

## Multiple Identity on Nano Celebrity Instagram Account Sidoarjo Multiple Identity pada Akun Instagram Nano Celebrity Sidoarjo

Irma Fahriza Ifanisari<sup>1)</sup>, Poppy Febriana<sup>\*2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: [Poppyfebriana@umsida.ac.id](mailto:Poppyfebriana@umsida.ac.id)

**Abstract.** *Social media, especially Instagram, has become a strategic space for nano celebrities to present and manage multiple identities simultaneously. This study aims to analyze how the concept of multiple identities is presented by nano celebrities in Sidoarjo. Using a qualitative approach through netnography method and identity management theory from Imahori and Cupach, this study found that subjects such as @q\_annisa and @siscaks04 actively construct identities as mothers, wives, food vloggers, and complementary social figures. They utilize visual elements such as photos, videos, captions, and Instagram features such as stories, reels, and feeds consistently to strengthen their diverse digital personas. In addition, research shows that the presentation of content that can be connected to the audience's experience, as well as mutual interaction with the audience through comments and stories are key factors in building loyalty and trust among followers. @q\_annisa and @siscaks04, present identities as private individuals, professionals, as well as part of a social community, each of which is tailored to the context and expectations of the audience. The results of this study confirm that the representation of multiple identities is done consciously and structurally, making nano celebrities not only as media users, but also as strategic actors in shaping their image.*

**Keywords:** *Instagram, Multiple Identity, Nano Celebrity, Identity Management Theory*

**Abstract.** *Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi ruang strategis bagi nano celebrity untuk mempresentasikan dan mengelola berbagai identitas secara simultan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konsep multiple identity ditampilkan oleh nano celebrity di Sidoarjo. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode netnografi dan teori manajemen identitas dari Imahori dan Cupach, penelitian ini menemukan bahwa subjek seperti @q\_annisa dan @siscaks04 secara aktif mengonstruksi identitas sebagai ibu, istri, food vlogger, hingga figur sosial yang saling melengkapi. Mereka memanfaatkan elemen visual seperti foto, video, caption, serta fitur Instagram seperti story, reels, dan feed secara konsisten untuk memperkuat persona digital yang beragam. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa penyajian konten dapat dihubungkan dengan pengalaman audiens, serta interaksi timbal balik dengan audiens melalui kolom komentar dan fitur cerita (story) merupakan faktor-faktor kunci dalam membangun loyalitas dan kepercayaan di kalangan pengikut. @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. Hasil dalam penelitian ini menegaskan bahwa representasi multiple identity dilakukan secara sadar dan terstruktur, menjadikan nano celebrity bukan hanya sebagai pengguna media, tetapi juga sebagai aktor strategis dalam membentuk citra diri di ruang digital.*

**Kata Kunci –** *Instagram, Multiple Identity, Nano Celebrity, Teori Manajemen Identitas*

## I. PENDAHULUAN

Keberadaan media baru, menurut John Vivian, seperti internet, memiliki kemampuan untuk melampaui cara media tradisional menyebarkan pesan, sifat internet yang dapat berinteraksi mengaburkan batas geografis dan kemampuan untuk berinteraksi secara real time [1]. Perkembangan media sosial, terutama Instagram, telah mengubah cara individu mengekspresikan identitas dan membangun citra diri [2]. Sejak diluncurkan, Instagram telah menjadi platform dominan yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi video dan foto, serta berinteraksi dengan audiens secara langsung. Lebih dari satu miliar pengguna aktif di seluruh dunia, Instagram bukan hanya platform hiburan, tetapi juga alat penting untuk membangun identitas sosial dan personal [3].

Salah satu aspek kunci dari Instagram adalah elemen visualnya. Platform ini menekankan pada penggunaan gambar dan video untuk menarik perhatian audiens. Pengguna dapat memilih filter, mengedit foto, dan menciptakan narasi visual yang mencerminkan identitas mereka. Melalui konten visual yang menarik, individu dapat mengekspresikan diri mereka dengan cara yang lebih kuat dibandingkan dengan teks semata [4]. Fitur *real time* seperti *story* Instagram memperkuat keterikatan emosional dengan audiens dan memungkinkan respons cepat terhadap tren atau isu terkini.

Instagram sebagai media baru memungkinkan interaksi langsung dengan audiens dan telah menjadi platform utama bagi individu untuk membangun dan menampilkan identitas mereka, termasuk bagi nano celebrity pengguna dengan pengaruh terbatas namun signifikan dalam komunitas tertentu [5]. Hal ini dapat mendukung nano celebrity untuk membangun *multiple identity* sesuai kebutuhan audiens. Dengan kemampuan ini, mereka dapat menampilkan berbagai sisi identitas diri sesuai preferensi pengikutnya.

*Nano celebrity* adalah orang dengan sedikit pengikut di Instagram, biasanya antara seribu hingga sepuluh ribu. Nano celebrity dikenal karena tingkat interaksi yang tinggi dan hubungan yang lebih dekat dengan audiensnya, meskipun jumlah pengikutnya tidak sebanyak selebritas atau influencer arus utama. Mereka dianggap lebih asli dan dekat karena memiliki kedekatan emosional, kepercayaan, dan kekuatan sosial yang kuat. Akibatnya, banyak merek dan organisasi yang melihat ke dalamnya untuk bekerja sama dengan mereka dalam upaya yang lebih spesifik dan produktif.

Mereka sering kali berasal dari latar belakang lokal dan memiliki pengaruh yang nyata dalam lingkup komunitas tertentu, seperti di Sidoarjo. Kehadiran mereka tak hanya sekadar sebagai pengguna aktif media sosial, tetapi juga sebagai representasi dari gaya hidup, nilai, atau identitas yang dekat dengan keseharian audiens. Nano celebrity memanfaatkan platform Instagram bukan hanya untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga sebagai ruang untuk membentuk citra diri yang terasa jujur dan relevan. Melalui konten-konten yang sederhana tetapi bermakna seperti cerita sehari-hari, aktivitas lokal, hingga gaya berpakaian mereka mampu membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya, menciptakan relasi yang lebih personal dan mudah diasosiasikan dengan pengalaman nyata para audiens [6].

Dalam mengelola identitas mereka di dunia digital, nano celebrity dihadapkan pada tantangan yang tidak sederhana. Mereka tidak hanya menampilkan satu peran saja dalam kehidupan digitalnya, melainkan harus mampu menunjukkan berbagai sisi diri secara bersamaan sebagai orang biasa, sosok profesional, sekaligus figure public yang menjadi sorotan. Di platform seperti Instagram, mereka dituntut untuk menjaga keseimbangan antara sisi personal yang bersifat privat, kehidupan sosial yang terbuka untuk interaksi, dan peran profesional yang membutuhkan citra tertentu.

Tantangan muncul ketika mereka harus membagi porsi dari setiap peran tersebut secara bijak, agar tidak kehilangan keaslian diri dan tetap bisa diterima oleh berbagai jenis audiens yang mengikuti mereka. Nano celebrity harus memiliki standar yang ketat untuk membangun narasi diri mereka dalam situasi seperti ini sehingga mereka dapat memenuhi harapan tanpa terlihat berpura-pura atau kehilangan keaslian mereka, yang merupakan daya Tarik utama mereka.

