

Analysis of Jefri Nichol's Identity and Image Development on the Instagram Account @Jefrinichol

Analisis Identitas dan Pengembangan Citra Jefri Nichol pada Akun Instagram @Jefrinichol

Muchammad Dhani Arifin¹, Rayhan Rizq Iskandar², Poppy Febriana^{3*}

^{1,2,3} Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Corresponding Author Email: poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. *The phenomenon of identity development in the digital era is increasingly interesting, especially through social media platforms like Instagram. This study aims to analyze how Jefri Nichol builds his identity and image through the Instagram account @jefrinichol. The method used is a descriptive qualitative approach, focusing on content analysis of photo and video uploads as well as interactions with his followers. The research results show that Jefri Nichol consistently leverages Instagram to promote his image as an actor and model while building closer relationships with fans. The novelty of this research lies in the depiction of a dynamic and diverse public identity, as well as how he manages personal narratives behind his public roles, making this study relevant for communication and social media studies.*

Keywords: *identity, image, social media, Instagram, Jefri Nichol, communication*

Abstrak. Fenomena perkembangan identitas di era digital semakin menarik perhatian, terutama melalui platform media sosial seperti Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Jefri Nichol membangun identitas dan citra dirinya melalui akun Instagram @jefrinichol. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan fokus pada analisis konten dari unggahan foto dan video serta interaksi yang dilakukan dengan pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jefri Nichol secara konsisten memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan citra sebagai aktor dan model, sekaligus membangun hubungan yang lebih dekat dengan penggemar. Novelty dari penelitian ini terletak pada penggambaran identitas publik yang dinamis dan beragam, serta bagaimana ia mengatur narasi personal di balik peran publiknya, menjadikan penelitian ini relevan bagi studi komunikasi dan media sosial.

Kata kunci: identitas, citra, media sosial, Instagram, Jefri Nichol, komunikasi

I. PENDAHULUAN

Dalam era digital, media sosial telah menjadi salah satu platform yang dominan dalam memfasilitasi interaksi sosial dan membentuk identitas individu. Instagram, sebagai salah satu media sosial berbasis visual paling populer, menyediakan ruang bagi penggunaannya untuk mengekspresikan diri melalui gambar, video, dan narasi singkat. Platform ini memungkinkan individu untuk membangun dan memelihara citra diri yang diinginkan melalui pemilihan konten yang dipublikasikan (Abidin 2016).

Salah satu penelitian yang pernah dilakukan menggunakan teori identitas sosial, yang dikembangkan melalui studi kelompok minimal, yang dilakukan oleh psikolog sosial Inggris Henri Tajfel dan timnya pada dekade awal 1970-an. Temuan dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengelompokan beberapa individu ke dalam suatu kelompok dapat membuat individu tersebut menganggap dirinya dan orang lain merupakan bagian dari kelompok tersebut (Narasrey Merinda, Zainal Abidin, and Maulana Rifai 2024).

Identitas sosial adalah konsep diri yang didasarkan dari pemahaman mereka yang menjadi bagian dari kelompok tertentu yang melibatkan nilai dan emosional. Identitas sosial merupakan pemahaman yang dimiliki oleh individu akan dirinya dalam suatu kelompok. Hal tersebut mempengaruhi tingkat emosional antar individu dengan kelompoknya. (Utami and Silalahi 2013).

Identitas dapat dibangun secara online melalui representasi diri pada dunia digital. Seseorang di dunia digital seringkali berbeda dari identitas asli mereka di kehidupan nyata. Proses ini

melibatkan berbagai elemen, seperti interaksi sosial, pengelolaan citra diri, dan respons dari audiens (Stern 2020). Lebih jauh lagi, fenomena ini juga dipengaruhi oleh budaya media sosial yang sering menonjolkan aspek performatif dari kehidupan individu (Sandi and Febriana 2023).

