

# MANAJEMEN KESAN PADA AKUN INSTAGRAM MAHASISWA\_UNESA SEBAGAI AJANG EKSISTENSI DIRI

**Mardika Ayu Widayanti**

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya  
mardikaayuwidayanti@mhs.unesa.ac.id

**M. Jacky**

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya  
jacky@unesa.ac.id

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi jargon file dan manajemen kesan yang dilakukan oleh mahasiswa Unesa sebagai pengguna Instagram pada akun komunitas Unesa dalam menunjukkan eksistensi diri. Penelitian ini menggunakan metode Online Research Method(ORMs), berjenis kualitatif Online/Web 2.0 dari M. Jacky (2012) dengan perspektif teori manajemen kesan Erving Goffman. Subjek dalam penelitian ini adalah akun Instagram mahasiswa Unesa yang masuk dalam akun komunitas Unesa dengan kriteria yang telah ditentukan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dari internet dengan mengamati secara online. Analisis dilakukan dengan analisis *hacking* (2012) dan dikaji dengan teori manajemen kesan Erving Goffman. Hasil dari penelitian ini adalah unsur setting, penampilan dan juga gaya (*manner*) menjadi sebuah kekuatan untuk melakukan manajemen kesan. identifikasi Manajemen kesan dalam penelitian ini adalah kesan smart people, kesan kekinian, kesan ismail, dan kesan sebagai seorang fotografer, Sedangkan fitur-fitur dalam Instagram dimanfaatkan untuk memperoleh dan menunjukkan eksistensi diri.

**Kata Kunci :** *Mahasiswa, Manajemen kesan, Kualitatif online*

## ABSTRACT

This research was conducted to identify file jargon and impression management carried out by Unesa students as Instagram users on Unesa community accounts to show their existence. This study uses the Online Research Method (ORMs) method of qualitative Online / Web 2.0 type from M. Jacky (2012) with the perspective of management theory, Erving Goffman's impression. The subject in this study is the Unesa student Instagram account that is included in the Unesa community account with predetermined criteria. The data collected in this study was obtained from the internet by observing it online. The analysis was carried out by hacking analysis (2012) and examined by the management theory of the impression of Erving Goffman. The results of this research are elements of setting, appearance and manner into a force for impression management. The identification of impression management in this study is the smart people impression, current impression, islamic impression, and the impression as a photographer. While the features in Instagram are used to get and show self-existence.

**Keywords:** *Students, Impression Management, Self Existence*

## PENDAHULUAN

Internet memang memiliki magnet yang cukup kuat, terutama bagi anak dan remaja. Dikarenakan banyaknya hal menarik yang bisa diperoleh dari teknik tersebut (Utami *dkk*, 2017). Maraknya penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa menjadikan permasalahan terkait media sosial menarik untuk dibahas. Media sosial seakan menawarkan kehidupan baru dan dunia yang baru bagi masyarakat. Media sosial menciptakan ruang untuk berinteraksi, bertukar informasi, dan dijangkau sangat luas. Kemunculan Instagram sebagai salah satu media sosial pada saat ini marak digunakan oleh khalayak luas. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Instagram mengirimkan informasi, merekam momen atau aktivitas berupa teks, foto dan video kepada orang lain. Beberapa fitur menarik yang telah disuguhkan

menjadikan khalayak luas ingin menjadi pengguna Instagram. Akses media sosial sangat mudah hingga dapat dijangkau berbagai kalangan. Penggunaan Instagram di Indonesia sering digunakan dan diakses oleh mahasiswa dengan rentang usia 18-24 tahun. Pengguna tersebut kebanyakan datang dari kaum yang menempati jenjang pendidikan tinggi (Tribun News, 2016).

Instagram pada saat ini telah menjadi media sosial terpopuler dan favorit di kalangan anak muda. Keberadaan Instagram mampu mengalahkan keberadaan Twitter. Nyatanya, sebagian pengguna aktif menggunakannya untuk mengunggah foto, video, melihat meme dan produk online shop (DailySocial, 2016).

Ini menunjukkan media sosial Instagram marak digunakan mahasiswa di perkotaan atau pun di desa.

Terlebih di UNESA, sebagian besar mahasiswanya tentu menggunakan media sosial sebagai media interaksi maupun eksistensi (Balitbang, 2013). Manusia bisa menjadi orang lain dengan menciptakan identitas baru untuk mendapatkan simpati dan eksistensi.