Dengan audiens yang berasal dari berbagai latar belakang dan memiliki harapan yang berbeda-beda, tantangan tersebut semakin terasa. Teman dekat mungkin lebih menyukai unggahan yang sederhana dan apa adanya. Sementara pengikut yang tidak terlalu dekat atau akrab lebih tertarik pada konten yang lebih artistic, inspiratif, atau informatif.

*Multiple identity* menjadi salah satu fenomena ketika seseorang memiliki dan menampilkan lebih dari satu identitas dalam kehidupan sosialnya, termasuk di dunia digital. Dalam Instagram, *nano celebrity* sering kali memainkan berbagai peran dan menampilkan identitas yang berbeda tergantung pada situasi, audiens, dan tujuan komunikasi mereka. Fenomena *multiple identity* pada *nano celebrity* Sidoarjo dalam Instagram mereka tetap menampilkan sisi kehidupan pribadi agar terlihat autentik di mata audiens. Namun juga menunjukkan diri sebagai influencer, pebisnis (Brand Ambassador) dan sebagai anggota komunitas tertentu.

Penelitian mengenai *multiple identity* pada akun Instagram nano celebrity asal Sidoarjo memiliki nilai penting, baik untuk pengembangan teori maupun dalam penerapannya di dunia nyata. Secara akademis, riset ini memberikan

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

kontribusi pada kajian budaya visual dan pemanfaatan media sosial, khususnya dalam mengungkap bagaimana identitas individu dapat dibentuk dan dipresentasikan secara dinamis di ruang digital. Instagram sebagai media yang mengedepankan visual, memberikan ruang bagi para nano celebrity untuk mengeksplorasi dan menampilkan beragam sisi identitas mereka, sesuai dengan situasi, audiens, dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai [7].

Lewat unggahan berupa foto, caption, story, hingga reels, mereka tak sekadar membagikan keseharian, tetapi juga secara halus membangun citra diri yang ingin mereka tampilkan di hadapan publik. Penelitian ini memberikan pemahaman baru tentang bagaimana proses pembentukan identitas itu terjadi, sekaligus menunjukkan peran media sosial sebagai ruang yang krusial dalam proses tawar-menawar identitas di era digital saat ini.

Pemilihan subjek penelitian dilakukan melalui tahap pengelompokan berdasarkan jumlah pengikut (followers) Instagram dalam rentang seribu hingga sepuluh ribu, keterlibatan aktif dengan audiens melalui komentar dan interaksi, serta konsistensi dalam mengunggah konten yang menerapkan berbagai peran identitas seperti sebagai individu, influencer, pelaku usaha, dan bagian dari komunitas lokal. Dari pengelompokan tersebut, peneliti menetapkan dua akun yang memenuhi kriteria sebagai nano celebrity di Sidoarjo, yakni Qhoirun Annisa dan Sisca Chika.

Keduanya menampilkan konten yang konsisten, autentik, serta menggambarkan dinamika multiple identity yang mencakup sisi personal, profesional, dan sosial secara simultan melalui elemen visual dan narasi yang terstruktur. Identitas mereka mencakup berbagai aspek, mulai dari kehidupan personal hingga profesional, yang harus dikelola secara strategis untuk menarik perhatian audiens sekaligus memenuhi ekspektasi pengikut dari berbagai latar belakang. Melalui penggunaan elemen visual, seperti foto dan video.

Artikel ini menggunakan metode netnografi yang tidak mengharuskan melakukan penelitian secara langsung dengan subjek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan *identity management theory* yang dikembangkan oleh Tadasu Todd Imahori dan William R. Cupach. Dalam buku [8], *identity management theory* ini menjelaskan bagaimana hubungan membentuk, mempertahankan, dan mengubah identitas. Pada konteks *multiple identity nano celebrity*, mereka sering kali menampilkan identitas yang berbeda untuk memenuhi harapan berbagai kelompok. Seperti pada audiens umum mereka mungkin menampilkan diri sebagai figure public yang profesional atau estetik. Sedangkan dikalangan teman dekat mereka mungkin menunjukkan sisi yang lebih personal.

Penelitian terdahulu yang ditulis oleh Ajeng Jastika D.K.C pada tahun 2021 dengan judul “*Analisis strategi Impression Management dalam Membentuk Personal Branding Selebgram melalui Media Sosial Instagram*” menjelaskan bagaimana selebgram memanfaatkan fitur Instagram seperti caption, hastag, feed layout, dan IG Stories untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan memperluas visibilitas mereka. Meskipun fokusnya pada selebgram, konsep dan temuan yang diuraikan dapat diaplikasikan pada nano celebrity dalam konteks manajemen identitas dan strategi akun Instagram [9].

Selanjutnya dari skripsi Shinta Angeline (2023) yang berjudul “*Perilaku Pencarian Informasi Beauty Reviewer Nano Influencer dalam Membuat Konten Kecantikan di Twitter*” berfokus pada nano influencer, khususnya dalam perilaku individu dengan jumlah pengikut terbatas. Meskipun platform yang digunakan berbeda yaitu Twitter namun sama saja dengan Instagram, keduanya memiliki prinsip dasar interaksi digital yang serupa [10].

Selain itu, dalam artikel yang berjudul “*Analisis Peran Media Sosial dalam Membentuk Identitas Nasional Generasi Milenial di Indonesia*” yang ditulis oleh [11] membahas peran media sosial dalam membentuk identitas. Dalam artikel tersebut mengkaji bagaimana media sosial memengaruhi pembentukan identitas nasional generasi milenial. Hal ini relevan dengan konsep multiple identity, yang di mana media sosial berfungsi sebagai ruang ekspresi dan gambaran tentang identitas nano celebrity.

Rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada bagaimana bentuk gambaran multiple identity yang dilakukan oleh nano celebrity di Instagram. Fenomena ini menjadi penting karena para nano celebrity, meskipun memiliki jumlah pengikut yang relatif sedikit, mampu memengaruhi komunitas lokal mereka melalui konten yang mencerminkan berbagai sisi kehidupan, seperti identitas pribadi, profesional, sosial, dan sebagai influencer. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi bagaimana *nano celebrity* di Sidoarjo menampilkan *multiple identity* melalui elemen visual di Instagram, seperti foto, video, dan caption yang mencerminkan berbagai aspek kehidupan mereka.

