



<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jsn>

DOI ://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118

## **MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI BENTUK VALIDASI DAN REPRESENTASI DIRI**

### ***SOCIAL MEDIA, INSTAGRAM, AS A FORM SELF VALIDATION AND REPRESENTATION***

**Winda Romaboida Situmorang<sup>1</sup>, Rahma Hayati<sup>2</sup>**  
*e-mail : rahmashiny12@usu.ac.id*

<sup>1,2</sup> Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sumatera Utara

#### **Abstrak**

Generasi media sosial tidak bisa lepas dari kemajuan teknologi yang begitu pesat. Media sosial memfasilitasi percakapan di luar jam kerja normal. Platform media sosial paling populer untuk generasi dewasa saat ini adalah Instagram. Seseorang dapat menggunakan Instagram untuk memperoleh validasi dan representasi dirinya untuk membangun identitasnya hanya dengan satu gambar visual. Hal tersebut juga dialami oleh mahasiswa di Kota Medan dalam penggunaan sosial media Instagram. Dalam penelitian ini ingin mengetahui perilaku mahasiswa menampilkan diri untuk mencapai citra yang diinginkan serta dalam mendapatkan pengakuan dari orang lain melalui unggahan foto yang ditampilkan pada media sosial instagram. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan metode wawancara langsung serta penyebaran kuesioner. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan mahasiswa di Kota Medan dalam mendapatkan pengakuan dari orang lain serta dalam menampilkan diri untuk mencapai citra yang diinginkan memiliki cara yang berbeda. Hal ini terjadi akibat adanya kebutuhan yang berbeda pada setiap mahasiswa dalam menunjukkan kesan dan citra diri. Kesan yang ingin diperoleh pun beragam ada yang ingin mendapatkan kesan sebagai seseorang yang memiliki nilai estetika melalui unggahan foto indah, seseorang penggemar senja melalui unggahan langit senja beserta dengan lagu-lagu yang bermakna dan seseorang yang ingin memberi kesan orang-orang yang aktif berorganisasi. Secara umum, mahasiswa di Kota Medan dapat menggunakan platform media sosial Instagram dengan baik karena mereka memahami bahwa platform tersebut hanyalah simbol visual yang telah ditetapkan sebagai keunggulan dalam segala hal, termasuk dari perspektif maksud, tujuan, dan apa pun yang dapat diantisipasi melalui pencantuman gambar visual di profil akun.

**Kata Kunci:** Instagram, Media Sosial, Representasi diri, Validasi

### ***Abstract***

*The generation of social media must be connected to the rapid advancement of technology. Social media facilitates conversation outside of regular working hours. Instagram is the most popular social media platform for the current generation of adults. Someone can use Instagram to gain validation and self-representation to build their identity with just one visual image. Students in the city of Medan also experience this in using social media, Instagram. In this study, we want to find out how students' behaviour presents themselves to achieve the desired image and get recognition from others through uploading photos displayed on Instagram social media. The approach used in this study is a qualitative descriptive approach and uses direct interviews and questionnaires. The results of this study show that students in Medan City have different ways of getting recognition from others and presenting themselves to achieve the desired image. This happens due to the different needs of each student in showing impressions and self-image. The impression you want to get varies; some want to get the impression of someone who has aesthetic value by uploading beautiful photos, someone who is a Twilight fan by uploading the Twilight sky along with meaningful songs and someone who wants to give the impression of people who are active in organizations in general.*