Adanya respon dari orang di sekeliling membuktikan bahwa keberadaan seseorang telah diakui. Menurut Smith eksistensi diri merupakan suatu kondisi dimana seseorang dengan kemampuannya dapat menemukan makna kehidupan (Smith, 2003).

Kepercayaan diri pada manusia menjadikan salah satu pendorong dalam membangun eksistensi diri. Adanya ruang dalam media sosial mengharuskan manusia untuk aktif sebagai tanda ia ada pada dunia maya. Hal itu menjadikan kecemasan serta ambisi tersendiri untuk berusaha selalu muncul agar diakui keberadaannya. Penonjolan aspek tertentu dari isu, yang berhubungan dengan fakta. Hal ini berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk ditampilkan dikhalayak (Farid, 2018).

Goffman menjelaskan bahwa manajemen kesan merupakan kebutuhan individu mempresentasikan sebagai seseorang bisa diterima orang lain. Individu menata atau mengolah kesan dan berharap diterima sebagai seseorang yang memiliki citra baik. Harapan tersebut sangat erat kaitannya dengan usaha mahasiswa dalam membangun eksistensi diri (World Scientific News, 2015).

Usaha tersebut muncul tentunya mahasiswa berharap untuk dianggap keberadaannya di hadapan publik. Mahasiswa yang berusaha menunjukkan eksistensi dirinya di media sosial tentunya memiliki banyak strategi. Salah satunya dengan memaksimalkan fitur yang ada seperti penggunaan tag, hashtag, caption, dan lain sebagainya. Hal tersebut dilakukannya secara berkali-kali hingga menimbulkan spam. Beberapa foto yang diunggah masuk akun komunitas Unesa seperti Mahasiswa Unesa, hits Unesa dan lainnya.

Masuk akun komunitas mahasiswa Unesa bukanlah hal mudah. Pemilik akun seperti akun mahasiswa yang berprestasi, mahasiswa yang good looking, dan lain sebagainya. Akun Instagram komunitas Unesa cukup bergengsi sehingga banyak yang berusaha membangun ataupun menunjukkan eksistensi dirinya.

Penelitian terkait manajemen kesan dimedia sosial dan eksistensi diri tidak hanya dilakukan lingkup nasional. Di lingkup internasional juga telah melakukan penelitian terkait hal tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Carmen Maiz-Arevalo berfokus pada situs jejaring sosial dan ruang obrolan. Menganalisis tentang presentasi diri di Whatsapp melalui status profil. Hasil penelitiannya menunjukkan pola berulang yang terhubung ke variabel yang berperan menentukan emoji status profil. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan literature review.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Gustav Lindahl dan Mimi Ohlund di Stokholm. Penelitian ini bertujuan menyelidiki bagaimana individu menghabiskan waktu dimedia sosial dan mengubah identitas mereka. Penelitian ini di fokuskan pada Instagram. Hasil penelitian menjelaskan bahwa dengan menggunakan fotomereka berarti telah mengungkapkan identitas diri mereka. Gambar atau foto terlihat lebih efisien daripada teks untuk tujuan personal branding melalui gambar.

Mengingat akun Instagram tersebut sangat bergengsi bagi kalangan mahasiswa Unesa. Hal ini menjadikan daya tarik tersendiri untuk membongkar fenomena mahasiswa Unesa pada Instagram. Rumusan masalah dipenelitian ini “bagaimana manajemen kesan yang ditampilkan mahasiswa pengguna Instagram untuk membangun eksistensi diri”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kualitatif Online/Web 2.0. dengan perspektif teori manajemen kesan Erving Goffman. Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari internet secara online. Karena pada penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana strategi yang dilakukan dalam dunia virtual. Mahasiswa unesa yang masuk akun Instagram komunitas Unesa dalam mengelola kesan untuk mendapatkan eksistensi diri. Online Research Method (ORMS) merupakan metode penelitian yang dilakukan melalui internet Web 2.0. Web 2.0. Adalah istilah menggambarkan generasi kedua World Wide Web difokuskan pada kemampuan berkolaborasi dan berbagi informasi. Metode penelitian online menjelaskan penelitian yang dilakukan secara virtual harus secara efisien, mendalam dan online (Wordpress, 2010).

Subjek dalam penelitian adalah mahasiswa Unesa aktif di Instagram yang masuk dalam akun Instagram komunitas Unesa. Subjek ditentukan melalui langkah awal memasukan kata kunci melalui search engineering Instagram yaitu “Unesa”. Kata kunci yang dimasukan pada pencarian ini nantinya akan memunculkan akun komunitas Unesa di Instagram.