## II. METODE

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode netnografi untuk menganalisis fenomena *multiple identity nano celebrity* di Instagram. Netnografi adalah bentuk penelitian kualitatif yang berkenaan dengan pemahaman jejak digital, praktik, dan pengalaman budaya yang mencakup dan tercermin dalam sistem jejak daring [12], yang memungkinkan eksplorasi mendalam tanpa memerlukan interaksi langsung dengan subjek penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi jejak digital terkait nano celebrity sidoarjo, melalui akun Instagram [13]. Peneliti mengamati berbagai bentuk unggahan, interaksi dengan pengikut, serta pemanfaatan fitur seperti Stories dan Reels untuk memahami bagaimana multiple identity ditampilkan dan dikelola. Data diperoleh dengan mendokumentasikan konten berupa postingan, caption, hashtag, komentar, serta unsur visual seperti tata letak feed, pilihan warna, dan gaya fotografi. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang

mendalam mengenai dinamika identitas akun di ruang digital, tanpa melibatkan interaksi langsung dengan subjek. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada beberapa akun nano celebrity di Sidoarjo selama tahap pra-penelitian, peneliti kemudian memilih dua akun yang dinilai paling relevan. Pemilihan ini didasarkan pada kesesuaian konten, konsistensi unggahan, serta tingkat keterlibatan audiens yang mencerminkan praktik *multiple identity* secara nyata.

Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati dan menganalisis aktivitas *nano celebrity* lewat postingan Instagram dari bulan Januari 2025 sampai bulan maret 2025. Nano celebrity tersebut yaitu seperti @q\_annisa, dan @siscaks04, mereka sebagai bagian dari komunitas virtual. Pemilihan metode ini didasarkan pada relevansinya dalam memahami konstruksi identitas dan strategi yang mereka gunakan untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan audiens mereka di platform visual seperti Instagram.

Selama periode observasi, akun @q\_annisa memiliki total 30 unggahan *Instagram Story* dan 7 postingan pada *feed* dan *reels*, sementara akun @siscaks04 memiliki 35 unggahan *Instagram Story* dan 20 *postingan* pada *feed* dan *reels*. Namun, tidak seluruh unggahan dianalisis dalam penelitian ini. Peneliti hanya meneliti sebagian unggahan yang secara eksplisit menunjukkan konsep *multiple identity*. Pemilihan sebagian unggahan ini bertujuan untuk menjaga kedalaman analisis dan relevansi temuan, tanpa mengurangi cakupan pemahaman terhadap praktik manajemen identitas yang dilakukan oleh para *nano celebrity*.

Penelitian ini akan dibahas dengan menggunakan teori manajemen identitas (*identity management theory*) yang dikembangkan oleh Tadasu Todd Imahori dan William R. Cupach. Teori manajemen identitas akan membantu menjelaskan bagaimana mereka mengatur dan memelihara identitas yang berbeda dalam berbagai konteks sosial [14]. *Identity Management Theory* terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu: **personal identity** yang mencerminkan citra diri dan karakteristik individu sebagaimana dilihat oleh diri sendiri, **relational identity** yang terbentuk dalam interaksi interpersonal dan mencerminkan bagaimana individu membangun hubungan dengan orang lain, serta **communal identity**, yaitu identitas yang dikonstruksi berdasarkan keanggotaan dan afiliasi dalam kelompok sosial atau komunitas tertentu [15].

Ketiga dimensi ini saling berinteraksi dan dapat saling memperkuat atau bahkan menimbulkan konflik, terutama ketika individu harus menampilkan berbagai sisi dirinya secara bersamaan di ruang digital seperti Instagram. Oleh karena itu, teori ini digunakan untuk mengkaji bagaimana nano celebrity di Sidoarjo menampilkan *multiple identity* dan strategi yang mereka gunakan untuk menjaga keseimbangan antara identitas pribadi, hubungan sosial, dan keterlibatan dalam komunitas daring.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa nano celebrity Instagram di Sidoarjo memiliki cara berbeda dalam mengelola identitas mereka secara daring di media sosial. Identitas digital, atau identitas daring, merupakan gambaran seseorang di dunia maya yang mencakup segala informasi dan data yang berhubungan dengan individu tersebut di internet (Amiruddin & Febriana, 2025). Mereka menyesuaikan cara berkomunikasi dan menampilkan diri sesuai dengan tujuan masing-masing akun. Beberapa memilih untuk memisahkan identitas pribadi dan profesional, sementara yang lain mencampurkannya dengan tetap menjaga citra tertentu. 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.

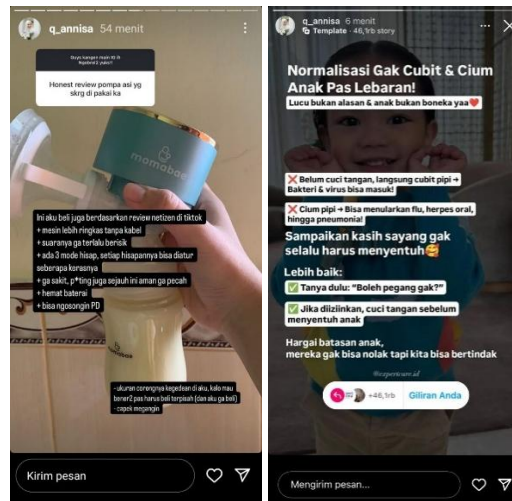
#### Qhoirun Annisa “Love, Life, and Motherhood”

Pemilik akun Instagram @q\_annisa, Qhoirun Annisa berhasil membangun identitas digital yang kuat dengan fokus pada topik-topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti cinta, keluarga, dan peran seorang ibu. Lewat konten-konten yang ia bagikan, ia tidak hanya menampilkan sisi hangat kehidupan rumah tangga, tetapi juga berbagi pengalaman seputar perjalanan kehamilan, serta tantangan dan kebahagiaan yang datang bersama perannya sebagai seorang ibu dan istri.

Sebagai seorang ibu, Qhoirun Annisa mempresentasikan dirinya sebagai sosok penuh kasih sayang dan perhatian terhadap keluarga. Ia dengan tulus membagikan pengalaman pribadinya dalam merawat anak pada *instagram story* nya serta memberikan edukasi tentang perawatan bayi kepada para pengikutnya. Konten-konten yang ia unggah tidak hanya menceritakan kesehariannya, tetapi juga memberikan wawasan dan informasi yang berguna bagi orang tua, khususnya ibu muda yang mungkin tengah menghadapi pengalaman serupa.

Dalam Instagram *story* Qhoirun Annisa membagikan edukasi dengan merepost konten-konten dari akun-akun lain yang menyajikan informasi relevan dan bermanfaat. Secara selektif ia memilih materi yang dapat memberikan nilai tambah bagi pengikutnya, terutama mereka yang baru menjalani peran sebagai ibu. Dengan memanfaatkan

keunggulan format *real time* dari Instagram Story, Qhoirun Annisa mampu menyediakan akses cepat kepada pengikut, memungkinkan interaksi langsung, serta memperkuat ikatan sosial dalam komunitas yang terbentuk, sehingga menciptakan ruang yang mendukung perkembangan emosional dan edukatif bagi individu-individu yang terlibat.



Gambar 1. Story Instagram Qhoirun Annisa memberikan informasi tentang bayi

Sebagai seorang istri, Qhoirun Annisa menampilkan identitasnya dengan menekankan hubungan romantis serta perannya dalam mendukung suami. Ia membangun narasi bahwa pernikahan bukan sekadar ikatan formal, tetapi sebuah perjalanan emosional yang dipenuhi cinta, kebersamaan, dan saling menguatkan. Ia rutin setiap hari memposting Instagram story bersama suaminya, yaitu kebersamaan ketika merawat bayi dan juga memperlihatkan semangat saling mendukung satu sama lain.