***Keywords:*** Instagram, Social Media, Self-representation, Validation

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi telah menempatkan orang dalam situasi di mana waktu dan jarak menjadi hambatan untuk berkomunikasi. Dengan semakin populernya situs media sosial seperti Instagram, Twitter dan Youtube, model komunikasi virtual menjadi tren baru dikalangan masyarakat umum. Media sosial merupakan bentuk penyelidikan akademik dan kemajuan teknologi yang paling umum di bidang komunikasi. Menggunakan media sosial tanpa perlu keahlian khusus cukup sederhana dan *user-friendly*. Menurut Ardiansah dan Maharani (2021), media sosial merupakan alat yang dapat digunakan untuk memfasilitasi interaksi antar pengguna dan memiliki kemampuan komunikasi dua arah. Ini juga sering digunakan untuk membangun identitas atau profil online seseorang dan dapat dimanfaatkan oleh bisnis sebagai sumber berita dan informasi. Sebaliknya, Hunsinger dan Sentf (2014) menjelaskan bahwa media sosial adalah jenis layanan informasi dinamis yang dirancang untuk mempromosikan interaksi sosial, pembangunan komunitas, lingkungan kerja kolaboratif, dan kerja sama tim.

Instagram adalah platform jejaring sosial paling populer saat ini dan masih terus meningkat popularitasnya di kalangan masyarakat umum, khususnya di kalangan masyarakat mahasiswa. Dalam penelitian “Peninjauan Pemanfaatan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang dengan Teori Uses and Gratifications”, mahasiswa sebagai pengguna aktif jejaring sosial dilaporkan paling sering menggunakan Instagram

(sekitar 90,91 persen). Adapun tujuan mahasiswa dalam penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi sebanyak 94%, mendapatkan informasi 84% serta melakukan interaksi sekitar 71%. Instagram telah menjadi platform jejaring sosial yang populer karena pengguna dapat berbagi informasi pribadi menggunakan format visual. Sebenarnya, Instagram berfungsi sebagai buku harian dimana berisi rekaman foto visual bagi penggunanya, hal tersebut memudahkan untuk dapat berbagi foto yang mereka sukai kapan dan dimana saja. Instagram dan media sosial lainnya adalah hasil dari apa yang terjadi secara lokal.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif sehingga para partisipan dapat mendeskripsikan bagaimana media sosial di Instagram digunakan untuk mendapatkan beberapa validitas dan representasi dari media sosial tersebut. Menurut Sugiyono (2018), penelitian deskriptif dilakukan untuk memahami nilai sebenarnya dari suatu variabel, baik variabel tunggal maupun beberapa serta tidak melakukan komparasi dengan variabel lainnya. Metode data deskriptif yang disajikan di sini dimaksudkan untuk mendeskripsikan, mengilustrasikan, dan menjelaskan berbagai kondisi, situasi, sudut pandang, dan fenomena sosial yang umum dialami pengguna Instagram. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari wawancara langsung dengan informan diikuti dengan data sekunder berupa kuesioner dan hasil studi pustaka terkini.

## **PEMBAHASAN**

Media sosial yang merupakan media online dengan fokus sosial, mendorong orang untuk menjalin hubungan dengan orang-orang terdekat dan di belahan dunia lain. Media sosial adalah sebuah platform yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan dirinya kepada orang lain, terlibat dalam percakapan, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menciptakan lingkungan sosial virtual melalui internet (Andlika 2019). Media sosial banyak digunakan untuk membangun jejaring. Keberadaan media sosial dengan kemajuan teknologi menjadikan jarak terasa begitu dekat. Dengan perkembangan teknologi memperjelas dunia yang sesungguhnya sangat luas dan seakan tidak batasan. Kesempatan yang diberikan oleh media sosial dengan bantuan teknologi yang semakin

dahsyat membantu penggunanya untuk menciptakan identitas virtual yang mereka inginkan mendorong pengguna untuk menghadirkan citra diri yang positif. Kehadiran media sosial dikalangan mahasiswa, menjadikan tidak adanya lagi ruang privat. Mereka tidak ragu untuk mengunggah segala kegiatan pribadi mereka dalam bentuk foto visual melalui media sosial untuk membangun sebuah identitas diri. Identitas merupakan faktor penting dalam setiap populasi yang memiliki jumlah anggota yang besar. Identitas terdiri dari segala informasi yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi seseorang, termasuk ciri fisik, ras, warna kulit, bahasa yang digunakan dan faktor psikologis lainnya yang semuanya digunakan untuk membentuk identitas seseorang. Identitas mencakup semua aspek diri seseorang yang dapat mereka diskusikan secara terbuka dan jujur tentang diri - mereka, termasuk status, nama, kepribadian dan lain-lain Klap (Berger, 2010: 125). Sedangkan analisis hasil survei Kamalia Fitri (2020), berpandangan bahwa teori identitas dapat menjadi titik awal yang berguna untuk menentukan apakah pengguna Instagram menggunakan identitas asli mereka atau tidak.

