

# Multiple Identity pada Akun Instagram Nano Celebrity Sidoarjo

By:

**Irma Fahriza Ifanisari**

Dosen Pembimbing:

**Dr. Poppy Febriana, S.Sos., M.Med.kom**

**Study Program of Communication Studies Universitas Muhammadiyah**

**Sidoarjo Juli, 2025**

# Latar Belakang Masalah

- Dominasi Instagram sebagai Ruang Pembentukan Identitas: Instagram telah menjadi platform utama bagi individu untuk membangun dan memamerkan citra diri serta beragam identitas mereka melalui konten visual.
- Peran Unik Nano Celebrity Lokal: Nano celebrity di Sidoarjo, dengan jumlah pengikut terbatas namun interaksi tinggi, memiliki pengaruh signifikan dalam komunitasnya dan sering dianggap lebih otentik.
- Tantangan Pengelolaan Berbagai Identitas: Para nano celebrity ini dihadapkan pada tuntutan untuk menampilkan multiple identity (pribadi, profesional, sosial) secara seimbang agar tetap relevan dan dipercaya audiens.
- Relevansi Penelitian terhadap Fenomena Digital: Studi ini penting untuk memahami bagaimana multiple identity dikonstruksi secara sadar dan strategis oleh nano celebrity di ruang digital Instagram.

# Teori yang digunakan

Teori Manajemen Identitas (Identity Management Theory) yang dikemukakan oleh Tadasu Todd Imahori & William R. Cupach. Menjelaskan bagaimana hubungan interpersonal membentuk, mempertahankan, dan mengubah identitas seseorang.

Tiga Dimensi Utama Identitas:

1. Personal Identity: Citra diri dan karakteristik individu sebagaimana dilihat oleh diri sendiri
2. Relational Identity: Identitas yang terbentuk melalui interaksi interpersonal dan mencerminkan cara individu membangun hubungan dengan orang lain.
3. Communal Identity: Identitas yang dikonstruksi berdasarkan keanggotaan dan afiliasi dalam kelompok sosial atau komunitas tertentu.

# Rumusan Masalah dan Tujuan

## Rumusan Masalah

Bagaimana nano celebrity di Sidoarjo merepresentasikan multiple identity di Instagram?

## Tujuan Penelitian

Menganalisis bagaimana nano celebrity di Sidoarjo merepresentasikan multiple identity mereka di Instagram.

# Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi.

Netnografi: Merupakan metode penelitian yang berfokus pada studi budaya dan komunitas yang terbentuk di lingkungan daring (online). Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati dan menganalisis perilaku, interaksi, dan konten yang dipublikasikan secara publik di platform media sosial, tanpa memerlukan interaksi langsung dengan subjek penelitian.

# Metode Penelitian

- Teknik Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui observasi dan analisis konten yang diunggah oleh subjek penelitian di Instagram, termasuk foto, video, caption, story, reels, dan feed, serta interaksi dalam kolom komentar.
- Subjek Penelitian: Dua akun nano celebrity asal Sidoarjo, yaitu @q\_annisa dan @siscaks04.
- Kriteria Subjek: Pemilihan subjek didasarkan pada jumlah pengikut (1.000-10.000), tingkat keterlibatan aktif dengan audiens, dan konsistensi dalam menampilkan berbagai peran identitas melalui konten mereka.

# Hasil

- Qhoirun Annisa (@q\_annisa): Fokus pada konten seputar kehidupan keluarga, peran sebagai ibu dan istri, serta berbagi edukasi dan momen kebersamaan yang hangat dan autentik.



# Hasil



- Sisca Chika (@siscaks04): Menampilkan konten sebagai food vlogger dengan ulasan kuliner, foto diri yang menonjolkan gaya personal, serta dokumentasi aktivitas hangout dan momen pribadi yang dinamis.