Media sosial merupakan platform komunikasi di mana individu dapat berkomunikasi atau berinteraksi antara satu sama lain, bekerja sama, saling memberi data, dan mengembangkan citra yang baik tentang orang-orang. Selain itu, media sosial membantu seseorang dalam membangun identitas dengan fiturnya yaitu postingan, *likes*, komentar dan *share*. (Arba Choirul Umam and Febriana 2023). Media sosial telah mengalami perkembangan yaitu menjadi salah satu platform utama membangun identitas dan citra bagi individu biasa dan tokoh publik.

Instagram, sebuah media sosial yang memiliki konsep visual yang mendukung penggunaannya untuk berbagi foto, video, dan cerita (stories) secara luas, adalah salah satu platform yang memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan identitas diri dan citra seseorang (Sholichah and Febriana 2022). Instagram tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi tetapi juga untuk personal branding, terutama di kalangan selebriti dan publik figure. Instagram, dengan fitur-fitur seperti stories, reels, dan algoritma yang disesuaikan, memberikan pengaruh signifikan dalam membentuk narasi pribadi dan komunitas di ruang digital. Keharusan untuk selalu tampil menarik, mendapat validasi berupa likes dan komentar, menjadi bagian integral dari identitas seseorang yang dibangun di Instagram (Stern 2020), Kondisi ini menciptakan tantangan bagi pengguna dalam menjaga keseimbangan antara autentisitas dan citra ideal yang ingin ditampilkan.

Di Instagram, pembentukan identitas online mencakup banyak hal, seperti mengelola konten, membangun narasi melalui caption, dan berinteraksi dengan audiens (Febriana, Rochmaniah, and Febriana 2024). Dalam konteks ini, teori identitas digital dan media sosial memberikan fondasi teoretis untuk memahami bagaimana identitas seseorang dibangun dan diproyeksikan di dunia digital. Identitas yang ditampilkan hanyalah representasi, yang sering dipengaruhi oleh strategi komunikasi, preferensi audiens, dan dinamika platform itu sendiri (Marwick and Boyd 2011).

Dalam hal pembaangunan identitas dan citra ini, selebriti seperti aktor muda Indonesia Jefri Nichol menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk membangun dan memperkuat identitas dan citranya. Jefri mampu menyampaikan citra tertentu yang mencerminkan gaya hidup, kepribadian, dan profesionalismenya sebagai seorang aktor melalui unggahan foto dan video dan interaksi dengan pengikutnya. Identitas online yang terbentuk ini tidak hanya memengaruhi persepsi publik tetapi juga berdampak besar pada kariernya, seperti membantunya membangun hubungan dengan penggemar dan mendapatkan pekerjaan.



Gambar 1. Akun Instagram Jefri Nichol @jefrinichol

Jefri Nichol adalah sosok aktor muda berbakat yang sering kali membintangi film-film yang mengangkat tema keresahan yang ada di masyarakat Indonesia pada umumnya. Seperti mengenai pendidikan, kerukunan umat beragama, politik, bahkan hingga sosial budaya di Indonesia. Jefri Nichol merupakan salah satu aktor yang menjadi inspirasi generasi muda di Indonesia. Tercatat ia telah membintangi berbagai film yang bertema nasionalisme, di antaranya *Habibie & Ainun 3*, *Surat Cinta untuk Starla*, dan *Jailangkung* (Siswanto and Febriana 2018).

Bedasarkan topik yang akan dianalisis yaitu tentang pembangunan identitas dan citra dari Jefri Nichol melalui akun instagramnya @jefrinichol terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan tentang penerapan media sosial dalam membentuk identitas seorang tokoh publik. Artikel tersebut sebagai berikut.

1. Penelitian oleh Bulan Cahya Sakti dan Muchammad Yulianto (2018)

Penelitian ini berfokus pada bagaimana remaja memanfaatkan Instagram untuk membentuk identitas diri. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dan menemukan bahwa remaja menggunakan fitur Instagram untuk mengonstruksi identitas melalui pengaruh pikiran, pengalaman, dan masyarakat sekitar mereka. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya penggunaan media sosial secara bijak dalam pembentukan identitas (Airlangga, Identitas, and Akun 2015).

