

Digital Identity Analysis of Tretan Muslim: a Case Study of a Content Creator's Digital Identity Formation and Management

Analisis Identitas Digital Tretan Muslim: Studi Kasus Pembentukan dan Pengelolaan Identitas Digital Seorang Kreator Konten

M. Hafid Alvandaru¹, Bryan Mahendra Putra Jona^{2*}

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

*Correspondence Author Email: Bryanmahendra93@gmail.com

Abstract. *This study examines how Tretan Muslim, a prominent Indonesian content creator, constructs and manages his digital identity across various social media platforms. Using qualitative analysis and digital ethnography methods, this research explores his strategies in managing context collapse, maintaining authenticity, and handling participatory surveillance risks. The findings reveal sophisticated multi-platform strategies, effective context collapse management, and balanced risk-opportunity handling in digital identity maintenance. This study contributes to understanding digital identity management in the Indonesian social media landscape, particularly among public figures navigating between entertainment and social commentary. Results indicate that successful digital identity management requires strategic platform utilization, consistent authenticity maintenance, and effective risk management approaches.*

Keywords: *Digital Identity, Content Creator, Social Media, Context Collapse, Authenticity, Participatory Surveillance*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji bagaimana Tretan Muslim, seorang content creator terkemuka Indonesia, membangun dan mengelola identitas digitalnya di berbagai platform media sosial. Menggunakan analisis kualitatif dan metode etnografi digital, penelitian ini mengeksplorasi strateginya dalam mengelola context collapse, mempertahankan otentisitas, dan menangani risiko pengawasan partisipatori. Temuan menunjukkan strategi multi-platform yang canggih, pengelolaan context collapse yang efektif, dan penanganan risiko-peluang yang seimbang dalam pemeliharaan identitas digital. Studi ini berkontribusi pada pemahaman manajemen identitas digital di lanskap media sosial Indonesia, khususnya di kalangan tokoh publik yang bernavigasi antara hiburan dan komentar sosial. Hasil menunjukkan bahwa manajemen identitas digital yang sukses memerlukan pemanfaatan platform strategis, pemeliharaan otentisitas yang konsisten, dan pendekatan manajemen risiko yang efektif.

Kata Kunci: Identitas Digital, Kreator Konten, Media Sosial, Context Collapse, Otentisitas, Pengawasan Partisipatori

I. PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah cara individu membangun dan mengelola identitas mereka, terutama bagi tokoh publik yang aktif di media sosial. Transformasi ini menghadirkan tantangan dan peluang unik bagi kreator konten seperti Tretan Muslim, yang harus bernavigasi antara hiburan, edukasi, dan komentar sosial sambil mempertahankan persona digital yang konsisten (Sholichah & Febriana, 2022). Perubahan fundamental dalam cara masyarakat mengonsumsi dan berinteraksi dengan konten digital telah menciptakan lingkungan yang kompleks di mana kreator konten harus terus beradaptasi dengan dinamika platform yang berbeda-beda dan ekspektasi audiens yang terus berkembang. Dalam konteks media sosial Indonesia, fenomena kreator konten telah berkembang secara signifikan selama dekade terakhir. Para kreator tidak hanya dituntut untuk menghasilkan konten yang menarik dan relevan, tetapi juga harus mampu membangun identitas digital yang otentik dan berkelanjutan. Hal ini menjadi semakin kompleks dengan munculnya berbagai platform media sosial baru, masing-masing dengan karakteristik dan tuntutan uniknya sendiri. Di tengah lanskap media sosial yang dinamis ini, kreator konten menghadapi tantangan kompleks dalam membangun dan mempertahankan identitas digital mereka (Sari et al., 2022).

