity Formation and Privacy Management on Instagram***

### **Dramaturgi Digital: Pembentukan Identitas dan Pengelolaan Privasi Raffi Ahmad di Instagram**

**Zhafira Adenia Brameswari<sup>1\*</sup>, Mas Aldrin Zagna Rania Kartika<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Faculty of Business, Law and Social Sciences, University of Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Correspondence Author Email: [zhafiraadenia.36@gmail.com](mailto:zhafiraadenia.36@gmail.com)

**Abstract.** *This research discusses the digital dramaturgy strategy of Raffi Ahmad, a prominent figure in Indonesia. It investigates how he shapes his identity as a star, businessman, and family man, and manages his privacy on the Instagram platform. The research focuses on his online identity formation, audience management while maintaining his authenticity, and the opportunities and challenges he faces regarding privacy and participatory surveillance. Various theories and concepts such as online identity formation, parasocial relationships, context collapse, and privacy and participatory surveillance are used to explain this phenomenon. The purpose of this research is to explain effective strategies for public figures to manage their digital identities.*

**Keyword:** *Digital Dramaturgy, Raffi Ahmad, Online Identity, Audience Management, Privacy.*

**Abstrak.** Penelitian ini membahas tentang strategi dramaturgi digital Raffi Ahmad, seorang tokoh terkemuka di Indonesia. Penelitian ini menyelidiki bagaimana ia membentuk identitasnya sebagai seorang bintang, pebisnis, dan kepala keluarga, serta mengelola privasinya di platform Instagram. Penelitian ini berfokus pada pembentukan identitas online-nya, manajemen audiens sambil mempertahankan keasliannya, serta peluang dan tantangan yang ia hadapi terkait privasi dan pengawasan partisipatif. Berbagai teori dan konsep seperti pembentukan identitas online, hubungan parasosial, keruntuhan konteks, serta privasi dan pengawasan partisipatoris digunakan untuk menjelaskan fenomena ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi yang efektif bagi figur publik dalam mengelola identitas digital mereka.

**Kata kunci:** Dramaturgi Digital, Raffi Ahmad, Identitas Online, Manajemen Khalayak, Privasi.

#### **I. PENDAHULUAN**

Di zaman digital sekarang, orang-orang tidak dapat dipisahkan dari media sosial. Pengguna media sosial berasal dari kalangan masyarakat tanpa memandang usia atau status sosial. Media sosial adalah platform digital pada era new media yang memungkinkan penggunanya untuk terhubung, berpartisipasi dengan mudah, dan berbagi informasi sehingga menciptakan dunia maya (Rohani & Febriana, 2024). Sosial media dapat dengan cepat menghubungkan banyak orang tanpa biaya (Al Faruqi et al., 2024). Sosial Media memiliki fungsi yang krusial bagi penggunanya sebagai ruang untuk mengekspresikan diri atau merepresentasikan diri (Putri et al., 2024). Salah satu media yang sangat populer sekarang untuk mengekspresikan diri adalah Instagram, yang memiliki banyak pengguna. Instagram juga menyediakan berbagai fitur seperti feed, stories, IGTV, reels, explore, filter, DM, Live, belanja, insight, teman dekat, dan lainnya, yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengunggah serta membagikan konten, baik foto maupun video. Berbagai macam informasi bisa diakses dengan mudah melalui Instagram.