2. Penelitian oleh Sinletica Margareth Unus Pasi (2016)

Studi ini menggunakan analisis semiotika sosial untuk menganalisis identitas yang ditampilkan oleh selebriti perempuan Indonesia melalui Instagram. Penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi alat bagi selebriti untuk membangun citra diri yang sering kali terkait dengan kesan mewah, aktivitas sosial, dan gaya hidup tertentu. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana visual dan interaksi di Instagram digunakan untuk membangun identitas (Sakti and Yulianto 2019).

3. Studi Kasus oleh Dwitriani Ulfi Rifqiningsih dan Puspita Sari Sukardani (2021)

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana selebgram membangun identitas gaya hidup melalui konten yang diunggah di Instagram. Menggunakan teori konstruksi identitas dan pendekatan kualitatif, studi ini menunjukkan bahwa proses ini melibatkan strategi yang disengaja untuk menciptakan citra tertentu yang menarik bagi audiens (Mauliddiyah 2021).

Secara keseluruhan, artikel ini bertujuan untuk menganalisis identitas dan citra yang dibangun oleh Jefri Nichol melalui akun Instagram @jefrinichol. Adapun tujuan yang lainnya pada penelitian

ini yaitu untuk menemukan dan mengonfirmasi identitas lainnya dari Jefri Nichol. Tujuan tersebut dimaksud untuk memastikan apakah terdapat identitas yang lainnya yang dibangun Jefri Nichol di Instagram maupun di selain Instagram. Jika penelitian ini dapat terlaksana dengan lancar maka akan didapatkan beberapa manfaat. Manfaat yang pertama yaitu dapat memahami bagaimana Jefri Nichol membangun identitas dan citranya. Hal tersebut nantinya akan berguna bagi seseorang yang ingin membangun identitas dan citra diri melalui Instagram seperti yang dilakukan oleh Jefri Nichol. Manfaat yang kedua yaitu dapat memahami bagaimana Jefri Nichol menggunakan dan menerapkan identitas dirinya pada akun instagramnya ataupun jika ada di selain Instagram.

Dalam penelitian untuk menganalisis identitas yang dibentuk oleh individu atau sosok Jefri Nichol digunakan teori semiotika dari Ferdinand de Saussure. Teori semiotika Ferdinand de Saussure menekankan akan tanda, penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Dalam semiotika tanda merupakan suatu keadaan yang menjelaskan suatu makna dari objek sekitar (Aryani and Yuwita 2023). Penanda (*signifier*) merupakan bentuk fisik dari tanda seperti gambar, suara, warna, goresan dan elemen-elemen visual lainnya. Sedangkan untuk petanda (*signifie*) merupakan makna dari tanda fisik tersebut. (Muzakky et al. 2023). Menurut Ferdinand de Saussure, tidak ada hubungan yang alami antara penanda dan petanda, hubungan antara penanda dan petanda terjadi karena ketetapan bersama atau dalam arti lain ditetapkan secara konvensional. Dalam hal tersebut tidak ada alasan yang pasti suatu objek diberikan nama atau istilah.

Untuk menganalisis jika ada identitas yang lainnya selain yang dibangun Jefri Nichol di Instagram, penelitian ini menggunakan teori dramaturgi yang menjelaskan bahwa interaksi sosial mirip dengan pertunjukan drama, di mana manusia berperan sebagai aktor yang menampilkan diri untuk mencapai tujuan tertentu. Identitas aktor akan menyesuaikan dengan lawan interaksinya (Jannah and Saha Fasadena 2023). Teori dramaturgi, yang diperkenalkan oleh Erving Goffman dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959), menggunakan analogi teater untuk menjelaskan perilaku individu dalam kehidupan sosial. Menurut Goffman, kehidupan sosial dapat diibaratkan sebagai panggung di mana setiap individu berperan sebagai aktor yang memainkan peran tertentu di hadapan penonton sesuai dengan konteks sosial yang dihadapi. Dalam karya Goffman tersebut membahas bagaimana setiap individu berperan dalam interaksi sosial, mirip dengan cara seorang aktor memainkan perannya dalam sebuah drama.