# Hubungan dengan Teori

Melalui analisis akun Instagram dua subjek penelitian, yaitu @q\_annisa dan @siscaks04, ditemukan berbagai pola dalam pengelolaan identitas mereka. Hal ini menunjukkan keterkaitan erat dengan relational identity, yaitu dimensi identitas yang terbentuk melalui interaksi interpersonal dan hubungan sosial. Relational identity membantu menjelaskan bagaimana nano celebrity menyesuaikan perilaku, gaya komunikasi, serta gambaran diri mereka berdasarkan ekspektasi pengikut dan jaringan sosial mereka di platform Instagram.

# Pembahasan

## **Identitas sebagai ibu, istri, food vlogger, dan figur sosial**

Nano celebrity di Sidoarjo secara aktif dan sadar mengonstruksi berbagai identitas yang saling melengkapi di platform Instagram. Mereka tidak hanya menampilkan satu sisi kehidupan, melainkan menunjukkan diri sebagai seorang ibu yang mengelola rumah tangga, seorang istri yang mendukung pasangan, seorang food vlogger yang berbagi konten kuliner, hingga seorang figur sosial yang berinteraksi dengan komunitasnya. Konstruksi identitas yang beragam ini dilakukan secara strategis, memanfaatkan berbagai fitur dan elemen visual Instagram untuk memperkuat setiap persona dan memenuhi ekspektasi audiens yang berbeda.

# Lanjutan Pembahasan

## Pemanfaatan Fitur Instagram

Ditemukan bahwa nano celebrity di Sidoarjo secara strategis memanfaatkan berbagai elemen visual dan fitur yang tersedia di Instagram untuk membangun dan memperkuat persona digital mereka yang beragam. Mereka tidak hanya mengunggah foto dan video, tetapi juga secara cermat menyusun caption yang relevan untuk mendukung narasi identitas. Konsistensi dalam penggunaan fitur seperti story (untuk interaksi real-time dan konten sehari-hari), reels (untuk konten video pendek dan kreatif), serta feed (untuk kurasi citra yang lebih terencana) memungkinkan mereka untuk menampilkan berbagai sisi identitas baik personal, profesional, maupun sosial secara kohesif dan menarik bagi pengikutnya.

# Lanjutan Pembahasan

## Keterlibatan Audiens

Penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan audiens merupakan faktor krusial dalam keberhasilan nano celebrity di Instagram. Hal ini dicapai melalui penyajian konten yang dapat terhubung langsung dengan pengalaman dan kehidupan sehari-hari pengikut, sehingga menciptakan rasa kedekatan dan relevansi. Selain itu, interaksi timbal balik yang aktif, baik melalui respons di kolom komentar maupun fitur story Instagram, menjadi kunci dalam membangun loyalitas dan memupuk kepercayaan di kalangan audiens. Melalui interaksi yang personal dan responsif, nano celebrity mampu membentuk ikatan emosional yang kuat dengan pengikutnya.

# Lanjutan Pembahasan

## **Representasi Sadar dan Terstruktur**

Hasil penelitian menegaskan bahwa representasi multiple identity yang ditampilkan oleh nano celebrity di Sidoarjo dilakukan secara sadar dan terstruktur. Artinya, mereka tidak semata-mata mengunggah konten secara acak, melainkan dengan perencanaan dan tujuan yang jelas untuk menampilkan berbagai sisi identitas mereka. Setiap persona yang ditunjukkan baik sebagai individu pribadi, profesional, atau anggota komunitas sosial disesuaikan dengan konteks serta ekspektasi audiens yang spesifik.

# Kesimpulan

- Kedua subjek penelitian, @q\_annisa dan @siscaks04, menampilkan identitas sebagai individu pribadi, profesional, sekaligus sebagai bagian dari komunitas sosial, yang masing-masing disesuaikan dengan konteks dan ekspektasi audiens.
- Nano celebrity bukan sekadar pengguna media sosial pasif, melainkan aktor strategis yang secara aktif membentuk dan mengelola citra diri mereka di ruang digital, khususnya Instagram, melalui representasi multiple identity yang sadar dan terstruktur.
- Penelitian ini memberikan pemahaman baru mengenai dinamika pembentukan identitas di era digital, sekaligus menegaskan peran krusial media sosial sebagai platform utama dalam proses tawar-menawar dan representasi identitas diri individu.