Orang-orang di Instagram dapat mengungkapkan keinginan mereka untuk dilihat apa adanya, untuk diakui seperti itu, dan bahkan untuk memiliki dunia yang terlihat seperti milik mereka. Mereka dapat memutuskan segalanya dengan menggunakan citra visual. Foto adalah satu-satunya jenis komunikasi visual yang belum dihentikan. Media sosial Instagram merupakan tempat seseorang dapat memperlihatkan apapun yang mereka inginkan tanpa batasan waktu dan tempat. Setiap gambar yang diposting di Instagram dengan tujuan menciptakan "kenyataan" sesuai dengan keinginan pengguna aplikasi.

Gambar sederhana dapat dengan mudah mengungkapkan identitas yang hanya dapat dilihat melalui pandangan visual. Oleh karena itu, orang-orang yang menggunakan foto mereka sendiri di media sosial seringkali menganggap gambar-gambar tersebut sebagai jenis media yang paling "membangun realitas" sesuai dengan tujuan penggunaan foto untuk mengidentifikasi dan merepresentasikan diri mereka. Begitu juga yang dilakukan mahasiswa Universitas Sumatera Utara (USU) berdasarkan hasil dari wawancara dan sebaran kuesioner yang sudah saya bagikan bahwa dalam prakteknya mahasiswa USU kerap sekali memanfaatkan media sosial instagram untuk memposting foto pada akun instagramnya untuk membangun realitas atau keadaan nyata sesuai dengan apa yang mereka inginkan sehingga akan menghasilkan sebuah representasi identitas akan dirinya.

Dari hasil wawancara dan kuesioner para mahasiswa USU juga kerap kali memposting foto atau cerita pada instagram *story* dengan pesona dan cara yang berbeda sehingga mengundang perhatian dari pengguna lain. Orang-orang yang menggunakan Instagram merasa dengan mengunggah foto-foto diri yang berbeda dan tidak banyak dilakukan oleh orang lain, menjadikan akun yang mereka miliki berbeda dengan akun orang-orang pada umumnya. Contohnya saja Informan YS yang merupakan mahasiswa USU, dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, informan menuturkan dalam memposting sebuah foto di instagram harus penuh dengan ketelitian. Informan menuturkan bahwa dalam sebuah foto diri atau cerita yang ia posting ke akun instagramnya harus penuh dengan nilai keestetikan. Sebelum ia memposting foto tersebut ia akan melakukan pengeditan yang semaksimal mungkin pada foto tersebut sehingga dengan caranya mempresentasikan dirinya dengan cara berbeda.

Hal ini juga sejalan dengan teori Dramaturgi yang tidak dapat lepas dari pengaruh teori *The looking Glass Self* dari Charles Horton Cooley. Cooley melihat dalam interaksi sosial manusia seakan-akan menaruh cermin dihadapannya. Dimana YS sebagai informan dalam penelitian ini membuat akun pertama sebagai panggung depan untuk mempresentasikan dirinya. Pada panggung depan ini informan hanya akan menampilkan sisi terbaik dari dirinya sendiri. Representasi adalah konsep buatan yang digunakan dalam bahasa lisan. Ini adalah hubungan antara konsep dan bahasa yang menggambarkan suatu objek, seseorang, atau mungkin dunia nyata atau peristiwa hipotetis. Representasi dapat digambarkan sebagai bagaimana kita mempekerjakan atau menyampaikan kepada orang lain sepotong informasi tertentu dalam bahasa lain (Stuart Hall (1997:15). Hal tersebut juga menjadi cara untuk mendapatkan sebuah validasi dari teman-teman dan lingkungannya bahwa ia adalah orang yang memiliki nilai keestetikan atau keindahan melalui foto diri.