II. METODE

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi bagaimana Jefri Nichol membangun identitas diri melalui Instagram dan bagaimana Jefri Nichol menerapkan identitasnya. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan analisis mendalam terhadap narasi, interaksi, dan konten visual yang dipublikasikan oleh subjek penelitian (Costigliola 2019).

Subjek penelitian adalah Jefri Nichol, seorang aktor muda Indonesia yang aktif menggunakan Instagram untuk membangun identitas dan citra dirinya. Objek dari penelitian ini yaitu pembangunan identitas dan citra diri dari Jefri Nichol melalui akun Instagram @jefri nichol.

Pada penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yang akan di gunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Akun Instagram Jefri nichol. Penelitian ini akan menganalisis Konten Instagram Jefri Nichol, termasuk unggahan berupa foto, video, caption, dan interaksi dengan audiens (likes, komentar, respons terhadap stories) (Aldita 2014), Sementara itu data sekunder yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah data yang di peroleh dari literatur literatur yang mendukung dari data primer

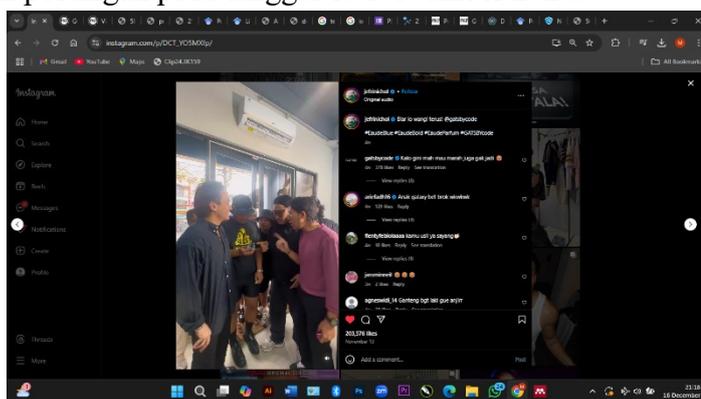
dengan menyeleksi data dengan mencari dari sumber buku yang berhubungan dengan penelitian ini (Aldita 2014)

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi dan dokumentasi. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara teliti dan pencatatan secara sistematis kepada data yang dicari (Husnul Khaatimah 2017). Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan cara mengamati beberapa postingan pada akun Instagram @jefrinichol dan interaksi pada postingan tersebut. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan bukti-bukti untuk mendukung penelitian. Bukti-bukti tersebut didapatkan melalui hasil *screenshot* pada postingan yang ada di akun Instagram Jefri Nichol. Peneliti memilih dan mengambil dokumentasi dari 5 postingan yang diupload pada bulan November-Desember 2024.

Dokumentasi yang didapat akan dianalisis menggunakan teori semiotika dari Ferdinand de Saussure. Teori Ferdinand de Saussure digunakan untuk menganalisis bagian penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) pada postingan dari akun Instagram Jefri Nichol. Pada tahap ini bagian postingan yang dianalisis adalah visual yang termuat dalam postingan meliputi gambar, video, dan teks caption. Secara tidak langsung menganalisis pesan verbal dan nonverbal dari postingan-postingan tersebut. Dari temuan tersebut akan disimpulkan bagaimana identitas dan citra yang dibangun Jefri Nichol Selain dari teori semiotika, digunakan Teori Dramaturgi untuk melanjutkan analisis identitas yang diterapkan oleh Jefri Nichol. Teori ini digunakan untuk memverifikasi identitas dan citra yang dibangun Jefri Nichol dan menemukan identitas lain jika ada pada diri Jefri Nichol).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dilakukan berdasarkan urutan data yang ditemukan. Peneliti memilih 8 postingan yang diunggah sejak tanggal 13 November-7 Desember 2024. Peneliti juga memilih 8 postingan tersebut sesuai dengan topik yang diteliti agar tidak terjadi pembiasan data. Analisis pertama dilakukan dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Data pertama yang ditemukan yaitu unggahan postingan pada tanggal 13 November 2024.