Untuk mengumpulkan secara online dengan mengamati aktivitas pengelolaan kesan yang dilakukan secara virtual di Instagram. Analisis data menggunakan analisis hacking yang merupakan teknik analisis data yang mendukung. Online Research Methods. Analisis hacking memiliki asumsi dasar realitas virtual yang merupakan peretasan pengguna internet lewat praktek sosial. Praktek tersebut adalah konstruksi diskursif berupa jargon file melalui statement serta perilaku blogging. Perilaku blogging yakni spam melalui foto/video, penggunaan tag, hastag dan geotagging. Kemudian pada non-diskursif yang diproduksi yakni agresi agloritma yang terkhususkan pada kegunaan online tools. Online tools yang ada pada Instagram

adalah search engine, follower, following, member, dan feed. Tools ini berguna untuk menghubungkan pengguna satu dengan pengguna yang lain pada sebuah akun (Jacky, 2012).

## PEMBAHASAN

### A. Perilaku Blogging Mahasiswa Unesa Pengguna Instagram

Keberadaan Instagram berhasil memberikan tempat bagi pengguna berbagi informasi apapun. Tak hanya sekedar informasi, namun juga untuk menunjukkan eksistensi. Melalui adanya akun komunitas “@mahasiswa\_unesa” ataupun yang lain mahasiswa berhasil memanfaatkan keberadaan akun sebagai tempat mengeksistensikan diri. Ruang publik virtual yang bersifat bebas menjadikan pengguna leluasa mengembangkan serta menciptakan apapun yang dapat mempengaruhi opini publik. Peneliti melakukan pengamatan dengan meretas (hacked) secara virtual untuk mengetahui bagaimana perilaku serta strategi mahasiswa pengguna Instagram. Teknik analisis hacking yang memanfaatkan adanya web 2.0 ini ditetapkan melalui dua konstruksi yang berbeda. Pertama konstruksi non-diskursif yang diproduksi melalui agregasi algoritma. Kedua konstruksi diskursif diproduksi melalui jargon file dan tindakan blogging/perilaku blogging.

Perilaku blogging ini dilakukan akun mahasiswa Unesa dengan memproduksi jargon file dan melakukan tindakan blogging. Jargon file yang diproduksi mahasiswa Unesa diantaranya jargon “I am photograprer” yang diproduksi @dianto\_einstein. Kedua adalah jargon file “Hijabers kekinian” diproduksi oleh @divekdwi. Kemudian jargon “wanita inspirasi, smart people” yang diproduksi oleh @rizkidwiantari. Jargon yang terakhir adalah “anak muda kekinian” yang diproduksi oleh @shifaul\_jannah. Jargon dan perilaku blogging ini dapat ditemukan melalui statement dalam kotak biografi, caption ataupun foto/vidio. Mahasiswa pengguna Instagram kemudian menjadikan jargon file sebagai salah satu kekuatan untuk memperkuat identitas diri.

Blogger memperluas dukungan melalui praktek sosial dengan mencari basis massa dengan mengundang member. Hal ini dapat membantu blogger untuk memperluas persetujuan publik. Pada praktek ini, blogger melakukannya dengan menggunakan mention, tag, spam, hashtag, dan juga geotagging. Perluasan basis massa oleh mahasiswa Unesa pengguna Instagram ini merupakan usaha untuk mendapatkan eksistensi diri.

Pada konstruksi non-diskursif di produksi oleh agresi algoritma yang terkhususkan pada kegunaan online tools. Online tools pada Instagram adalah follower dan following. Tools ini berguna untuk mengikuti pengguna lain. Seseorang yang menjadi follower berarti telah menjadi member pada sebuah

akun yang di ikutinya. Dengan menjadi member akun, dengan mudah kita mengetahui segala kegiatan yang dilakukan oleh pemilik akun.