Pentingnya mempelajari manajemen identitas digital Tretan Muslim terletak pada posisinya yang unik sebagai kreator konten yang berhasil menjembatani berbagai segmen audiens sambil mempertahankan keaslian dalam kehadiran digitalnya. Keberhasilannya dalam mengelola berbagai platform media sosial sekaligus mempertahankan konsistensi pesan dan nilai-nilai personal

menjadikannya studi kasus yang menarik dalam konteks manajemen identitas digital. Tretan Muslim tidak hanya berhasil membangun basis pengikut yang loyal, tetapi juga mampu menghadirkan konten yang mengedukasi sambil menghibur, sebuah keseimbangan yang sulit dicapai dalam lanskap konten digital yang semakin terfragmentasi. Fenomena *context collapse*, di mana batas-batas antara berbagai konteks sosial menjadi kabur di media sosial, menambah kompleksitas dalam pengelolaan identitas digital. Kreator konten seperti Tretan Muslim harus mampu mengelola ekspektasi beragam audiens yang mungkin memiliki preferensi dan nilai yang berbeda-beda. Tantangan ini diperumit oleh sifat *persistent* dan *searchable* dari konten digital, di mana setiap interaksi dan konten yang dipublikasikan dapat memiliki dampak jangka panjang terhadap reputasi digital kreator (Liliana et al., 2021).

Di samping itu, perkembangan teknologi dan platform media sosial yang pesat menghadirkan tantangan tambahan dalam bentuk kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan format konten baru dan algoritma yang terus berubah. Kreator konten dituntut untuk memahami dan memanfaatkan berbagai fitur platform secara efektif, sambil tetap mempertahankan konsistensi dalam penyampaian pesan dan nilai-nilai personal mereka (Fadilah & Setiadi, 2025). Kemampuan untuk menyeimbangkan tuntutan platform dengan kebutuhan untuk mempertahankan otentisitas menjadi kunci keberhasilan dalam mengelola identitas digital (Munir, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi yang diterapkan oleh Tretan Muslim dalam membangun dan mengelola identitas digitalnya. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang praktek-praktek manajemen identitas digital yang efektif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi kreator konten lain dan praktisi media sosial dalam mengembangkan strategi pengelolaan identitas digital yang berkelanjutan.

II. LANDASAN TEORI

1. Identitas Digital dan Manajemen Kesan

Teori identitas digital berakar pada konsep presentasi diri yang dikemukakan oleh Goffman, 1959 dalam (Edgley, n.d.), yang menjelaskan bagaimana individu mengelola kesan dalam interaksi sosial. Dalam konteks digital, Boyd, 2014 dalam (Guerrero-Solé et al., 2020) memperluas pemahaman ini dengan menjelaskan bagaimana teknologi digital memungkinkan individu untuk lebih strategis dalam membangun dan mengelola identitas mereka. Konsep "context collapse" yang menggambarkan bagaimana batas-batas antara berbagai konteks sosial menjadi kabur di media sosial.

2. Manajemen Identitas dalam Media Sosial

(Pontoh et al., 2022) mendefinisikan manajemen identitas digital sebagai proses aktif di mana individu secara strategis memilih dan menampilkan aspek-aspek tertentu dari identitas mereka untuk mencapai tujuan komunikasi spesifik. Dalam konteks kreator konten, konsep "microcelebrity" yang menjelaskan bagaimana individu menggunakan strategi branding personal untuk membangun dan mempertahankan basis penggemar online (Enanti & Febriana, 2024).

3. Context Collapse dan Strategi Segmentasi Audiens

Berbagai strategi yang digunakan pengguna media sosial untuk mengelola context collapse, termasuk segmentasi audiens dan penyesuaian konten berdasarkan platform. Davis & Jurgenson, 2014 dalam (Szabla & Blommaert, 2020) lebih lanjut mengembangkan pemahaman tentang "context collusions" dan "context collisions" yang mempengaruhi bagaimana kreator konten mengelola berbagai segmen audiens mereka.

4. Manajemen Risiko Digital

Kerangka kerja untuk memahami risiko dan peluang dalam penggunaan media sosial, termasuk aspek privasi, keamanan data, dan manajemen reputasi (Mutiarachim et al., 2025). serta bagaimana platform media sosial membentuk cara individu mempresentasikan diri dan mengelola risiko dalam lingkungan digital.

III. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme sosial untuk memahami bagaimana Tretan Muslim membangun dan mengelola identitas digitalnya. Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam fenomena pengelolaan identitas digital dari perspektif subjek penelitian dan konteks sosial-kulturalnya.

1. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama dalam pengumpulan data. Teknik pertama adalah wawancara mendalam yang dilakukan melalui serangkaian wawancara semi-terstruktur dengan Tretan Muslim sebagai subjek utama penelitian. Wawancara juga dilakukan dengan tim manajemen konten yang bertanggung jawab atas strategi dan pengelolaan media sosialnya, serta beberapa pengikut aktif yang secara rutin berinteraksi dengan kontennya di berbagai platform. Melalui wawancara ini, peneliti dapat menggali pemahaman mendalam tentang proses pembentukan dan pengelolaan identitas digital dari berbagai perspektif. Teknik kedua adalah observasi digital yang dilakukan secara sistematis terhadap aktivitas Tretan Muslim di berbagai platform media sosial. Peneliti melakukan pengamatan mendalam terhadap pola interaksi yang terjadi antara Tretan Muslim dengan pengikutnya, termasuk bagaimana ia merespons komentar, mengelola diskusi, dan membangun engagement dengan audiensnya. Selain itu, peneliti juga mendokumentasikan berbagai strategi pengelolaan konten yang diterapkan, mulai dari pemilihan tema, gaya penyampaian, hingga timing posting yang digunakan. Teknik ketiga melibatkan studi dokumentasi yang komprehensif terhadap berbagai sumber data sekunder. Peneliti melakukan analisis mendalam terhadap arsip konten digital yang telah dipublikasikan, termasuk konten video, foto, dan tulisan di berbagai platform. Kajian juga dilakukan terhadap komentar dan respons audiens untuk memahami bagaimana konten diterima dan diinterpretasi oleh pengikutnya. Selain itu, peneliti menelaah berbagai pemberitaan media yang berkaitan dengan Tretan Muslim untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas tentang posisinya dalam lanskap media sosial Indonesia.

2. Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan tematik yang dilakukan secara bertahap dan sistematis. Tahap pertama adalah reduksi data, di mana peneliti melakukan pemilihan dan penyaringan data yang relevan dengan fokus penelitian. Pada tahap ini, data mentah dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dikodekan secara sistematis untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul. Selanjutnya, data yang telah dikodekan dikategorisasi ke dalam temuan-temuan awal yang akan menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut. Tahap kedua adalah penyajian data yang dilakukan melalui pengorganisasian data berdasarkan tema-tema yang telah diidentifikasi. Dalam proses ini, peneliti mengembangkan matriks analisis untuk membantu visualisasi hubungan antar tema dan pola yang ditemukan. Visualisasi ini membantu peneliti dalam memahami keterkaitan antar berbagai aspek dalam pengelolaan identitas digital Tretan Muslim, serta mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data. Tahap ketiga melibatkan proses penarikan kesimpulan yang dilakukan melalui interpretasi mendalam terhadap pola dan tema yang telah teridentifikasi. Pada tahap ini, peneliti melakukan triangulasi dari berbagai sumber data untuk memastikan keakuratan interpretasi. Temuan-temuan yang muncul kemudian divalidasi melalui diskusi dengan informan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan realitas di lapangan.