Konsep ini selaras dengan dengan Teori Uses and Gratifications, berpandangan bahwa orang memanfaatkan media berdasarkan motif yang dominan, dengan adanya motif tersebut menjadi penjelasan mengapa seseorang menggunakan media tersebut. Penggunaan tema terkait yang disukai setiap pengguna berbeda, dan motif itu sendiri dapat digunakan dalam berbagai cara. Banyak yang diperjelas dengan penerapan teori kegunaan dan kepuasan, dan banyak alasan diberikan mengapa konsumen menggunakan

dan menikmati media sosial, yakni adanya motif untuk mendapatkan kesan atau representasi sebagai orang yang estetik menjadi motif menggunakan media Instagram melalui unggahan foto visual. Tidak hanya disitu saja, orang-orang yang menggunakan instagram dengan tujuan agar orang lain dapat mengetahui identitas personal seseorang seperti apa. Melalui media sosial Instagramnya mereka dapat menunjukkan kepribadiannya. Melalui unggahan foto yang kita upload orang lain dapat melihat dan menyimpulkan kepribadian kita sendiri. Hal ini memudahkan kita untuk tidak perlu mengenalkan diri kita seperti apa.

Instagram adalah platform media sosial yang berfungsi sebagai tempat untuk mendapatkan validasi dari orang lain. Fitur *like* dan *comment* Instagram merupakan dualitas yang tidak bisa diungkapkan. Dalam kasus kedua, sangat penting untuk menekankan pentingnya meningkatkan interaksi pengguna-pengguna. Tanpa kehadiran fitur *like*, kita tidak tau dan tidak dapat melihat seberapa banyak orang yang menyukai foto kita di Instagram. Tanpa basa-basi, ruang komunitas berbahasa maya terbuka untuk komunikasi. Namun terlepas dari segalanya, ada lebih banyak orang yang menikmati foto kami daripada hanya sebagian kecil. Namun, ada yang lebih dari itu, seperti berpikir positif, gigih, dan memiliki sikap yang kuat terhadap apa pun yang diucapkan.

Jika foto yang kita posting mendapat banyak suka, kita merasa puas karena kita tahu apa yang terbaik dan paling populer. Jika Anda menerima komentar yang membangun, seperti ucapan terima kasih, ucapan selamat, dan sejenisnya. Kita juga bisa mendapatkan perhatian, terima kasih, dan persetujuan. Misalnya, berswafoto tidak hanya dilakukan untuk mengubah gambar Anda, tetapi ada juga kecenderungan untuk melihat sisi terbaik Anda saat mengenakan gaun. Tentunya, ketika kami mengambil foto itu, kami sedikit khawatir orang lain akan menganggap kami "menarik" karena apa yang ada dalam pikiran kami. Dalam situasi ini, meski foto yang dimaksud telah mendapat pujian dan komentar positif dari orang-orang yang melihatnya, namun tetap ada "kepuasan" dan "kenikmatan" yang perlu diakui. Mengingat segala sesuatu yang kita lakukan kita lakukan sesuai dengan yang kita harapkan.

Konsep identitas telah menjadi aspek penting dari internet karena memunculkan bentuk identitas lain dari yang ada di dunia nyata hingga saat ini. Padahal identitas *offline* memiliki beberapa kemiripan dengan identitas internet. Namun internet telah membawa perubahan signifikan dalam mendefinisikan dan menciptakan identitas. Sesuai dengan