### B. Manajemen Kesan Mahasiswa Unesa Pengguna Instagram

Keberhasilan para mahasiswa Unesa pengguna Instagram yang masuk dan di-repost oleh akun komunitas bergengsi. Menggiring dan mengharuskan mereka menampilkan kualitas diri yang baik dan menarik pada akun Instagram pribadinya. Menyadari jika pengunjung yang akan mengunjungi akun pribadinya akan lebih banyak dari sebelumnya. Penataan dalam akun Instagramnya dilakukannya tidak dalam keadaan spontan. Penataan yang dilakukan oleh pengguna akun menjadi terstruktur rapi. Joseph Dominick menyatakan tampilan media sosial ditata rapi selayaknya sebuah ruang tamu, bahkan kamar untuk para pengunjungnya. (Sage, 1999). Goffman dalam mengalisa manajemen kesan masih menggunakan kerangka dramaturgi. Asumsinya adalah individu mahir memainkan peranan yang sebagian ditemukan merupakan reaksi terhadap berbagai hambatan struktural. (Margaret, 2003) Goffman yang dalam bukunya *Presentation of Self in Everyday Life* (1959) memberikan penjelasan tentang syarat yang perlu dipenuhi bila individu dalam mengelola kesan. Syarat yang ada dalam front mencakup tiga aspek penting yaitu panggung (setting), penampilan (appearance), dan gaya (manner) (Calhoun, 2012).

#### 1. Pengelolaan kesan “Smart”

Pengelolaan kesan merupakan teknik yang digunakan untuk memupuk kesan dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Pemilihan latar atau tempat sangat menentukan proses pengelolaan kesan yang dilakukan oleh mahasiswa. Pengelolaan kesan smart ini dikelola oleh akun @rizkidwiantari. Pengguna akun ini mengelola kesan dengan mempertahankan pertunjukan untuk penghuni yang ada di akun Instagramnya. Penghuni Instagram merupakan yang terikat dalam member (following dan follower). Ikatan ini menghubungkan satu sama lain dengan bebas. Kegiatan mengunggah momen akan terlihat dan muncul pada beranda yang terikat dalam member suatu akun.

Kesan tersebut teridentifikasi melalui komentar yang ada pada foto pengguna akun. Kesan smart teridentifikasi pada komentar “tetep rendah hati yo dek” atau “semoga sukses mempromosikan nasi pecel Madiunnya Nimas”. Ini diberikan pengguna lain dalam foto yang menggambarkan @rizkidwiantari berhasil meraih prestasi. Ini juga diperolehnya ketika mendapatkan juara Duta pariwisata dan Nimass Kab. Madiun beberapa tahun lalu.

Pencapaian prestasi pengguna akun ini serta pembawaan pribadi bijaksana dan smart menjadikan pengguna lain kagum. Sehingga pengguna lain benar-benar meyakini dan percaya atas kesan smart yang

dikelola oleh pengguna akun. Komentar dalam bentuk dukungan menandakan manajemen kesan pengguna akun ini berhasil mencapai tujuan yang diharapkan.

## 2. Pengelolaan kesan “Kekinian dan Islami”

Kesan kekinian dan islami dikelola oleh akun @divekdwi dan @shifaul\_jannah. Arti kata kekinian menurut KBBI adalah keadaan terkini atau sekarang. Kata atau istilah kekinian ini muncul dikalangan anak muda jaman sekarang. Kekinian disini artinya adalah suatu hal yang sedang trend atau terbaru. Terkhususkan pada Instagram hal-hal yang berbau kekinian ini ada dalam foto, bahasa, bahkan nama akun. Hal kekinian yang diangkat oleh akun lebih pada foto, tampilan dan bahasa caption maupun bio. Indikasi foto dan tampilan feed kekinian ini bisa dilihat dari penggunaan filter ketika mengedit gambar. Filter ini merupakan efek yang bisa menghasilkan berbagai efek cahaya, perubahan warna dan lain sebagainya. Foto kekinian di Instagram saat ini adalah foto dengan penggunaan filter dengan tone cahaya redup. Ini menimbulkan kesan vintage yang sangat menarik.

Identifikasi kesan kekinian ini terlihat dalam komentar “caption-nya super kak”. Ini adalah komentarr yang ada dalam foto di akun @divekdwi. Komentar tentang caption tersebut ada dalam foto. Membahas tentang islami dan cinta. “Tanwin ketemu huruf ba’ itu iqlab, kalo adek ketemu abang baru deh namanya ijab”. Caption ini memiliki pesan tersendiri. Dimana pengguna ingin menyampaikan tentang sebuah pernikahan.

Ikatan member yang dimiliki oleh @divekdwi salah satunya yang paling dominan adalah akun tentang islami. Kemudian pengguna berusaha mengelola kesan tersebut melalui caption dan bio yang menuliskan tentang hal islami. Salah satu foto pada feed akun Instagramnya tampak mengenakan pakaian hijab syar’i dan mengenakan cadar.