3. Validitas dan Reliabilitas

Untuk menjamin keabsahan data dan hasil penelitian, peneliti menerapkan beberapa strategi validasi yang komprehensif. Strategi pertama adalah triangulasi sumber yang dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai platform media sosial yang digunakan Tretan Muslim. Proses ini diperkuat dengan konfirmasi dari berbagai informan yang terlibat dalam pengelolaan konten digitalnya, serta verifikasi melalui berbagai dokumen pendukung yang tersedia. Strategi kedua adalah member checking yang melibatkan proses konfirmasi interpretasi dengan Tretan Muslim sebagai

subjek utama penelitian. Temuan-temuan penelitian juga divalidasi melalui diskusi dengan para ahli media sosial untuk mendapatkan perspektif teoretis yang lebih kuat. Selain itu, peneliti melakukan diskusi intensif dengan peer reviewer untuk mendapatkan masukan dan kritik terhadap proses analisis dan interpretasi data. Untuk memperkuat reliabilitas penelitian, peneliti menerapkan audit trail yang sistematis dengan mendokumentasikan seluruh proses pengumpulan dan analisis data secara detail. Setiap keputusan metodologis yang diambil selama penelitian dicatat dengan cermat, disertai dengan refleksi peneliti terhadap proses dan temuan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan penelitian dapat diaudit dan direplikasi oleh peneliti lain di masa mendatang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pembentukan Identitas Digital Pendekatan Multi-Platform

Dalam mengelola fenomena context collapse, Tretan Muslim menerapkan strategi segmentasi audiens yang sophisticated. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Candiasa et al., 2021) bahwa "Social media is a medium on the internet that provides opportunities for users to present themselves and socialize, work together, share, communicate with other users to build social bonds virtually". Tretan Muslim mengembangkan sistem kategorisasi konten yang cermat berdasarkan berbagai segmen minat pengikutnya. Dalam pengelolaan identitas digitalnya, Tretan Muslim menunjukkan pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik unik setiap platform media sosial. Dengan perkembangan berbagai platform media sosial, ini menjadi alat promosi yang paling efektif untuk memperkenalkan produk atau brand kepada masyarakat umum. Di YouTube, ia menghadirkan konten kuliner yang dikemas dengan unsur komedi dan edukasi

Dalam pengelolaan identitas digitalnya, Tretan Muslim menunjukkan pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik unik setiap platform media sosial melalui strategi diferensiasi konten yang terencana. Di YouTube, ia menghadirkan konten kuliner yang dikemas dengan unsur komedi dan edukasi dalam format video panjang, memungkinkan pengembangan narasi yang lebih kompleks dan pembahasan topik yang lebih mendalam. Sementara di Instagram, kontennya lebih berfokus pada momen-momen singkat dan visual yang menarik, seperti cuplikan proses memasak atau interaksi spontan dengan sesama kreator konten. Adaptasi konten untuk Twitter lebih mengarah pada komentar sosial dan interaksi langsung dengan pengikut melalui format yang lebih ringkas dan responsif. Strategi penentuan waktu posting juga menunjukkan pertimbangan yang matang terhadap pola konsumsi konten di setiap platform. Untuk YouTube, Tretan Muslim secara konsisten mengunggah konten pada akhir pekan saat tingkat engagement penonton cenderung lebih tinggi. Di Instagram, ia memanfaatkan fitur Stories untuk mempertahankan visibilitas sepanjang hari dengan update berkala, sementara posting feed Instagram dijadwalkan pada jam-jam prime time seperti sore hari dan malam hari. Pemilihan waktu posting di Twitter disesuaikan dengan tren dan topik yang sedang hangat diperbincangkan, memungkinkan partisipasi yang lebih relevan dalam diskusi publik (Halim et al., 2019).

Pola engagement yang dikembangkan mencerminkan pendekatan yang komprehensif dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan audiens. Pada platform YouTube, ia secara rutin mengadakan sesi live streaming yang memungkinkan interaksi langsung dengan penonton, serta mengintegrasikan elemen-elemen partisipatif seperti tantangan memasak dan polling dalam kontennya. Di Instagram, engagement diperkuat melalui fitur Questions dan Polls di Stories, serta responsivitas yang tinggi terhadap komentar pengikut. Inisiatif pembangunan komunitas juga terlihat melalui program-program khusus seperti virtual meet and greet dan workshop memasak online yang memfasilitasi interaksi lebih mendalam dengan pengikutnya (Pramonoputri et al., 2024).