Pada tahun pertama kemunculannya di 2010 (Chiquita & Febriana, 2023), Instagram berfungsi utama sebagai platform untuk mengunggah foto dan video penggunanya, dilengkapi dengan fitur komentar dan suka. Namun, dengan berjalannya waktu, Instagram terus berinovasi untuk menciptakan lingkungan seoptimal mungkin dan menyesuaikan dengan kebutuhan para penggunanya. Saat ini, berbagai pembaruan fitur telah hadir di Instagram, termasuk fitur instastory

yang diluncurkan pada 2016. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi aktivitas sehari-hari dalam bentuk foto atau video dengan batas waktu 24 jam. Selanjutnya, di 2017, Instagram memperkenalkan fitur Instagram live video yang memungkinkan siaran langsung dan interaksi secara daring dengan para pengikut. Pada 2018, Instagram meluncurkan fitur baru bernama close friends. Close friends sendiri berarti teman dekat. Fitur ini adalah pengembangan dari instastory, tetapi dirancang lebih privat dan terbatas. Fitur-fitur yang ada di Instagram dibuat dengan menggunakan teknik yang canggih dan memberikan elemen menarik serta menyenangkan, dengan tujuan untuk menambah jumlah pengguna dari platform ini. Desain tersebut juga berperan sebagai daya tarik, menciptakan suasana yang ramah dan membuat pengguna merasa nyaman serta terhibur saat menjelajahi Instagram (Rosemary et al., 2022).

Instagram telah menjadi platform media sosial terfavorit di antara masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Data.ai, yang menunjukkan bahwa aplikasi video ini telah memimpin jumlah unduhan di Indonesia sejak tahun 2022, baik di perangkat Android maupun iOS (Hidayati & Febriana, 2024).

Media sosial Instagram telah menghasilkan banyak influencer yang dikenal dengan sebutan selebgram. Selebgram adalah istilah yang diberikan kepada pengguna akun Instagram pribadi yang memiliki banyak penggemar karena foto dan video yang mereka unggah menarik serta disukai oleh banyak orang (Mefita & Yulianto, 2018). Saat ini, selebgram mengekspresikan diri mereka melalui Instagram Story untuk berbagi berbagai perasaan dan mengekspresikan emosi mereka. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bentuk, tujuan, serta dampak baik dan buruk dari pengungkapan diri yang dialami oleh selebgram. Melalui media sosial, mereka memperoleh sarana untuk menjangkau lebih banyak orang, membentuk citra diri secara online, dan menjalin hubungan yang lebih akrab dengan penggemar. Ini sangat penting untuk tokoh-tokoh terkenal seperti Raffi Ahmad, seorang publik figur yang memiliki dampak besar di Indonesia.

Raffi Ahmad, seorang figur terkenal di Indonesia, telah menciptakan karier yang panjang dan beragam sejak ia mulai berkarier di dunia hiburan pada tahun 2002. Ia dikenal sebagai seorang aktris, pembawa acara, dan pengusaha. Raffi terus memperlihatkan dedikasi dan inovasi yang membuatnya tetap penting dalam berbagai sektor. Keberhasilannya di dunia hiburan tidak lepas dari berbagai rintangan yang dilalui, termasuk masalah kontroversial, namun hal itu justru semakin memperkuat citranya sebagai sosok yang memiliki banyak bakat di mata masyarakat.

Penelitian mengenai cara pembentukan identitas online oleh tokoh publik telah diteliti oleh sejumlah peneliti sebelumnya. Contohnya, studi yang dilakukan oleh Marwick dan boyd pada tahun 2011 dengan judul *"I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience"* mengungkapkan bahwa tokoh publik menghadapi kendala context collapse di platform media sosial, di mana berbagai jenis audiens berkumpul di satu tempat. Penelitian ini menggarisbawahi bagaimana tokoh publik perlu menyesuaikan pesan yang mereka sampaikan agar bisa diterima oleh berbagai kelompok audiens, sambil tetap mempertahankan keaslian diri mereka. Ini menunjukkan bahwa adanya rencana komunikasi yang baik sangat penting untuk dapat berinteraksi dengan audiens yang beragam..