## 3. Pengelolaan kesan “Photographer”

Pengelolaan kesan photographer ditunjukkan oleh pengguna @diaonto\_einstein. Pengguna memilih menampilkan foto-foto hasil jepretannya mulai dari foto pemandangan (landscape), pernikahan (wedding) dan sebagainya. @dianto\_einstein melalui keindahan foto yang dihasilkannya membuat akun pribadinya masuk dalam beberapa akun komunitas fotografi. Kesan ini juga digunakan sebagai pendukung yang dimiliki pengguna yakni “iam photogaper”.

Identifikasi manajemen kesan ini dapat diketahui melalui komentar yang didapat pengguna foto yang diunggah. Komentar yang diberikan oleh pengguna lain ini kebanyakan berupa dukungan ataupun pujian. Komentar “ keren “, atau “sharp shot” “foto keren, caption keren, jempol banget deh kak”. Komentar-komentar tersebut merupakan bentuk pujian sekaligus dukungan yang diberikan dari pengguna lain.

## C. Strategi Eksistensi Diri Mahasiswa Unesa pengguna Instagram

Mendapatkan banyak respon berupa like, komentar, follower ataupun reposting seakan menjadi tujuan tersendiri bagi blogger. Ketika respon yang didapatkan mencapai lebih dari biasanya maka akan muncul kebanggaan tersendiri bagi pengguna. Terlebih banyaknya follower yang didapatkan, bisa dikatakan follower adalah nyawa bagi pemilik akun tersebut. Tanpa adanya follower pengguna tidak akan bisa mendapatkan like dan juga menunjukkan eksistensinya. Eksistensi erat kaitannya dengan pengakuan keberadaan. J.P Chaplin menjelaskan eksistensi merupakan pandangan mengenai keberadaan manusia, situasinya, kebebasannya memilih tujuan kehidupan dan berusaha memahami (J.P. Chaplin, 2000).

Keempat pengguna yang menjadi subjek melakukan strategi tersebut dengan melakukan blogging, memanfaatkan fitur pada Instagram. Blogging yang dilakukan adalah dengan spam menggunakan tag, hashtag, mention. Bertujuan memperluas opini publik terhadap pengelolaan kesan dan jargon yang telah diciptakan oleh blogger. Jargon dipergunakan untuk memperkuat serta meyakinkan pada penghuni atas pengelolaan kesan yang diciptakan pemilik akun. Keempat pengguna melakukan spam tersebut sesuai dengan jargon. Pengelolaan kesan yang diciptakan secara berulang dengan jumlah penggunaan tag, hashtag, dan mention yang melebihi batas. Blogging ini berhasil membuat pengguna dikenali oleh yang ia sebutkan dalam tag, hashtag maupun mention. Eksistensi diri pengguna berhasil didapatkan ketika foto di-reposting akun komunitas lain tak hanya akun komunitas mahasiswa Unesa. Kegiatan reposting ini biasanya dilakukan dengan menyertakan nama akun pengunggah foto. Kegiatan tersebut akan membuat nama akun pengguna akan tersebar dan lebih banyak diketahui oleh pengguna lain.

Strategi eksistensi tak hanya dapat dilakukan melalui blogging dengan spam tag, hashtag, dan mention. Tak hanya itu namun juga dengan spam unggahan foto/video pada akun pribadinya. Ini dilakukan oleh pengguna @rizkidwiantarti dan @dianto\_einstein. Kedua pengguna melakukan spam dengan mengunggah beberapa foto, momen, tema dan jangka waktu pendek. Bahkan juga menggunakan spam tag, hashtag, dan mention. Blogosphere yang luas akan menguhungkan satu sama lain menjadikan pengguna dalam foto ini mudah ditemukan. Spam dengan menggunakan hashtag pada unggahan foto ini menjadikan pengguna mudah terdeteksi. Jika pengguna lain melakukan pencarian pada search engine dengan hashtag yang berkaitan dengan pengguna tersebut. Pengakuan keberadaan atau eksis ketika memiliki banyak respon di media sosial tentu salah satunya follower. Keberhasilan memperluas pengelolaan kesan serta jargon yang diciptakan, akan