Dalam berbagai unggahan di akun Instagramnya, ia membagikan momen-momen romantis yang menegaskan kedekatan dan keharmonisan rumah tangganya. Salah satu bentuk ekspresi tersebut terlihat dalam postingan *feed* yang diunggah pada 1 Maret 2025, pada sesi foto kehamilan seperti gambar 2 di mana ia dan suami berpose mesra, menampilkan kebahagiaan mereka dalam menanti kehadiran buah hati. Unggahan semacam ini tidak hanya menunjukkan kebersamaan mereka sebagai pasangan, tetapi juga mengkomunikasikan perasaan cinta dan antusiasme dalam menyambut fase baru kehidupan mereka. Pada unggahan *feed* maupun *reels*, @q\_annisa cukup jarang mengunggah sebuah postingan. Ia hanya mengunggah dua kali dalam satu bulannya.



Gambar 2. Feed Instagram Qhoirun Annisa menunjukkan sesi foto kehamilan

@q\_annisa mengelola akunnya dengan aktif dan konsisten membagikan berbagai aspek kehidupannya, lebih sering melalui Instagram *Story*. Tak hanya soal hubungan dengan suami, @q\_annisa juga menampilkan perannya sebagai seorang ibu dengan membagikan kesehariannya dalam mengasuh dan merawat anaknya. Hanya dokumentasi foto bayinya yang ia bagikan namun ia tidak memperlihatkan secara jelas wajah bayinya. Selayaknya seorang yang baru saja mendapat peran sebagai ibu, annisa nampak bahagia atas kehadiran buah hatinya itu.

Dengan konsistensi dalam membagikan momen-momen ini, @q\_annisa membangun citra sebagai perempuan yang bahagia dan menikmati perannya sebagai istri serta ibu. Ia menampilkan keseharian yang autentik namun tetap dikemas secara menarik, sehingga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiensnya. Strategi ini tidak hanya memperkuat identitas digitalnya, tetapi juga menciptakan keterhubungan dengan para pengikutnya, khususnya ibu-ibu muda yang memiliki pengalaman dan tantangan serupa dalam kehidupan berkeluarga. Hal ini

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted..

memungkinkan terciptanya komunitas virtual di mana mereka bisa berbagi cerita, dukungan, dan inspirasi satu sama lain.

Meskipun @q\_annisa berhasil membangun kedekatan emosional dan komunitas virtual yang kuat melalui kontennya, ada risiko negatif yang muncul dari strategi identitas yang terlalu ideal. Penggambaran kehidupan rumah tangga yang selalu harmonis dan penuh cinta dapat menciptakan ilusi kehidupan sempurna yang tidak selalu mencerminkan realitas. Hal ini berpotensi memberikan tekanan psikologis kepada para pengikut, khususnya ibu muda, yang mungkin sedang mengalami kesulitan dalam menjalani peran serupa. Ketika narasi yang ditampilkan hanya berfokus pada sisi positif, seperti kebahagiaan menjadi ibu dan istri tanpa menampilkan tantangan yang lebih kompleks, maka dapat timbul standar sosial yang tidak realistis. Audiens dapat merasa tidak cukup baik atau gagal jika kehidupan mereka tidak seindah atau seharmonis yang ditampilkan oleh figur seperti Annisa.

Selain itu, kecenderungan untuk membagikan aspek-aspek kehidupan pribadi secara konsisten, seperti aktivitas sehari-hari dengan suami dan anak, juga membuka peluang munculnya persoalan privasi dan potensi eksploitasi identitas keluarga. Meskipun wajah bayi tidak ditampilkan secara penuh, kehadiran si kecil tetap dijadikan sebagai bagian dari strategi konten untuk memperkuat kedekatan dengan pengikut. Dalam jangka panjang, penggunaan konten keluarga secara terus-menerus dapat memicu kelelahan digital atau bahkan ketergantungan terhadap validasi sosial dari media sosial. Hal ini juga mengaburkan batas antara kehidupan personal dan eksistensi digital sebagai seorang public figure. Jika tidak dikelola secara sadar dan reflektif, maka identitas digital yang dibangun dapat membatasi ruang privat individu dan mengarah pada konflik identitas antara kehidupan nyata dan citra daring yang telah dibentuk.

### **Sisca Chika “It’s about me”**

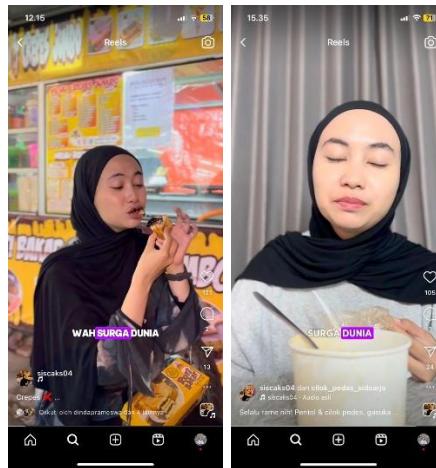
*It’s about* Sisca Chika, Melalui akun Instagram @siscaks04, kita diajak untuk mengenal lebih dekat sosok Sisca Chika, seorang content creator yang membangun identitas digitalnya dengan menggabungkan tiga elemen utama: food vlogger, foto diri, dan aktivitas hangout. Ketiga aspek ini secara konsisten ia tampilkan dalam unggahannya, menciptakan citra yang khas dan mudah dikenali oleh para pengikutnya. Ia cukup konsisten dalam mengunggah konten di Instagram baik *feed* maupun *Reels* sebanyak lima sampai enam kali dalam satu bulan. Tak ketinggalan juga Instagram *story* dimana dia selalu membagikan momen kepada pengikutnya secara *real-time*.

Sisca Chika juga membangun citra personal dengan membagikan foto dirinya dalam berbagai kesempatan. Gaya khas yang ia tampilkan dalam setiap unggahan tidak hanya menunjukkan kepercayaan dirinya, tetapi juga membantu pengikutnya untuk lebih mengenali kepribadiannya. Melalui pemilihan outfit, ekspresi wajah, serta gaya berfoto yang konsisten, ia membentuk karakter yang autentik di dunia digital. Sisca Chika dalam berfoto sering menggunakan outfit yang kasual dengan hijab pashmina sehingga nuansa simpel dan elegan. Hal ini membuatnya lebih dari sekadar food vlogger, tetapi juga sebagai figur yang memiliki daya tarik visual dan estetika tersendiri.