Selain itu, studi yang dilakukan oleh Senft pada tahun 2013 berjudul *"Microcelebrity and the Branded Self"* mengungkapkan bahwa tokoh terkenal sekarang lebih sering menggunakan cara personal dan berinteraksi langsung dengan penggemar untuk memperkuat ikatan. Metode ini tidak hanya memperbesar keterlibatan penggemar tetapi juga memperkuat citra mereka sebagai sosok yang "mudah didekati" meskipun mereka merupakan selebritas. Penelitian ini menyoroti bagaimana tokoh publik menggunakan media sosial untuk membangun identitas mereka secara online dengan

pendekatan yang lebih personal dan asli, yang sesuai dengan cara Raffi Ahmad menjalin hubungan dengan para pengikutnya.

Berdasarkan berbagai penelitian yang dilakukan, tulisan ini berkonsentrasi pada tiga poin utama: (1) cara Raffi Ahmad membentuk identitasnya di dunia maya; (2) cara dia menangani audiens yang bervariasi sambil tetap menjaga keasliannya; dan (3) kesempatan serta tantangan yang dihadapinya terkait dengan privasi dan pengawasan partisipatif di media sosial. Dengan menggabungkan teori-teori yang relevan serta studi kasus mengenai Raffi Ahmad, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang strategi yang efektif bagi individu publik dalam mengelola identitas mereka di era digital.

## **II. LANDASAN TEORI**

Penelitian ini menggunakan berbagai teori dan konsep untuk menjelaskan fenomena yang terjadi, di antaranya:

### **a. Pembentukan Identitas Daring**

Pembentukan identitas online merupakan langkah di mana orang atau kelompok menciptakan gambaran mereka di internet dengan cara membagikan konten secara cermat. Berdasarkan pandangan Goffman (1959), ide tentang dramaturgi bisa dipakai untuk menjelaskan bagaimana orang mendemonstrasikan diri mereka di "panggung depan" dan "panggung belakang". Raffi Ahmad memanfaatkan platform media sosial untuk menampilkan dirinya sebagai seorang bintang, pebisnis, dan figur keluarga yang bahagia. Berbeda dengan tokoh-tokoh sebelumnya, kajian sosiologi Goffman sangat berbeda. Ia membicarakan sosiologi melalui kajian makro dengan menggunakan pendekatan yang sederhana dan biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Goffman menggambarkan fenomena unik dan menarik dalam interaksi sosial, yang kemudian dijelaskan secara teoretis. Dunia digambarkan oleh Goffman sebagai panggung sandiwara. Untuk menciptakan citra diri yang ingin ditampilkan kepada orang lain, individu atau aktor dalam kehidupan ini harus membuat "kesan realitas" kepada sesamanya. Dalam kasus ini, Goffman mengatakan bahwa aktor yang berperan dalam kehidupan sosial harus mengadaptasi penampilan mereka melalui peran dan "drama" yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari untuk meyakinkan diri mereka dalam pandangan orang lain (Rosyidah et al., 2024).

Sebagaimana diuraikan (Syafitri & Febriana, 2023) oleh Elemen seperti kesesuaian, perasaan, dan keunikan dalam pendekatan pemasaran melalui konten bisa membantu dalam menciptakan identitas online yang mendalam. Dalam hal Raffi Ahmad, kehadiran konten yang secara konsisten menggambarkan kehidupan keluarganya, promosi usaha, serta keterlibatan emosional dengan para pengikutnya menunjukkan penggunaan elemen-elemen tersebut. Ini memungkinkan Raffi untuk menjalin hubungan yang lebih intim dengan audiensnya sambil menguatkan gambarnya sebagai sosok yang menginspirasi.

### **b. Parasocial Relationships**

Horton and Wohl (1956) menjelaskan hubungan parasosial sebagai ikatan satu arah antara penonton dan tokoh publik yang terbentuk melalui media. Horton dan Wohl (1956) pertama kali membahas teori ini sebagai hubungan antara individu atau khalayak dengan media, yang didasarkan pada perasaan individu terhadap media yang dibahas. Interaksi parasosial dikaitkan secara sosiologis dengan jenis komunikasi interpersonal yang

memungkinkan dua orang yang terlibat dalam aktivitas komunikasi untuk terlibat dan bertukar informasi, baik secara verbal maupun nonverbal (Pokhrel, 2024).