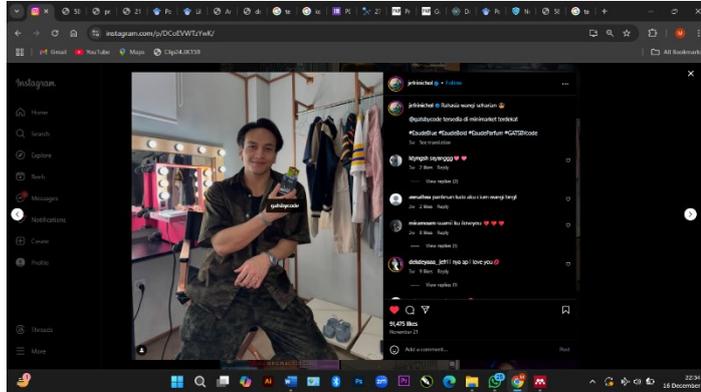
Gambar 2. Unggahan konten pada tanggal 13 November 2024

Pada tingkat penanda (*signifier*) divisualisasikan sebuah video yang didalamnya terdapat Jefri Nichol menyiram air kepada segerombolan pria dan segerombolan tersebut mengejar Jefri Nichol sampai masuk ke dalam. Di dalam Jefri Nichol menunjukkan dirinya menggunakan parfum Gatsby kepada kameraman dan kepada segerombolan pria tersebut, serta ia mengajak segerombolan tersebut untuk membeli parfum tersebut. Sedangkan Pada bio caption yang diunggah Jefri Nichol tertulis “Biar lo wangi terus! @gatsbycode” dengan pagar #EaudeBlue #EaudeBold #Eaude Parfum #GATSBYcode.

Pada tingkat petanda (*signified*) pada video tersebut memiliki makna bahwa Jefri Nichol

menjadi promotor dari produk Gatsby dan ia sedang mempromosikan produk parfum dari Gatsby. Makna tersebut diperkuat pada caption yang dibuat dengan memberikan tag pada akun official Gatsby beserta penggunaan tagar yang merujuk pada produk tersebut. Dengan dibalut sebuah konten Jefri Nichol dapat memberikan video promosi yang pas dan sesuai dengan target audience.

Pada temuan data yang kedua yaitu unggahan foto Jefri Nichol pada tanggal 21 November 2024. Foto tersebut sebagai berikut.

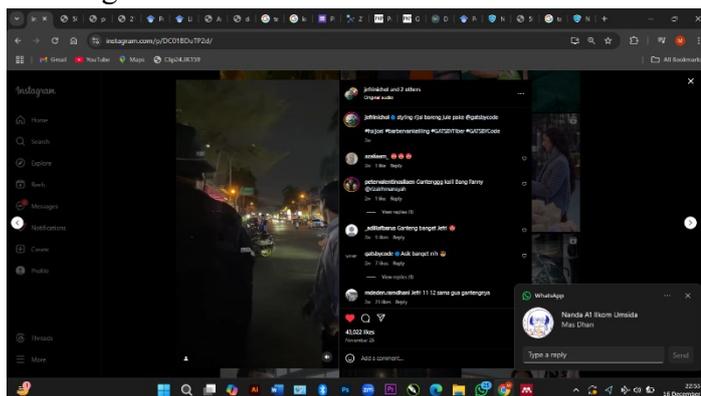


Gambar 3. Unggahan foto pada tanggal 21 November 2024

Pada tingkat penanda (*signifier*) divisualisasikan Jefri Nichol berada di ruangan ganti dengan duduk berpose sambil memegang produk Parfum dari Gatsby. Ia juga mengenakan baju yang *stylish* dengan gaya rambut yang rapi serta dengan senyuman. Di caption yang dibuat, ia menulis “Rahasia wangi seharian 😊 @gatsbycode tersedia di minimarket terdekat” dengan tagar #EaudeBlue #EaudeBold #EaudeParfum #GATSBYcode.