ungkapan “Mode replikasi identitas dalam masyarakat tontonan”, seseorang akan secara bersamaan mengungkapkan identitasnya jika respon diberikan pada foto dirinya. Menurut asumsi sebelumnya, seseorang kemungkinan besar akan cukup yakin akan identitasnya sendiri untuk mengatakan “Lagi dan Lagi”, jika presentasi karya sebelumnya berisi umpan balik dari orang-orang yang sudah melihat postingannya. Psikologis ini dimainkan oleh individu dengan citra visual. Munculnya era digital memungkinkan setiap orang yang bermain online memiliki alat yang diperlukan untuk membuat identitas tanpa menggunakan kata sandi. Mirip dengan fenomena *selfie* saat ini di platform media sosial seperti Instagram, foto *selfie* yang dibagikan secara online tidak hanya digunakan untuk menampilkan gambar diri penggunanya saja. Apa pun yang digambarkan dalam potret diri, berfungsi sebagai representasi visual dari pemilik akun jejaring sosial tersebut.

Instagram dipandang sebagai media sosial “panggung” yang menciptakan virtual reality bagi siapa saja yang ada di jejaringan tersebut karena landasan visualnya yang kuat. Mereka melakukan ini dengan memotret diri mereka sendiri agar menonjol dan dikenali sebagai "siapa", dan mereka bahkan dapat menyebut dunia sebagai "apa" dalam ekspresi mereka. Terbukti dengan melihat foto-foto para reporter yang dimuat dalam artikel ini, masing-masing memiliki ciri khas yang membuat mereka dapat dikenali. Mereka bersedia menunjukkan diri mereka secara profesional, bahkan mungkin kehadapan, pakaian ala maya agar terlihat sebagai kekuatan dominan di balik keragaman identitas virtual yang telah diciptakan oleh masyarakat umum untuk diri mereka sendiri secara online. Pasalnya, foto *selfie* yang diposting di situs media sosial seperti Instagram secara signifikan merusak reputasi pemilik akun di populasi maya yang lebih luas.

Keberadaan foto yang kita unggahlah yang kemudian menentukan banyak atau tidaknya interaksi dibandingkan dengan pengguna lainnya. Banyaknya like juga menjadi penilaian apakah foto yang kita unggah menarik atau tidak. Unggahan foto yang mendapatkan *like* dianggap sebagai foto yang menarik begitu juga sebaliknya. Pengguna Instagram dalam mengunggah foto di Instagram dengan tujuan untuk mendapatkan like yang banyak bukan untuk berbagi dengan orang lain (Brown, 2017). Hal ini terjadi dimana jumlah like pada suatu unggahan foto dianggap sebagai cara untuk memperoleh validasi dan citra diri pengguna Instagram. (Jang, Han, Shih & Lee, 2015).

Melalui unggahan foto di instagram kita dapat melihat bahwa foto yang dibagikan bukanlah hal yang mewakili identitas orang tersebut. Karena sebuah foto dapat mengungkapkan identitas seseorang, menggunakan foto yang telah diunggah ke instagram mungkin dapat menimbulkan tanggapan dari pengguna. Akhirnya muncullah istilah baru yaitu *Instagram Management* untuk berdasarkan fenomena yang sering terjadi di dunia maya. *Instagram Management* adalah praktik yang dilakukan setiap orang untuk membantu mereka mencapai representasi terbaik dari diri mereka di Instagram. Seseorang akan mengunggah foto yang memungkinkan mereka membangun citra seperti yang mereka inginkan di Instagram. Instagram digunakan sebagai tempat untuk mempresentasikan diri atau untuk memperlihatkan eksistensi penggunanya. Sehingga apa yang diperlihatkan di Instagram melalui unggahan sebuah foto bisa sangat mewakili penggunanya di dunia nyata. Namun, orang-orang di Instagram juga dapat mengkonstruksikan identitas yang sama sekali berbeda dengan apa yang ada di dunia nyata.