Pada awalnya, istilah "interaksi parasosial" mengacu pada interaksi langsung yang terjadi antara tokoh media dan audiens mereka. Sementara audiens terdiri dari pengguna media, tokoh media dapat mencakup berbagai jenis tokoh media, seperti presenter, aktor, atau selebriti. Perilaku persona selama acara interaksi (seperti iklan, program televisi, atau wawancara talkshow) membantu pemirsa membuat pendapat tentang tokoh. Pendapat ini kemudian berlanjut ke tingkat parasosial berikutnya (Kusumaningtyas et al., 2024) dalam (Nur'afifah et al., 2019). Raffi Ahmad menggunakan hubungan ini dengan membagikan pengalaman pribadinya yang menimbulkan rasa dekat dengan para penggemarnya.

### **c. Context Collapse**

Context collapse terjadi ketika berbagai jenis audiens yang berbeda seperti anggota keluarga, sahabat, rekan kerja, dan penggemar berkumpul dalam satu platform media sosial. Ini menciptakan kesulitan bagi orang-orang yang dikenal publik dalam menjaga reputasi mereka. Marwick dan boyd (2011) menunjukkan bahwa mereka yang terkenal harus menerapkan strategi yang cermat untuk menghadapi beragam audiens ini (Husna et al., 2024).

### **d. Privasi dan Partisipatory Surveillance**

Media sosial menghadirkan masalah privasi, khususnya untuk tokoh terkenal yang sering menjadi sasaran pengawasan partisipatif, di mana audiens melakukan pengawasan lewat interaksi dan tanggapan terhadap konten yang mereka unggah. Orang-orang terkenal sering menjadi sasaran pengawasan yang lebih intensif (Putri et al., 2024). Tekanan tambahan dapat muncul ketika audiens berinteraksi dengan konten mereka melalui komentar dan tanggapan. Memungkinkan audiens untuk mengawasi dan berbicara tentang kehidupan pribadi tokoh tersebut, yang disebut sebagai fenomena "pengawasan partisipatif". Ini menciptakan lingkungan di mana privasi bisa terancam karena setiap tindakan dapat dinilai dan dikritik secara public. Raffi Ahmad perlu mencari cara untuk menyeimbangkan antara transparansi yang dibutuhkan untuk menjaga ikatan dengan audiens dan perlindungan terhadap privasi anggota keluarganya.

Menurut (Ernanto & Hermawan, 2022), penelitian narasi yang diciptakan oleh karakter dalam alur cerita dapat menggambarkan taktik yang mereka gunakan untuk menjalin ikatan emosional dengan penonton. Raffi Ahmad memanfaatkan cerita tentang keluarga, seperti saat-saat bersama anak-anaknya, untuk menarik minat para pengikutnya dan membangun rasa kedekatan emosional yang mendalam, mirip dengan metode naratif yang ditemui dalam karya sastra.

## **III. METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode fenomenologis untuk menyelidiki pengalaman pribadi pengguna media sosial mengenai pembentukan identitas di dunia maya dan cara pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh publik figur, dengan perhatian khusus pada Raffi Ahmad. Penelitian fenomenologi adalah jenis penelitian ilmiah yang mengkaji dan menyelidiki peristiwa menarik yang terjadi pada seorang individu, sekelompok individu, atau sekelompok makhluk hidup (Nasir et al., 2023).

Pendekatan fenomenologis dipilih karena memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mendalami bagaimana orang merasakan, mengalami, dan memberikan arti terhadap interaksi mereka dengan materi yang dibagikan oleh tokoh publik.