Pada tingkat petanda (*signified*) memiliki makna bahwa ia menjadi promotor dari produk parfum Gatsby. Ia mempromosikan produk parfum Gatsby di dalam foto yang diunggah pada akun Instagramnya. Makna tersebut diperkuat dengan caption yang diunggah. Pada caption tersebut terdapat kalimat promosi dan ia memberikan tag pada pihak Gatsby. Secara tidak langsung dipastikan dia memang menjadi promotor atau mempromosikan produk parfum dari Gatsby.

Pada temuan data yang ketiga yaitu unggahan video Jefri Nichol pada tanggal 26 November 2024. Dokumentasi tersebut sebagai berikut.



Gambar 4. Unggahan video pada tanggal 26 November 2024

Pada tingkat penanda (*signifier*) divisualisasikan Jefri Nichol dengan memakai kemeja putih celana hitam menemani Rijal temannya *styling* rambut di sebuah mobil van hitam. *Styling* dilakukan oleh Jule kepada Rijal di dalam mobil van hitam. Mobil van hitam tersebut bertuliskan Barber dan terdapat nama Gatsby, beserta elemen-elemen visual lainnya. Pada caption yang diunggah bertulis “styling rijal bareng jule pake @gatsbycode” dengan tagar #haijoel #barbervankeliling #GATSBYFiber #GATSBYCode.

Pada tingkat petanda (*signified*) memiliki makna bahwa Jefri Nichol menjadi aktor di dalam video promosi. Dengan kata lain ia menjadi promotor dari Brand Gatsby. Hal tersebut diperkuat dengan alasan bahwa di dalam video tersebut terdapat elemen Gatsby dan pada konten yang dimuat terdapat kolaborasi dengan Jule seorang Barber terkenal. Hal lainnya yang memperkuat makna tersebut yaitu pada caption yang dimuat terdapat tag official dari Gatsby. Secara tidak langsung Jefri Nichol menjadi promotr dari Gatsby.

Temuan data keempat yaitu unggahan foto pada tanggal 23 Desember 2024. Dokumentasi tersebut sebagai berikut.

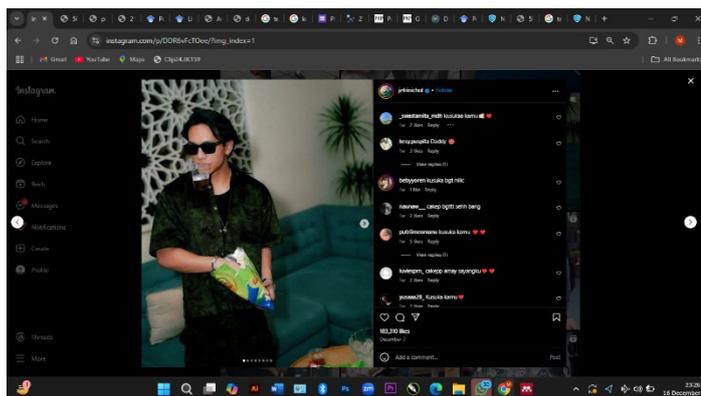


Gambar 5. Unggahan foto pada tanggal 28 November 2024

Pada tingkat penanda (*signifier*) divisualisasikan Jefri Nichol berfoto di sebuah tempat dan ia duduk di sebuah kursi tunggu dengan memakai kemeja putih, memakai topi serta sedang menatap tablet warna hitam. Caption yang dimuat bertulis “irport fitnya bang”.