mengundang respon pengguna lain. Untuk sekedar mengikuti, memberikan like, komentaraupun reposting. Dari keempat subjek penelitian, pengguna berhasil mendapatkan respon yang berupa follower, like, komentar bahkan reposting. Reposting yang didapatkan tak hanya dari akun komunitas @mahasiswa\_unesa, namun reposting dari akun-akun komunitas lainnya. Instagram dalam hal ini memiliki fungsi yang mutlak bagi mahasiswa Unesa. Pengguna Instagram untuk memperoleh eksistensi diri dengan usahanya dalam mengelola kesan.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan penelitian terhadap manajemen kesan mahasiswa pengguna Instagram. Pada akun Instagram komunitas Universitas Negeri Surabaya sebagai ajang penunjukan eksistensi diri. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa proses pengelolaan kesan, unsur setting, penampilan juga gaya sesuai kesan yang ingin ditampilkan sangat mempengaruhi keberhasilan manajemen kesan yang dibangun. Identifikasi manajemen kesan yang dibangun oleh mahasiswa Unesa pengguna Instagram diantaranya adalah kesan sebagai pribadi yang “smart” dibangun oleh mahasiswa berprestasi di bidang non akademik. “kekinian” dibangun oleh mahasiswa milenial kekinian. “Photographer” dibangun oleh mahasiswa dengan hobi fotografi. “islami” dibangun oleh mahasiswi muslimah yang mengangkat tema islami. Usaha dalam membangun eksistensi diri, mahasiswa Unesa pengguna Instagram menyebarkan pengelolaan kesan tersebut untuk memperoleh massa dengan memanfaatkan adanya penggunaan fitur pada Instagram yakni dengan menggunakan tindakan spam tag, hashtag, mention, dan juga spam unggahan foto/video. Respon yang diperoleh yakni follower, like, komentar, dan juga reposting merupakan bentuk dari keberhasilan pengguna dalam mendapatkan eksistensi diri.

### DAFTAR PUSTAKA

Balitbang SDM Kominfo. 2013. *Dinamika Perkembangan Pemanfaatan Teknologi Komunikasi Serta Implikasinya di Masyarakat*. Jakarta : Media Bangsa.

Calhoun, Craig., Gertes, Joseph., Moody, Jmaes., et al. 2012. *Contemporary Sociological Theory*. Amerika Serikat : Wiley Blackwell.

Chaplin, J.P. 2000. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : Rajawali..

Dailysocial.id. 21 Januari 2016. *Survei: instagram Kini Lebih Populer ketimbang Twitter di Indonesia*. <https://www.google.co.id/amp/s/dailysocial.id/post/survei-instagram-kini-lebih-populer->

[ketimbang-twitter-di-indonesia/%3famp=1](https://www.google.co.id/amp/s/dailysocial.id/post/survei-instagram-kini-lebih-populer-ketimbang-twitter-di-indonesia/%3famp=1).

H.W, Smith. 2003. *What Matters Most Hal-Hal yang Paling Utama*. Jakarta. Binarupa Aksarra.

Margaret M. Paloma. 2003. *Kontemporer*. Depok. Rajawali.

M. Jacky. 2012. *Analisis Hacking Terhadap Blogger dan Demokrasidi Blogosphere Indonesia : Kritik Terhadap Teori Habermas*. Universitas Airlangga. Repository.unair.ac.id/40844.

Pribadi, Farid. 2018. *Komodifikasi Derita Korban Bencana*. The Journal of Society & Media. Vol. 2(2)

Sage Journals. 1 Desember 1999. *Who Do You Think You Are? Personal Home Pages and Self-Presentation on the Worl Wide Web*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/10776990997600403>.

Tribun News. 15 Januari 2016. *Mayoritas Pengguna Aktif Instagram di Inndonesia Adalah Anak Muda*. <https://www.google.co.id/amp/m.tribunnews.com/amp/techno/2016/01/15/mayoritas-pengguna-aktif-instagramdi-indonesia-adalahanak>

Utami, Diyah., Jacky,M., Listyani, Refti Handini. 2017. *Pencegahan Praktik Prostitusi Online Melalui Lembaga Sekolah Dan Keluarga*. The Journal of Society & Media. Vol. 1(2) hlm. 67-74.

Wordpress. 27 November 2010. *Definisi & Konsep Web 2.0*. <https://www.google.co.id/amp/slusieka.wordpress.com/2010/11/27/definisi-konsep-web-2-0/amp/>.

World Scientific News. 2015. *Art of Impression Management on Social Media*. [www.worldscientificnews.com](http://www.worldscientificnews.com).