### **Sumber Data**

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari beberapa sumber, antara lain:

1. Peneliti memeriksa kegiatan di media sosial Raffi Ahmad, yang mencakup analisis interaksi pada unggahan, komentar, dan tanggapan dari para pengikut. Pengamatan ini memberikan wawasan kepada peneliti mengenai latar belakang sosial dan budaya tempat interaksi berlangsung, serta cara pengikut berpartisipasi dalam konten yang diupload.
2. Penelitian ini juga melibatkan kajian pustaka terhadap literatur yang relevan mengenai fenomena identitas daring, parasocial relationships, dan manajemen privasi di media sosial. Literatur ini mencakup artikel jurnal, buku, dan penelitian sebelumnya yang membahas topik-topik tersebut.

### **Teknik Analisis Data**

Peneliti menerapkan penelitian fenomenologis untuk memahami makna yang tersimpan dalam pengalaman para pengikut. Proses ini mencakup pengkodean data guna menemukan tema-tema yang muncul dari cerita individual, serta bertujuan untuk memahami cara mereka menafsirkan interaksi dengan Raffi Ahmad di platform media sosial.

## **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian ini diperoleh dari analisis konten media sosial Raffi Ahmad dan observasi partisipatif terhadap interaksinya di platform media sosial Instagram. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa tema penting yang berkaitan dengan pembentukan identitas daring Raffi Ahmad, manajemen audiens yang beragam, serta tantangan dan peluang yang dihadapi terkait privasi dan otentisitas. Berikut adalah hasil dan pembahasan dari penelitian ini.

### **1. Pembentukan Identitas Daring**

Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, melalui akun Instagram @raffinagita1717, telah berhasil membangun identitas daring yang kuat dan multifaset. Dengan 76 juta pengikut, mereka menjadi salah satu pasangan selebritas Indonesia dengan pengaruh terbesar di media sosial.

Akun @raffinagita1717 secara konsisten menampilkan berbagai aspek kehidupan Raffi dan Nagita, menciptakan narasi yang koheren dan menarik bagi pengikut mereka. Konsistensi ini tercermin dalam keseimbangan konten mereka membagikan campuran konten profesional dan pribadi, memberikan pengikut gambaran holistik tentang kehidupan mereka. Dengan rata-rata 16.000 likes dan 186 komentar per post, mereka mempertahankan tingkat keterlibatan yang stabil dengan audiens mereka.

Raffi dan Nagita menonjolkan aspek kehidupan keluarga mereka, yang menjadi inti dari identitas daring mereka sering membagikan momen-momen dengan anak-anak mereka,

menciptakan citra "keluarga selebritas". Gaya hidup keluarga mereka sering menjadi sumber inspirasi bagi pengikut, menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan audiens.

Identitas daring mereka juga mencakup aspek profesional dan bisnis. Mereka membagikan informasi tentang berbagai proyek, dari entertainment hingga bisnis, menunjukkan versatilitas mereka. Seperti dalam postingan instagramnya pada bulan oktober 2024 menunjukkan Raffi Ahmad sebagai utusan khusus presiden dan perluasan pengaruh mereka ke ranah politik. Mereka berhasil menyajikan aspek-aspek gaya hidup selebritas yang glamor dan menyeimbangkan konten mewah dengan aktivitas sehari-hari yang lebih terjangkau, menciptakan koneksi dengan berbagai lapisan pengikut.

## **2. Manajemen Context Collapse Dan Otentisitas**

Context collapse adalah fenomena di mana berbagai konteks sosial dan audiens bergabung dalam satu ruang online, menciptakan tantangan dalam komunikasi. Raffi dan Nagita mengelola hal ini dengan diversifikasi konten, menyajikan berbagai jenis konten untuk menarik minat audiens yang beragam, dari konten keluarga hingga bisnis dan politik. Menggunakan bahasa dan gaya komunikasi yang dapat dipahami oleh berbagai kelompok pengikut, mempertimbangkan keragaman audiens mereka yang mencapai 76 juta. Dan, berinteraksi dengan pengikut secara strategis, mempertahankan hubungan tanpa terlalu membuka diri. Ini tercermin dalam rata-rata 186 komentar per post, menunjukkan interaksi yang terkontrol namun konsisten.