Pada tingkat petanda (*signified*) memiliki makna bahwa Jefri Nichol mengunggah foto tersebut untuk kepentingan peribadinya. Dalam arti lain ia tidak sedang mempromosikan produk apapun. Hal tersebut diperkuat dengan caption yang diunggah yang mengandung makna dirinya memakai *outfit* atau gaya berpakaian *airport* atau makna lain dari bandara. Jadi makna yang terkandung lainnya adalah ia sedang menunggu tumpangan pesawat di sebuah tempat dengan memakai gaya berpakaian yang umumnya dipakai ketika di bandara.

Temuan kelima yaitu unggahan foto pada tanggal 7 Desember 2024, Dokumentasi tersebut sebagai berikut,



Gambar 6. Unggahan foto pada tanggal 7 Desember 2024

Pada tingkat penanda (*signifier*) divisualisasikan Jefri Nichol foto dengan berpose memegang sebuah snack di kedua tangannya sembari memegang minuman melalui mulutnya. Gaya pakaian yang dia pakai juga harus dilibatkann. Ia memakai pakaian kemeja hijau dengan kalung serta ia memakai kacamata hitam. Dalam unggahan tersebut tidak ditemukan caption.

Pada tingkat petanda (*signified*) memiliki makna bahwa Jefri Nichol mengekspresikan

dirinya melalui foto yang diunggah pada akun instagramnya. Dirinya tidak sedang mempromosikan sesuatu dan foto yang diunggah berdasarkan kepentingan pribadinya. Hal tersebut didukung tidak adanya sebuah nama produk atau perusahaan di dalam foto maupun bio captionnya.

Dari temuan beberapa data dan berdasarkan analisis yang dilakukan dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure, ditemukan hasil bahwa dalam membangun identitas Jefri Nichol membangun identitas dirinya melalui Instagram sebagai seorang model, aktor, dan promotor. Citra yang ia bangun juga merupakan citra dari seorang publik figur yang mendapatkan *endorse* atau sponsor untuk mempromosikan sesuatu.

Pada bidang penerapan identitas diri sesuai dengan teori dari Erving Goffman terkait teori dramaturgi, teori yang membahas tentang konsep teater. Dari hasil analisis ditemukan bahwa disisi lain Jefri Nichol yang berperan sebagai seorang model, aktor, atau promotor perusahaan, dirinya juga memiliki ruang untuk mengekspresikan dirinya di Instagram. Jadi pada unggahan postingan di dalam akun Instagramnya tidak hanya berisi promosi produk, tetapi terdapat ruang dirinya menjadi seorang Jefri Nichol yang asli

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menganalisis pembangunan identitas dan citra Jefri Nichol melalui akun Instagram @jefrinichol. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure, ditemukan bahwa Jefri Nichol secara konsisten memanfaatkan platform Instagram untuk mempromosikan citra dirinya sebagai seorang aktor dan model, serta sebagai promotor produk.

Melalui unggahan yang beragam, seperti video dan foto promosi serta konten pribadi, Jefri mampu membangun identitas yang mencerminkan gaya hidup dan profesionalismenya. Setiap unggahan tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai representasi diri yang otentik.

Selain itu, penerapan teori dramaturgi Erving Goffman menunjukkan bahwa Jefri Nichol juga mengatur identitasnya sesuai dengan konteks sosial dan audiens yang dituju, menciptakan ruang untuk mengekspresikan dirinya yang sebenarnya di balik peran publiknya. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram merupakan alat yang efektif bagi publik figur untuk membangun dan mempertahankan citra serta identitas yang diinginkan, sekaligus menciptakan interaksi yang lebih dekat dengan penggemarnya.