Sistem manajemen respons yang diterapkan menunjukkan konsistensi dalam mempertahankan kualitas interaksi di berbagai platform. Tim manajemen konten Tretan Muslim mengembangkan protokol standar dalam menanggapi komentar dan pesan pengikut, dengan prioritas pada kecepatan respons dan personalisasi interaksi. Strategi ini mencakup penggunaan template

respons yang dapat disesuaikan untuk pertanyaan umum, sambil tetap mempertahankan sentuhan personal dalam setiap interaksi. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam efisiensi pengelolaan komunitas, tetapi juga memperkuat persepsi autentisitas dan aksesibilitas personal brand Tretan Muslim (Azmi et al., 2024).

2. Manajemen Context Collapse

Konsistensi identitas menjadi fondasi penting dalam strategi manajemen context collapse-nya. Seperti yang dinyatakan (Tumakaka et al., 2019), "Personal branding adalah proses ketika seseorang menggunakan dirinya atau karirnya sebagai brand, secara sistematis memperkenalkan dirinya kepada orang lain dan melibatkan kesadaran publik". Tretan Muslim mempertahankan pesan inti yang konsisten tentang eksplorasi kuliner. Dalam mengelola fenomena context collapse, Tretan Muslim menerapkan strategi segmentasi audiens yang sophisticated. Ia mengembangkan sistem kategorisasi konten yang cermat berdasarkan berbagai segmen minat pengikutnya, mulai dari pecinta kuliner, penggemar konten komedi, hingga audiens yang tertarik dengan isu-isu sosial kontemporer. Pada platform YouTube, misalnya, ia membuat seri konten yang berbeda untuk setiap kategori: "Masak Bareng Tretan" untuk konten kuliner murni, "Eksperimen Dapur" untuk konten hiburan, dan "Muslim Makan" untuk ulasan kuliner yang lebih serius. Pendekatan ini memungkinkan pengikutnya untuk memilih konten yang paling sesuai dengan minat mereka tanpa terganggu oleh tumpang tindih konteks yang tidak relevan.

Strategi segmentasi ini diperkuat dengan penyesuaian pesan yang spesifik untuk setiap platform. Di Instagram, kontennya lebih berfokus pada aspek visual dan lifestyle, dengan stories yang menampilkan behind-the-scenes proses kreatif dan momen-momen personal yang terkurasi. Sementara di Twitter, ia mengadopsi tone yang lebih casual dan responsif, memungkinkan diskusi real-time tentang berbagai topik aktual sambil tetap mempertahankan persona publiknya. Pendekatan engagement yang ditargetkan juga disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform, seperti penggunaan polling dan quiz di Instagram Stories untuk meningkatkan interaktivitas, atau thread edukatif di Twitter untuk membagikan wawasan kuliner (Wahabi & Febriana, 2022a).

Konsistensi identitas menjadi fondasi penting dalam strategi manajemen context collapse-nya. Tretan Muslim mempertahankan pesan inti yang konsisten tentang eksplorasi kuliner yang dipadukan dengan edukasi dan hiburan di seluruh platformnya. Meskipun gaya penyampaian dapat bervariasi, nilai-nilai utama seperti keterbukaan terhadap keberagaman kuliner, komitmen pada kualitas konten, dan apresiasi terhadap budaya lokal tetap terjaga. Konsistensi suara brand juga tercermin dalam penggunaan bahasa dan humor yang menjadi ciri khasnya, menciptakan pengalaman yang koheren bagi pengikut di berbagai platform (Aulia et al., 2021).