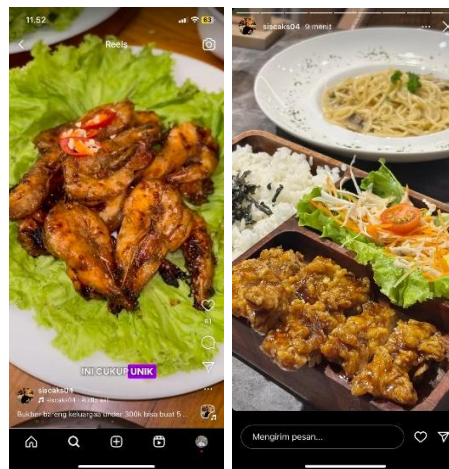
Dalam setiap konten promosi makanan yang ia unggah, Sisca Chika menampilkan visual makanan dengan cara yang menggugah selera dan menarik perhatian audiens. Dalam unggahannya, ia menggunakan teknik *close up* untuk menyoroti tekstur dan detail makanannya. Pencahayaan yang digunakan cukup baik, membuat warna makanan terlihat lebih tajam dan menggoda. Ditambah dengan efek blur pada latar belakang, fokus utama tetap tertuju pada hidangan yang dipromosikan. Selain itu, caption yang ia gunakan memperkuat daya tarik konten dengan menyebutkan bahwa makanan ini tetap viral dan ramai diminati, memberikan dorongan psikologis bagi penonton untuk ikut mencoba. Hashtag yang relevan juga membantu menjangkau lebih banyak orang yang tertarik dengan kuliner khususnya Sidoarjo.

Sebagai seorang food vlogger, Sisca Chika rutin membagikan foto dan video makanan yang menggugah selera. Ia tidak hanya menampilkan tampilan makanan yang estetik, tetapi juga memberikan ulasan singkat mengenai rasa, tekstur, serta rekomendasi tempat makan. Menariknya, makanan yang ia promosikan umumnya adalah hidangan dengan harga terjangkau, sehingga dapat dinikmati oleh banyak orang tanpa harus merogoh kocek terlalu dalam. Salah satu ciri khas yang membuat kontennya menarik adalah tagline yang selalu ia ucapkan, yaitu “*Wahh surga dunia*”, yang menjadi semacam tanda pengenalan dalam setiap unggahan kulinernya.





Gambar 3. Tagline “Wahh Surga Dunia” Yang selalu diucapkan Sisca Ketika Konten Promosi Makanan



Gambar 4. Gaya Video Makanan *Close Up* Pada Unggahan Rels Sisca Chika

Tidak hanya soal makanan dan tampilan pribadi, aktivitas hangout juga menjadi bagian dari kontennya. Sisca juga membagikan foto momen ketika ia mengunjungi cafe atau restoran yang disukai oleh kalangan anak muda. Melalui unggahan *feed* nya ia memperlihatkan gaya hidup yang modern dan dinamis, yang selaras dengan trend sosial saat ini. Dokumentasi hangout seperti ini tidak hanya berfungsi sebagai referensi bagi pengikutnya, tetapi juga memperkuat citranya sebagai seorang yang aktif, energik, dan menikmati hidup.

Pada laman feed-nya, kita akan menemukan berbagai potret kuliner yang menggoda, seolah mengajak kita mencicipi langsung setiap sajian yang ia nikmati. Feed Instagram merupakan kumpulan foto yang ditampilkan di profil seorang pengguna. Saat seseorang mengakses profil tersebut, mereka dapat melihat berbagai gambar yang telah diunggah oleh pemilik akun [16]. Sisca bukan hanya tentang makanan. Di balik rekomendasi tempat makan, ia juga sering membagikan momen-momen manis bersama pasangannya. Entah itu obrolan ringan, kunjungan ke tempat-tempat menarik, atau sekadar menikmati waktu bersama semuanya menjadi bagian dari cerita yang ia bangun. Selain momen manis bersama pasangan, Sisca juga kerap menampilkan keakraban dengan keluarganya. Potret-potret kebersamaan yang hangat, seolah mengajak pengikutnya untuk merasakan kasih sayang keluarga yang ia miliki.

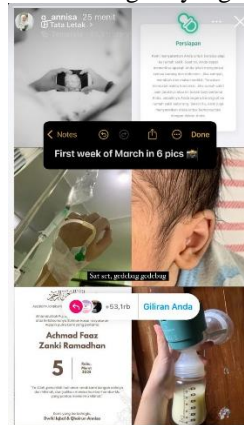
Dengan gaya yang santai dan autentik, Sisca berhasil memadukan dua sisi identitasnya di media sosial sebagai seorang pecinta kuliner dan sebagai seseorang yang menikmati hidup bersama orang-orang terdekatnya. Inilah yang membuatnya lebih dari sekadar seorang food vlogger ia adalah cerita yang hidup, yang membuat para pengikutnya merasa lebih dekat dan terhubung dengannya.

Meskipun konten Sisca Chika di Instagram memberikan kesan hidup yang menyenangkan dan autentik, terdapat potensi dampak negatif terutama terkait pola konsumsi dan gaya hidup yang dipromosikan. Dengan seringnya memamerkan makanan lezat dan aktivitas hangout di café atau restoran, ada kemungkinan konten tersebut mendorong konsumsi berlebihan atau gaya hidup yang kurang realistis bagi sebagian pengikut, terutama mereka yang memiliki keterbatasan ekonomi. Promosi makanan dan tempat makan yang terus-menerus bisa menimbulkan tekanan sosial untuk selalu mengikuti tren kuliner atau menghabiskan uang demi mengikuti gaya hidup modern yang terlihat dalam kontennya. Hal ini dapat menyebabkan rasa tidak puas, stres finansial, atau bahkan kecenderungan membandingkan diri secara negatif dengan kehidupan yang tampak “sempurna” di media sosial.

Selain itu, meskipun Sisca Chika membagikan momen kebersamaan dengan pasangan dan keluarga, ada risiko privasi dan batasan antara kehidupan pribadi dan publik yang mulai kabur. Mengunggah banyak konten tentang hubungan personal dapat membuat pengikut merasa terlalu dekat, sehingga menimbulkan ekspektasi yang tinggi terhadap kehidupan sosial dan pribadi Sisca. Hal ini dapat menyebabkan tekanan psikologis baik bagi Sisca sendiri maupun pengikut yang merasa harus meniru atau mencapai standar kebahagiaan yang ditampilkan. Keterbukaan yang berlebihan di media sosial juga dapat membuka peluang terjadinya penyalahgunaan informasi pribadi, serta risiko kelelahan digital dari eksposur kehidupan pribadi yang terus-menerus dipertontonkan kepada publik.

Dari hasil analisis, subjek penelitian menampilkan *multiple identity* yang berbeda di Instagram. Dalam kehidupan pribadi, para nano celebrity berbagi momen sehari-hari seperti kebersamaan bersama keluarga, perjalanan, maupun pengalaman emosional yang membuat mereka terasa lebih dekat dengan para pengikutnya. Di sisi profesional, mereka memanfaatkan akun Instagram untuk membentuk citra diri, misalnya sebagai food vlogger, ibu rumah tangga, atau influencer di bidang tertentu. Sedangkan dalam aspek sosial, mereka menampilkan interaksi dengan teman, komunitas, dan berbagai kegiatan yang menggambarkan gaya hidup mereka. Perbedaan cara penampilan identitas ini menegaskan bahwa mereka menerapkan strategi pengelolaan akun yang disesuaikan dengan tujuan masing-masing.