Dalam era digital di mana autentisitas sering dipertanyakan, Raffi dan Nagita berusaha mempertahankan citra otentik mereka dengan membagikan momen dan mengunggah konten yang terlihat alami dan tidak terlalu direncanakan, seperti interaksi keluarga sehari-hari. Membagikan aspek-aspek kehidupan pribadi mereka, namun tetap menjaga batas-batas privasi. Ini penting mengingat risiko eksposur berlebihan yang dapat mempengaruhi keamanan keluarga mereka. Serta, mempertahankan citra publik yang konsisten antara di media sosial dan di kehidupan nyata, yang tercermin dalam keterlibatan mereka di berbagai acara publik dan kegiatan sosial.

## **3. Risiko Dan Peluang**

### **3.1 Risiko**

Dengan tingkat keterlibatan yang tinggi (rata-rata 16.000 likes per post, ada risiko membagikan terlalu banyak informasi pribadi yang dapat disalahgunakan dapat mengakibatkan eksposur berlebihan. Popularitas mereka (76 juta pengikut) dapat menarik perhatian yang tidak diinginkan, berpotensi mengancam keamanan fisik keluarga mereka.

Setiap tindakan dan pernyataan mereka di media sosial dapat menjadi subjek pengawasan dan kritik publik. Dengan audiens yang beragam, risiko konten mereka disalahartikan atau diambil di luar konteks meningkat, terutama mengingat fenomena context collapse di media sosial. Sebagai contoh, gelar doktor kehormatan yang diberikan kepada Raffi Ahmad oleh Universal Institute of Professional Management (UIPM) telah memicu perdebatan publik, terutama mengenai legalitas UIPM.

### **3.2 Peluang**

Dengan estimasi penghasilan \$200 hingga \$500 per post sponsor, mereka memiliki potensi besar untuk kolaborasi brand. Dan, kemampuan untuk meluncurkan dan mempromosikan produk atau layanan mereka sendiri, memanfaatkan basis pengikut yang besar. Kesempatan untuk menggunakan platform mereka untuk isu-isu sosial atau kampanye amal, memanfaatkan pengaruh mereka untuk dampak positif. Inspirasi mempengaruhi tren gaya hidup dan fashion di kalangan pengikut mereka, mengingat 85% Gen Z di Indonesia dipengaruhi oleh influencer media sosial dalam keputusan pembelian mereka.

Peluang untuk memperluas karir ke berbagai bidang, seperti yang ditunjukkan oleh keterlibatan Raffi dalam politik sebagai utusan khusus presiden. Kesempatan untuk membangun jaringan profesional yang lebih luas melalui interaksi di media sosial, yang dapat membuka pintu untuk kolaborasi dan proyek baru.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Raffi Ahmad dan Nagita Slavina telah berhasil membangun identitas online yang kuat melalui akun Instagram mereka, @raffinagita1717. Dengan 76 juta pengikut, mereka adalah salah satu pasangan selebriti paling berpengaruh di Indonesia. Mereka mempertahankan keaslian mereka sambil memanfaatkan peluang di media sosial, terlibat dalam berbagai bidang, dan mengelola tantangan seperti privasi dan pengawasan. Utama bagi figur publik untuk memiliki strategi yang seimbang dalam mengelola identitas online, termasuk manajemen audiens yang cermat dan kesadaran akan risiko dan peluang. Dalam industri influencer marketing yang berkembang pesat, Raffi dan Nagita memiliki posisi yang tepat untuk mempengaruhi dan memanfaatkan peluang komersial, tetapi mereka juga perlu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen. Pendekatan Raffi dalam mengembangkan identitas online telah berhasil, meskipun ada tantangan yang perlu ditangani dengan hati-hati.