3. Pengelolaan Risiko dan Peluang

(Wahabi & Febriana, 2022b) menekankan bahwa manajemen pengelolaan personal branding di media sosial memerlukan konsistensi dan strategi yang tepat untuk mencapai target audiens yang diinginkan. Hal ini tercermin dalam strategi manajemen krisis yang dikembangkan Tretan Muslim yang mencakup prosedur penanganan isu yang komprehensif. Dalam aspek manajemen risiko, Tretan Muslim menerapkan protokol keamanan data yang ketat untuk melindungi informasi sensitif, termasuk enkripsi data personal dan verifikasi dua langkah untuk akses ke akun media sosialnya (Sholichah & Febriana, 2022). Sistem manajemen informasi pribadi yang diterapkan mencakup pemisahan yang jelas antara konten profesional dan personal, dengan guidelines spesifik tentang informasi apa yang dapat dibagikan ke publik. Ia juga memiliki tim khusus yang menangani aspek keamanan digital dan privasi, memastikan bahwa setiap konten yang diunggah telah melalui proses screening yang teliti.

Strategi manajemen krisis yang dikembangkan mencakup prosedur penanganan isu yang komprehensif, dimulai dari monitoring media sosial secara real-time hingga protokol respons cepat untuk situasi krisis. Tim manajemennya telah menyiapkan template komunikasi krisis yang dapat

disesuaikan dengan berbagai skenario, serta mengembangkan sistem eskalasi bertingkat untuk penanganan isu sensitif. Sistem pemulihan reputasi yang dimiliki mencakup strategi klarifikasi, transparansi dalam komunikasi, dan pendekatan yang proaktif dalam mengatasi misconceptions (Putri & Febriana, 2023).

Dalam hal maksimalisasi peluang, strategi kolaborasi brand yang diterapkan Tretan Muslim menunjukkan selektivitas yang tinggi dalam pemilihan mitra kerja. Proses seleksi mitra strategis melibatkan evaluasi mendalam terhadap keselarasan nilai, target audiens, dan potensi dampak kolaborasi terhadap brand image-nya. Integrasi konten sponsor dilakukan secara natural dan kreatif, memastikan bahwa elemen komersial tidak mengganggu autentisitas konten. Pengembangan proyek bersama dengan brand partner juga dirancang untuk memberikan nilai tambah bagi komunitas pengikutnya, seperti program cooking class kolaboratif atau kampanye edukasi kuliner (Agnes Alvionita et al., 2024).

(Guerrero-Solé et al., 2020) menyatakan bahwa media sosial modern memungkinkan interaksi langsung dengan audiens melalui fitur-fitur yang tersedia. Hal ini sejalan dengan program loyalitas penggemar yang dikembangkan oleh Tretan Muslim mencakup berbagai inisiatif seperti member-exclusive content, early access ke konten premium, dan kesempatan berinteraksi langsung. Engagement komunitas menjadi fokus utama dalam strategi pengembangan platform Tretan Muslim. Program loyalitas penggemar yang dikembangkan mencakup berbagai inisiatif seperti member-exclusive content, early access ke konten premium, dan kesempatan berinteraksi langsung dalam format virtual meet and greet. Event interaktif yang diselenggarakan secara regular, seperti cooking challenge online dan Instagram Live cooking session, membantu mempertahankan tingkat engagement yang tinggi. Inisiatif user-generated content juga didorong melalui berbagai program seperti kontes memasak, challenge kreasi resep, dan program sharing pengalaman kuliner, yang tidak hanya meningkatkan engagement tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan komunitas terhadap konten Tretan Muslim.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan identitas digital yang efektif di era media sosial kontemporer memerlukan pendekatan komprehensif dan strategis, sebagaimana ditunjukkan dalam studi kasus Tretan Muslim. Keberhasilannya dalam membangun dan mempertahankan identitas digital didasarkan pada kemampuan mengoptimalkan karakteristik unik setiap platform media sosial, sambil menerapkan manajemen *context collapse* yang efektif melalui segmentasi audiens dan konsistensi pesan. Temuan penelitian menggarisbawahi pentingnya keseimbangan antara penanganan risiko dan peluang digital, di mana aspek perlindungan privasi dan manajemen krisis berjalan seiring dengan pengembangan komunitas dan optimalisasi peluang kolaborasi. Keberhasilan dalam mempertahankan otentisitas di seluruh interaksi digital, sambil tetap beradaptasi dengan dinamika platform dan ekspektasi audiens, memberikan model yang aplikatif bagi pengembangan strategi presence digital yang efektif dalam konteks ekosistem media sosial Indonesia.

REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diajukan untuk pengembangan strategi manajemen identitas digital yang lebih efektif. Pertama, pengembangan sistem manajemen konten terintegrasi menjadi prioritas utama. Hal ini mencakup implementasi sistem yang dapat mengintegrasikan berbagai platform media sosial secara efektif, didukung dengan pengembangan kalender konten yang lebih terstruktur yang mempertimbangkan karakteristik unik setiap platform. Pemanfaatan analitik data untuk optimalisasi strategi konten juga menjadi komponen penting dalam sistem ini. Aspek kedua yang perlu dikembangkan adalah penguatan strategi engagement komunitas. Ini dapat dicapai melalui pengembangan program loyalitas yang lebih terstruktur untuk berbagai segmen pengikut, disertai dengan implementasi sistem feedback regular untuk memahami kebutuhan

dan preferensi audiens. Peningkatan interaksi dua arah melalui format konten yang lebih partisipatif juga menjadi kunci dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan komunitas.

Dalam hal keamanan dan manajemen risiko, optimalisasi sistem menjadi sangat penting. Ini meliputi pengembangan protokol keamanan digital yang lebih komprehensif, implementasi sistem deteksi dini untuk potensi krisis reputasi, serta pelaksanaan pelatihan regular untuk tim manajemen konten tentang best practices keamanan digital. Selain itu, diversifikasi format konten perlu terus dilakukan melalui eksplorasi format-format baru yang sesuai dengan tren platform, pengembangan konten edukasi yang lebih terstruktur, dan integrasi elemen storytelling yang lebih kuat dalam setiap konten yang dihasilkan. Pengembangan kolaborasi strategis juga memainkan peran penting dalam pertumbuhan platform. Hal ini mencakup identifikasi dan pengembangan kemitraan dengan brand yang memiliki nilai sejalan, perancangan program kolaborasi yang memberikan nilai tambah bagi komunitas, serta pengembangan sistem evaluasi yang dapat mengukur efektivitas setiap kolaborasi yang dilakukan. Terakhir, penguatan infrastruktur digital menjadi fondasi penting bagi seluruh strategi yang direkomendasikan. Ini meliputi investasi dalam teknologi dan tools untuk manajemen konten yang lebih efisien, pengembangan sistem backup dan keamanan data yang lebih robust, serta peningkatan kapabilitas tim dalam penggunaan teknologi terkini.

Saran terkait tokoh dalam membangun identitas daring yakni selain humor satir dan isu sosial, Tretan Muslim dapat mencoba memperluas tema kontennya, misalnya dalam bentuk konten edukasi ringan atau dokumenter berbasis komedi, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melakukan kolaborasi dengan tokoh mempunyai latar belakang berbeda (misalnya, tokoh pendidikan, budaya, atau teknologi) dapat memperkaya perspektif konten dan meningkatkan relevansi di berbagai kalangan. Tetap mempertahankan identitas komedi, tetapi memastikan bahwa konten tidak menyinggung kelompok tertentu secara tidak sengaja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada para partisipan penelitian dan institusi pendukung atas kontribusinya dalam studi ini.