Seseorang yang berada dalam dunia virtual adalah individu yang memiliki dua kemungkinan yaitu, bisa sama atau berbeda dengan dengan identitas dalam dunia nyata. (Rulli Nasrullah, 2012:130). Pengguna Instagram dapat dengan mudah menampilkan diri dalam akun media sosial mereka. Mereka akan menampilkan dirinya sebaik mungkin agar mendapat penilaian dari orang lain. Orang-orang di Instagram juga menjadikan instagram mereka sebagai sumber daya visual dan membangun hal yang baru, unik, dan lebih baik dari realitas yang ada. Mereka adalah orang-orang yang terjebak dalam keadaan hiperrealitas yang pada akhirnya menjadikan mereka untuk menemukan kembali diri mereka sendiri, terlepas dari ketidaksesuaian antara realitas dunia nyata dan apa yang dibagikan di dunia maya. Karena itu, mengidentifikasi pemilik foto di media sosial menjadi sulit karena identitas yang ditunjukkan dalam dunia virtual bukanlah realitas sebenarnya. Dan pada akhirnya, kami sampai pada kesimpulan bahwa representasi identitas yang muncul di media sosial melalui unggahan foto adalah noda dari semua realitas.

## **KESIMPULAN**

Perkembangan teknologi yang semakin maju menjadikan setiap individu dapat melakukan komunikasi tanpa ada batasan melalui media sosial Instagram. Media sosial



Instagram merupakan platform yang menjadi paling banyak disukai masyarakat terutama kalangan mahasiswa karena didalam instagram penggunaanya dapat membagikan kehidupan pribadi mereka dalam bentuk visual. Instagram menjadi media tempat para penggunaanya dapat mengupload foto apapun yang mereka inginkan, tanpa ada batasan waktu, tempat maupun lokasi. Media sosial instagram kerap kali dijadikan sebagai tempat merepresentasikan diri melalui bentuk foto diri yang mereka tampilkan pada instagramnya. Dalam merepresentasikan dirinya para mahasiswa berusaha untuk tampil beda dari pengguna instagram lainnya baik itu dari foto-foto yang mereka tampilkan bahkan keseharian mereka yang diusahakan tampil berbeda dari penggunaanya lainnya, diharapkan dengan ini mereka akan mendapatkn sebuah validasi dari pengguna lain. Menurut mereka validasi ini cukup penting sebagai bentuk pengakuan dari orang lain bahwa mereka adalah yang terbaik melalui unggahan baik foto, *story* maupun unggahan-unggahan lainnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, S., Sagiyanto, A., & Kussanti, D. P. 2022. Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Self Disclosure Pada Akun Instagram@ Sacessahci. *Komunikata* 57, 3(2), 100-106.
- Akbar, N. F., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja. *Simpaty: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Bahasa*, 1(3), 98-112.
- Alqiva, A., & Gautama, M. I. (2021). Representasi Diri Melalui Instagram oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 4(4), 542-554.
- Alyusi, S. D. 2019. *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.
- Astuti, Y. D. 2015. Dari simulasi realitas sosial hingga hiper-realitas visual: tinjauan komunikasi virtual melalui sosial media di cyberspace. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Ayun, P. Q. 2015. Fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. *Jurnal Channel*, 3(2), 1-16.
- Dewi, R., & Janitra, P. A. 2018. Dramaturgi dalam media sosial: Second account di Instagram sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 7(1), 340-347. 2
- Firdaus, Ashari & Amaliah 2023. Dampak Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup (Studi Kasus Pada Mahasiswa FIS-H UNM) (Vol.4No.2 Maret 2023) Ginting, Aprilésya Echa (2023, Februari 21). Wawancara Pribadi

- Prihatiningsih, W. 2017. Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Putri, E. 2016. Foto diri, representasi identitas dan masyarakat tontonan di media sosial Instagram. *Jurnal pemikiran sosiologi*, 3(1), 80-97.
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. 2019. Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share: Social Work Journal*, 9(1), 10-19.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. 2018. Penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501.
- Saputra, A. 2019. Survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa kota padang menggunakan teori uses and gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207-216. 1
- Savitri, D. A. 2019. *Makna Perhatian Dari Fitur Like Dan Komentar Di Ruang Media Sosial Instagram Pada Pengguna Mahasiswa* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Untirta. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 6(1), 10-20.