REFERENSI

- Abidin, Crystal. 2016. "Visibility Labour: Engaging with Influencers' Fashion Brands and #OOTD Advertorial Campaigns on Instagram." *Media International Australia* 161 (1): 86–100. <https://doi.org/10.1177/1329878X16665177>.
- Airlangga, Perpustakaan Universitas, Skripsi Identitas, and Dalam Akun. 2015. "Adln - Perpustakaan Universitas Airlangga."
- Aldita, Dea. 2014. "Analisis Isi Film Wag The Dog Tentang Pelanggaran-Pelanggaran Kode Etik Humas." *Ejournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman* 2 (4): 75–87.
- Arba Choirul Umam, and Poppy Febriana. 2023. "Analisis Semiotik Unggahan Akun Instagram @fapstronautindonesia Dalam Menghentikan Perilaku Kecanduan Pornografi." *Jurnal Komunikasi Profesional* 7 (3): 474–92. <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i3.5915>.
- Aryani, Saleha, and Mia Rahmawati Yuwita. 2023. "Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Simbol Rambu Lalu Lintas Dead End." *Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya* 3 (1): 65–72. <https://doi.org/10.34010/mhd.v3i1.7886>.
- Costigliola, Frank C. 2019. "Library of Congress Cataloging in Publication Data." *Awkward*

- Dominion*, 381–82. <https://doi.org/10.7591/9781501721144-016>.
- Fibriana, Adinda Herna, Ainur Rochmaniah, and Poppy Febriana. 2024. “Pelatihan Membuat Konten Instagram Pada Karang Taruna Sedatigede.” *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara* 8 (1): 34–41. <https://doi.org/10.29407/ja.v8i1.20862>.
- Husnul Khaatimah, Restu Wibawa. 2017. “Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar.” *Jurnal Teknolofi Pendidikan* 2 (2): 76–87.
- Jannah, Wardatul, and Nova Saha Fasadena. 2023. “Fenomena Mandi Lumpur Live Di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman.” *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 02 (02): 152–64.
- Marwick, Alice, and Danah Boyd. 2011. “To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter.” *Convergence* 17 (2): 139–58. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>.
- Mauliddiyah, Nurul L. 2021. “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title” 4: 6.
- Muzakky, Muhammad Sulthan Al, Sabda Mahardika Munggaran, Muhammad Gibran Rabbani, and Aceng Ruhendi Syaifullah. 2023. “Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Pada Film ‘Srimulat: Hil Yang Mustahil – Babak Pertama.’” *Jurnal Idiomatik: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 6 (2): 145–56. <https://doi.org/10.46918/idiomatik.v6i2.2105>.
- Narasrey Merinda, Zainal Abidin, and Maulana Rifai. 2024. “Identitas Budaya Pada Pemain Game Online ”Sky Children of the Light”: Pendekatan Etnografi Virtual.” *Da’watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4 (2): 920–27. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.1573>.
- Sakti, Bulan Cahya, and Much Yulianto. 2019. “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja.” *Interaksi-Online* 6 (4): 1–12.
- Sandi, Nirvana Abdillah, and Poppy Febriana. 2023. “Sadfishing: Studi Netnografi Pada Konten Dengan Tagar #rumahkokkayu Di Tiktok.” *Jurnal Komunikasi Global* 12 (1): 30–52. <https://doi.org/10.24815/jkg.v12i1.30216>.
- Sholichah, Maslichatus, and Poppy Febriana. 2022. “Konstruksi Citra Diri Dalam Media Baru Melalui Aplikasi (Analisis Semiotik Postingan Instagram).” *JSK: Jurnal Spektrum Komunikasi* 10 (1): 177–86.
- Siswanto, Angger, and Poppy Febriana. 2018. “Representasi Indonesia Dalam Stand Up Comedy (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Dalam Pertunjukan Spesial Pandji Pragiwaksono ‘Mesakke Bangsaku’).” *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5 (2): 121. <https://doi.org/10.21070/kanal.v5i2.1508>.
- Stern, Julian. 2020. “Alone, Together.” *British Journal of Religious Education* 42 (3): 249–52. <https://doi.org/10.1080/01416200.2020.1760005>.
- Utami, Fransisca, and Betty Silalahi. 2013. “Hubungan Antara Identitas Sosial Dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Virtual Kaskus Regional Depok.” *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* 5: 93–98.