Perlu mempertimbangkan untuk melakukan studi kasus lebih lanjut tentang selebriti lain untuk membandingkan dan membedakan strategi identitas online mereka dengan Raffi dan Nagita. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai strategi yang berbeda yang digunakan oleh para selebriti dalam mengelola identitas online mereka. Dan, bagaimana perubahan perilaku konsumen mempengaruhi strategi pemasaran influencer dan identitas online para selebriti. Hal ini dapat mengungkap bagaimana pergeseran sikap dan perilaku konsumen mempengaruhi cara selebriti menampilkan diri mereka secara online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Faruqi, M. A. M., Ammirudin, A., Nur'aini, K. D., At-Thaariq, M. N., Febriana, P., & Rochmaniah, A. (2024). Pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi Instagram terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Abdimas Dewantara*, 7(1), 70–81.
- Chiquita, O. C., & Febriana, P. (2023). Analisis Fenomena Hyperhonest Penggunaan Fitur Instagram Close Friends Dalam Batasan Privasi. *Jurnal Komunikatif*, 12(1), 23–36. <https://doi.org/10.33508/jk.v12i1.4454>
- Ernanto, H., & Hermawan, S. (2022). Effect of BOPO, CAR, and NPF on Mudharabah Deposits (Study on Islamic Banking Listed on the Stock Exchange 2016-2018 Period). *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 14. <https://doi.org/10.21070/ijler.v14i0.755>
- Hidayati, F. I., & Febriana, P. (2024). Membangun Citra Merek Dapur Keinda Melalui Instagram. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(1), 117–127. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i1.2540>
- Husna, A., Hasan, K., & Arifin, A. (2024). Identitas Dan Penciptaan Diri Di Era Disrupsi Digital. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 5(1), 45. <https://doi.org/10.29103/jspm.v5i1.11590>
- Kusumaningtyas, I. M., Asmaroini, A. P., Sunarto, S., & Hudijono, S. (2024). Exploring the Impact of Instagram Use on Adolescents' Global Diversity Values: A Case Study of Toxic Relationship in Narcissistic Personality Disorder (NPD). *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 16(4). <https://doi.org/10.35445/alishlah.v16i4.5999>
- Mefita, S., & Yulianto, M. (2018). (Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin). *Interaksi Online*, 6(4), 567–573. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi->

online/article/view/21985

- Nasir, A., Nurjana, N., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445–4451. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5224>
- Nur'afifah, O., Farida, N., & Lestari, F. D. (2019). Parasocial Interaction on Social Media: Can It Affect Parasocial Relationship? *Jurnal InterAct* , 8(2).
- Pokhrel, S. (2024). Digital Technologies in Physics Education: Exploring Practices and Challenges. *TEAN Journal*, 15(1).
- Putri, L. U. M., Pebrianti, A., Elonika, Y., & Winarti, N. (2024). Aksesibilitas Pengawasan Media Sosial oleh Badan Pengawas Pemilihan Umum terhadap Pencegahan Kampanye Propaganda. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 9(1), 40–57. <https://doi.org/10.14710/jiip.v9i1.21741>
- Rohani, D. L., & Febriana, P. (2024). Keingintahuan dan Kepercayaan Diri Remaja yang Menggunakan Filter Instagram di Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 164–174. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2891>
- Rosemary, R., Susilawati, N., & Hanifah, A. (2022). Pengungkapan Diri Selebgram Aceh melalui Instagram Story. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 88–111. <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24964>
- Rosyidah, L., Sari, R. M., & Lessy, Z. (2024). Praktik Dramaturgi Mahasiswa Sebagai Musyrif/Musyrifah Di Asrama Mahasiswa. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(11), 2243–2252.
- Syafitri, R., & Febriana, P. (2023). *Analysis of Instagram Content Marketing @aerosreet and @geoffmax in Building Brand Awareness*. <https://doi.org/10.21070/ups.1362>