Elemen visual seperti foto, video, caption, dan story memiliki peran penting dalam proses pembentukan dan pemeliharaan *multiple identity* para nano celebrity di Instagram. Konten yang diunggah tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mengandung pesan tersirat mengenai gaya hidup dan persona digital mereka. Fitur story dimanfaatkan untuk membagikan momen secara spontan dan interaktif sehingga memungkinkan mereka tetap terhubung dengan audiens secara real-time. Caption digunakan untuk memperjelas narasi yang ingin disampaikan, baik berupa storytelling, ajakan berinteraksi, ataupun ekspresi kepribadian. Dengan konsistensi dalam menggunakan elemen-elemen ini, mereka mampu membangun identitas digital yang kuat dan mudah dikenali oleh pengikutnya.



Gambar 5. Story Instagram @q\_annisa sebagai seorang ibu

Dalam gambar 6 unggahan dari *story* Instagram @q\_annisa memperlihatkan interaksi emosional bersama pasangannya dalam konteks kehamilan. Visualisasi ini menonjolkan aspek afeksi dan dukungan sosial dalam peran barunya sebagai calon ibu. Melalui pendekatan netnografi, peneliti mengamati dinamika penggambaran diri yang ditampilkan secara visual dan naratif dalam unggahan tersebut, sebagai bentuk *multiple identity* yakni sebagai individu pribadi, istri sekaligus calon ibu.

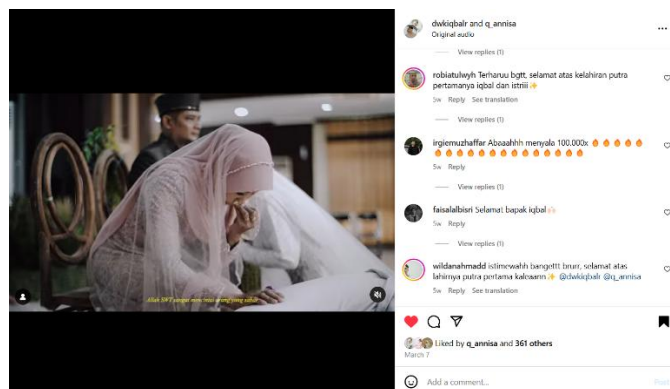
Komentar dari audiens seperti "Sehat sehat bolo, sehat selalu" dan "Gemessss" menunjukkan adanya respons positif dan empati dari pengikut, yang mencerminkan kedekatan emosional antara nano celebrity dan komunitas virtualnya. Respon audiens seperti ini relevan dengan metode netnografi karena menjadi bagian dari "jejak digital" yang dianalisis untuk memahami bagaimana identitas dikonstruksi dan diterima di ruang publik digital.





Gambar 6. Rels Instagram @q\_annisa sebagai calon ibu dan ayah

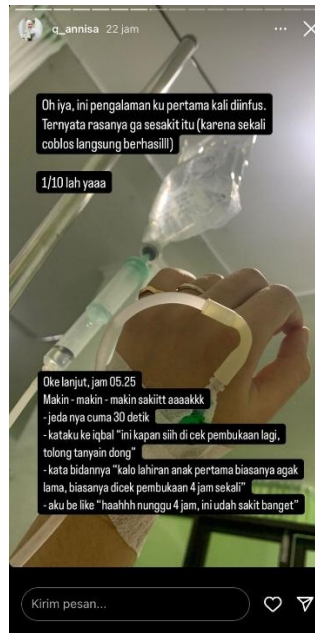
Unggahan video pada gambar 7 memperlihatkan momen flashback pernikahan Qhoirun Annisa, yang dimana video tersebut sebagai ucapan selamat dari suaminya atas kelahiran putra pertamanya. Dalam konteks akun Instagram @q\_annisa, ia tidak hanya menampilkan dirinya sebagai public figure atau content creator, tetapi juga sebagai seorang istri dan ibu yang sedang mengalami momen penting dalam kehidupan pribadinya. Hal ini menunjukkan adanya *multiple identity*, di mana Annisa menunjukkan dirinya dalam berbagai peran sosial yang berbeda secara bersamaan.



Gambar 7. Feed Instagram @q\_annisa memperlihatkan moment flashback pernikahan

Qhoirun Annisa sering membagikan pengalaman kehamilannya di Instagram seperti pada gambar 1.8, memperlihatkan perjalanan menjadi seorang ibu dengan cara yang jujur dan apa adanya. Dalam unggahan story-nya, ia bercerita tentang momen pertama kali diinfus hingga merasakan kontraksi yang semakin kuat, sambil tetap berusaha tenang dengan dukungan suami dan tenaga medis. Tidak hanya membagikan kebahagiaan, ia juga menunjukkan sisi lain dari kehamilan yang penuh tantangan. Lewat kontennya, ia semakin mengukuhkan citranya sebagai ibu muda yang autentik dan dekat dengan audiensnya.

Namun, di sisi lain, pembagian momen pribadi secara terbuka juga dapat menimbulkan risiko terhadap privasi dan kesehatan emosionalnya. Beberapa pengikut mungkin menilai keterbukaan tersebut sebagai terlalu personal atau menganggapnya sebagai bentuk pencarian perhatian. Selain itu, menampilkan sisi sulit kehamilan secara terbuka bisa menimbulkan kekhawatiran berlebihan bagi ibu-ibu muda lainnya yang mengikuti akun tersebut. Dengan demikian, meskipun konten seperti ini memperkuat kedekatan emosional, ada tantangan dalam menjaga keseimbangan antara keaslian dan batasan privasi yang harus diperhatikan oleh Qhoirun Annisa.



Gambar 8. Instagram story @q\_annisa berbagi pengalaman kehamilan

Kehadiran nano celebrity juga semakin menarik perhatian berbagai merek dan pelaku bisnis. Meskipun mereka tidak memiliki jangkauan sebesar mega influencer, kepercayaan yang tinggi dari audiens membuat mereka menjadi pilihan menarik dalam strategi pemasaran digital. Banyak brand mulai menggandeng nano celebrity untuk promosi produk karena rekomendasi mereka sering kali dianggap lebih kredibel dan tidak sekadar iklan komersial. Ini artinya kedua akun instagram tersebut berorientasi pada penguatan citra personal dan pemanfaatan relasi emosional dengan pengikut sebagai modal sosial yang bernilai. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi dengan brand tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga merupakan bagian dari pengelolaan identitas digital yang strategis. Sebagaimana terlihat pada Gambar 9 konten reels Instagram @q\_annisa, pendekatan naratif yang bersifat personal menjadi strategi efektif dalam membangun citra yang dekat sekaligus profesional. Dalam perspektif teori manajemen identitas Imahori dan Cupach, hal ini menunjukkan adanya negosiasi antara identitas personal dan profesional.