REFERENSI

- Agnes Alvionita, S. E., Mala, I. K., & Wibowo, H. A. H. E. (2024). Strategi Pemasaran Media Sosial: Membangun Keterlibatan dan Jangkauan. Takaza Innovatix Labs.
- Aulia, F., Afriwan, H., & Faisal, D. (2021). Konsistensi logo dalam membangun sistem identitas. Gorga: Jurnal Seni Rupa, 10(2), 439–444.
- Azmi, R., Patria, R., Kremer, H., Anwar, K., Monica, G., & Somisu, R. P. (2024). Manajemen Hubungan Masyarakat. Pradina Pustaka.
- Candiasa, I. M., Mertasari, N. M. S., & Aryanta, M. (2021). Social media as integrated character education media. Journal of Physics: Conference Series, 1810(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1810/1/012073>
- Edgley, C. (2020). Dennis Brissett.
- Enanti, D. S., & Febriana, P. (2024). Memanfaatkan mikroselebriti untuk pemasaran digital: Kasus Streetboba. Interaction Communication Studies Journal, 1(2), 50–59.
- Fadilah, F. R., & Setiadi, T. (2025). Strategi personal branding Budiono Sukses sebagai food vlogger dalam memperkuat brand image (studi kasus pada akun YouTube Budiono Sukses). The Commmercium, 9(1), 157–166.
- Guerrero-Solé, F., Suárez-Gonzalo, S., Rovira, C., & Codina, L. (2020). Social media, context collapse, and the future of data-driven populism. Profesional de La Información, 29(5), 1–12. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.06>
- Halim, V. F. S., Pradana, F., & Bachtiar, F. A. (2019). Pengembangan sistem untuk memonitor aktivitas media sosial berbasis web (studi kasus media sosial Twitter calon legislatif pada

- pemilihan legislatif 2019). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(6), 5264–5272.
- Liliana, D. Y., Kom, M., Andryani, N. A. C., Priandana, K., & Fitriyah, H. (2021). *Buku Literasi Informasi: Women Against Disruptive Information on Covid-19 Pandemic in Indonesia*. Cempluk Aksara.
- Munir, M. M. (2023). *Islamic Finance for Gen Z: Karakter dan Kesejahteraan Finansial untuk Gen Z*. CV Green Publisher Indonesia.
- Mutiarachim, A., Ramdani, A. P., Zubair, A., Maritza, Y., Studi, P., Digital, B., Ekonomika, F., Studi, P., Informasi, T., & Teknik, F. (2025). Manajemen risiko digital untuk keamanan siber yang lebih kuat di era industri 4.0: Systematic literature review. [Journal Name Missing], 1, 54–66.
- Pontoh, F. R., Basuki, A., & Bhawiyuga, A. (2022). Pengembangan platform hands-on lab untuk manajemen identitas dan akses menggunakan teknologi virtualisasi berbasis container. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(6), 2639–2648.
- Pramonoputri, A. H., Prabartha, R., Shiddieqy, F. A. A., & Yudithya, N. S. (2024). Analisis social media marketing melalui Instagram: Studi kasus pada salah satu brand fashion wanita lokal. *MANABIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(4), 158–168.
- Putri, E. M., & Febriana, P. (2023). TikTok new media analysis as personal branding (qualitative description study on TikTok account @Vmuliana). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(4), 2517–2524. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i4.1399>
- Sari, Y. N., Giatman, M., & Yuliana. (2022). Analysis of SWOT strategies creativepreneurship YouTube content creator (case study of Harryware Channel content). *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2089–2094. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i2.526>
- Sholichah, M., & Febriana, P. (2022). Konstruksi citra diri dalam media baru melalui aplikasi Instagram (analisis semiotik postingan Instagram @Maudyayunda). *JSK: Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(1), 177–186.
- Szabla, M., & Blommaert, J. (2020). Does context really collapse in social media interaction? *Applied Linguistics Review*, 11(2), 251–279. <https://doi.org/10.1515/applirev-2017-0119>
- Tumakaka, N. P., Dida, S., & Prastowo, F. A. A. (2019). Personal branding Rachel Goddard sebagai beauty, travel, dan parody vlogger. *Journal Acta Diurna*, 15(2), 76. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2134>
- Wahabi, M. R., & Febriana, P. (2022a). Pemanfaatan Twitter sebagai media pengungkapan diri remaja Sidoarjo. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 333–340.
- Wahabi, M. R., & Febriana, P. (2022b). Pemanfaatan Twitter sebagai media pengungkapan diri remaja Sidoarjo. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 333–340. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1220>