Gambar 9. Rels Instagram @q\_annisa promosi pepsodent dan halodoc

Akun Instagram @siscaks04 yang dijalankan oleh Sisca Chika sebagai food vlogger memang fokus membangun interaksi dengan para penggemar kuliner yang mencari rekomendasi tempat makan, seperti terlihat pada gambar 10. Identitas yang konsisten seperti ini tentunya sangat berpengaruh pada peluang kerja sama dengan berbagai brand atau sponsor, karena kepercayaan sebagai endorser akan semakin besar jika persona digitalnya terlihat autentik dan terarah. Dalam videonya, Sisca berhasil membuat pengikutnya tergugah untuk mencoba makanan yang dipromosikan, terutama lewat gaya makannya yang lahap dan ekspresif, sehingga terasa seolah-olah penonton ikut merasakan kenikmatan makanan tersebut.

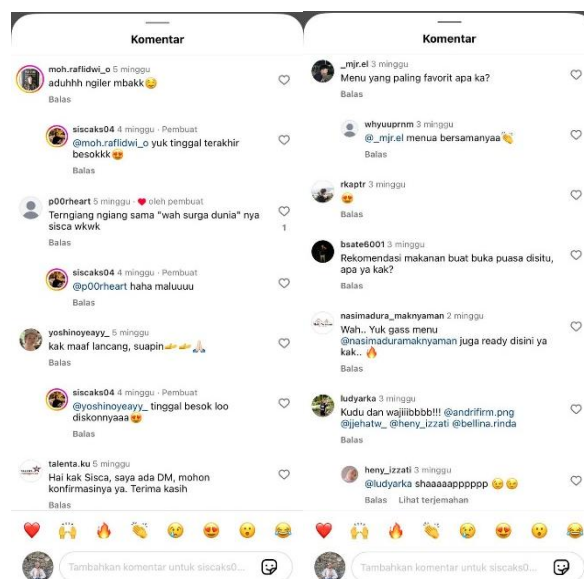
Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.



Gambar 10. Rels Instagram @siscaks04 review makanan

Setiap unggahan di media sosial akan menerima berbagai respons dari pengguna lain, baik dalam bentuk komentar, *like*, atau interaksi lainnya. Dalam konteks penelitian ini, interaksi tersebut merupakan bagian dari data kualitatif yang diamati melalui pendekatan netnografi. Melalui kolom komentar, peneliti dapat mengamati bentuk umpan balik langsung dari audiens kepada kreator, seperti pendapat, pertanyaan, hingga dukungan emosional terhadap konten yang dibagikan. Aktivitas ini menggambarkan komunikasi dua arah yang menjadi salah satu objek penting dalam netnografi, karena mencerminkan keterlibatan audiens serta dinamika sosial dalam komunitas virtual yang terbentuk di media sosial [13].

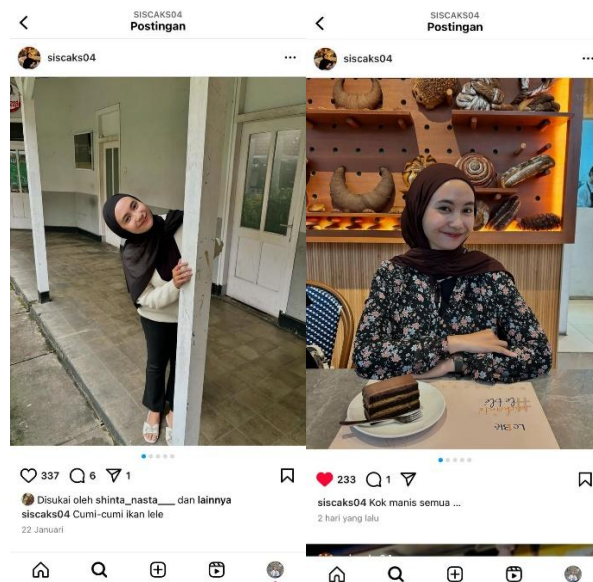


Gambar 11. Komentar pada konten Instagram @siscaks04

Akun @siscaks04 menunjukkan identitasnya melalui berbagai unggahan, terutama dalam aspek momen bersama teman dan foto diri. Saat membagikan momen bersama teman, ia sering mengunggah foto pada story yang menunjukkan interaksinya. Narasi dalam story sering kali diperlihatkan dengan gaya santai dan menyenangkan, sehingga memberikan kesan bahwa ia adalah sosok yang ramah dan menikmati kebersamaan dengan orang-orang di sekitarnya. Selain itu, foto diri yang diunggah pada feed Instagram oleh @siscaks04 menjadi salah satu cara utama dalam membangun identitas personalnya di Instagram. Melalui foto-foto tersebut, ia menampilkan gaya khasnya dalam berpakaian, ekspresi, serta latar belakang yang dipilih untuk memperkuat citra dirinya. Dengan gaya yang khas darinya yaitu memakai kerudung pashmina kaos yang terlihat simpel dan rapi.



Gambar 12. Story Instagram @siscaks04 momen bersama teman



Gambar 13. Postingan feed Instagram foto diri @siscaks04

Tidak hanya membangun citra sebagai food vlogger, Sisca Chika juga membagikan momen kebersamaannya bersama teman dan keluarga melalui unggahan di Instagram. Gambaran ini menunjukkan keberadaan *multiple identity*, di mana ia mengonstruksi peran ganda sebagai figur publik dalam dunia kuliner sekaligus sebagai individu yang hangat dalam kehidupan sosial dan keluarga. Dengan menampilkan berbagai sisi identitas secara natural dan konsisten, ia membentuk hubungan emosional yang kuat dengan pengikutnya. Strategi ini mencerminkan bagaimana identitas digital dikelola secara dinamis sesuai dengan konteks dan harapan audiens di media sosial.





Gambar 14. Momen bersama keluarga

Sisca Chika, sebagai seorang nano celebrity di Instagram, menampilkan kehidupannya dengan membagikan momen kebersamaannya bersama pasangan, seperti yang terlihat dalam unggahan perayaan ulang tahun dan waktu santai mereka. Dengan membagikan momen-momen ini, ia tidak hanya membangun personal branding bagi pengikutnya, tetapi juga menerapkan strategi manajemen identitas di media sosial. Keintiman yang ditampilkan dalam unggahannya menciptakan kedekatan emosional dengan audiens, yang pada akhirnya memperkuat keterlibatan serta loyalitas pengikutnya terhadap persona digital yang ia bangun.



Gambar 15. Kebersamaan bersama pasangan

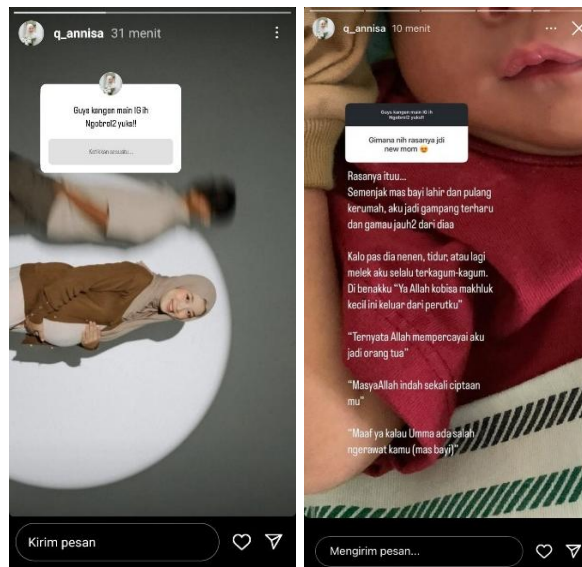
Namun, menjadi *nano celebrity* bukan tanpa tantangan. Mereka harus secara konsisten menghasilkan konten yang menarik dan relevan agar tetap mempertahankan engagement serta membangun citra yang kuat di tengah persaingan digital yang ketat. Selain itu, menjaga keseimbangan antara autentisitas dan tuntutan komersial juga menjadi dilema yang harus dihadapi. Jika terlalu banyak menerima kerja sama dengan brand yang tidak sesuai dengan identitas mereka, ada risiko kehilangan kepercayaan dari pengikut mereka. Fenomena nano celebrity menunjukkan bagaimana media sosial membuka peluang bagi individu untuk membangun pengaruh dan komunitas mereka sendiri. Dengan pendekatan yang lebih personal dan autentik, mereka dapat menciptakan keterlibatan yang

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted..

lebih mendalam dengan audiens, menjadikan mereka bagian penting dalam ekosistem digital saat ini.

Gambar 16 memperlihatkan fitur Instagram Story Question Box yang digunakan oleh akun @q\_annisa untuk membangun komunikasi dua arah dengan pengikutnya. Dalam unggahan tersebut, Annisa menampilkan respons audiens terhadap kehidupannya sebagai ibu baru, dan menjawabnya dengan narasi emosional yang menggambarkan pengalaman personalnya sebagai seorang ibu. Ini menunjukkan bagaimana ia menampilkan identitas sebagai ibu muda yang penuh perasaan dan tanggung jawab, yang berbeda dari identitas lainnya sebagai istri, konten kreator, atau selebritas lokal. Namun, penggunaan fitur ini juga memiliki sisi negatif. Terlalu sering membagikan cerita pribadi yang sangat emosional dapat membuat batas antara kehidupan pribadi dan publik menjadi kabur, sehingga berpotensi menimbulkan tekanan emosional bagi Annisa sendiri. Selain itu, eksposur yang intens terhadap masalah pribadi juga bisa memicu kritik atau komentar negatif dari pengikut, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kesejahteraan mental dan citra digitalnya secara keseluruhan.



Gambar 16. Instagram story quation box

## VII. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa multiple identity pada nano celebrity di Instagram dijelaskan melalui elemen visual seperti foto, video, caption, dan story yang disusun secara strategis untuk mencerminkan berbagai peran sosial mereka. 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. Gambaran identitas ini menunjukkan bahwa multiple identity bukan hanya refleksi dari kehidupan nyata, tetapi juga merupakan konstruksi sosial yang dikelola secara sadar melalui media digital. Dengan menggunakan pendekatan netnografi dan teori manajemen identitas sebagai dasar analisis, hasil penelitian ini memberikan bukti yang kuat bahwa dinamika identitas digital di kalangan nano celebrity Sidoarjo tidak hanya kompleks, tetapi juga dikelola dengan strategi komunikasi yang terstruktur. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa pembahasan dalam penelitian ini telah secara komprehensif menjawab rumusan masalah.



## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, serta terima kasih kepada orang tua dan dosen pembimbing. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

## REFERENSI

- [1] M. S. Dr. Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber*.
- [2] A. Ash Shidiqie *et al.*, “Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja,” *Jurnal.Alimspublishing.Co.Id*, vol. 1, no. 3, hal. 98–112, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.alimspublishing.co.id/index.php/simpat/article/download/225/199>
- [3] N. S. L. Tobing, R. Hayati, dan H. Sitorus, “Platform Instagram Sebagai Media Pembentuk Citra Diri Virtual Pada Mahasiswa diri virtual pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan bagaimana platform Instagram berperan sebagai media pembentuk citra diri vi,” vol. 5, hal. 47–53, 2023.
- [4] M. Nurhayati, “Komunikasi Virtual Melalui Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja,” *J. Rev. Pendidik. dan Pengajaran*, vol. 6, no. 1, hal. 50–56, 2023, [Daring]. Tersedia pada: doi: <https://doi.org/10.31004/jrpp.v6i1.16952>
- [5] J. Fernando, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam membentuk Personal Branding Generasi Milenial,” *Komunika*, vol. 9, no. 1, hal. 1–14, 2022, doi: 10.22236/komunika.v9i1.7892.
- [6] N. Idaman dan W. H. Kencana, “Identitas Diri Remaja Pada Media Sosial Instagram,” *IKRA-ITH Hum. J. Sos. dan Hum.*, vol. 5, no. 1, hal. 1–9, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849>
- [7] F. Suci Indah, “Motives for Using Instagram’s ‘Multiple Accounts’. Students in Sidoarjo City [Motif Penggunaan ‘Multiple Account’ Instagram Bagi Mahasiswa,” 2018.
- [8] F. Littlejohn, *Theories of Human Communication*. 2007.
- [9] A. Cahyani dan R. Kusuma, “Analisis Strategi Impression Management Dalam Membentuk Personal Branding Selebgram Melalui Media Sosial Instagram,” *Anal. Strateg. Impr. Manag. Dalam Membentuk Pers. Brand. Selebgram Melalui Media Sos. Instagram*, hal. 1–18, 2021.
- [10] S. Angeline, “Perilaku Pencarian Informasi Beauty Reviewer ‘Nano Influencer’ dalam Membuat Konten Kecantikan di Twitter,” hal. 364–371, 2023.
- [11] C. P. Ramadhani dan R. Purbasari, “Dinamika Kelompok Dalam Perspektif Perilaku Organisasi,” *Gudangjurnal.Com*, vol. 1, hal. 285–288, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/view/206>
- [12] M. S. Dr. Eriyanto, *Metode netnografi*.
- [13] N. A. Sandi dan P. Febriana, “Sadfishing: Studi Netnografi pada Konten dengan Tagar #rumahkokkayu Di Tiktok,” *J. Komun. Glob.*, vol. 12, no. 1, hal. 30–52, 2023, doi: 10.24815/jkg.v12i1.30216.
- [14] N. H. Widyadhana, “Pengalaman Remaja Dalam Mempresentasikan Multi Identitas Personal Di Akun Alter Instagram,” 2023.
- [15] Nico Setiawan Susilo, “Identity Management Primary Relationship Berbudaya Jawa Dan Toraja (Studi Komunikasi Antarbudaya),” *J. E-Komunikasi*, vol. 1, no. 1, 2018.
- [16] D. S. Enanti dan P. Febriana, “Memanfaatkan Mikroselebriti untuk Pemasaran Digital Kasus Streetboba,” *Interact. Commun. Stud. J.*, vol. 1, no. 2, hal. 50–59, 2024, doi: 10.47134/interaction.v1i2.2892.

### **Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*