

**NEGOSIASI IDENTITAS DI INSTAGRAM UNTUK MENGHADAPI
STIGMA SOSIAL**

(Studi kasus wanita mantan pengguna narkoba di Bandung)

SKRIPSI

Diajukan sebagai bagian dari persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana



Oleh:

Siti Anita

NIM 1507227

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2019**

**NEGOSIASI IDENTITAS DI INSTAGRAM UNTUK MENGHADAPI
STIGMA SOSIAL**

(Studi Kasus Wanita Mantan Pengguna Narkoba di Bandung)

Oleh

Siti Anita

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Siti Anita 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Desember 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-undang Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN

SITI ANITA

NIM. 1507227

**NEGOSIASI IDENTITAS DI INSTAGRAM UNTUK MENGHADAPI
STIGMA SOSIAL**

(Studi Kasus Wanita Mantan Pengguna Narkoba Di Bandung)

Disetujui dan disahkan oleh:

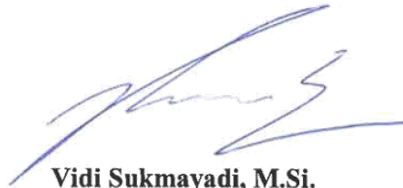
Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si.

NIP. 196201271988031001

Pembimbing II,



Vidi Sukmayadi, M.Si.

NIP. 198210222014041001

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.

NIP. 196209261989041001

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji negosiasi identitas wanita mantan pengguna narkoba di Bandung melalui media sosial Instagram untuk menghadapi stigma sosial. Penelitian ini penting karena penelitian ini mencoba mengkaji bagaimana pencitraan sosial dalam melawan stigma. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis motivasi wanita mantan pengguna narkoba dalam menggunakan Instagram dan untuk menganalisis negosiasi identitas yang dilakukan wanita mantan pengguna narkoba di Instagram. Penelitian ini dilakukan karena melihat banyaknya korban dari mantan pengguna narkoba yang mendapatkan stigma dari masyarakat. Oleh karena itu, negosiasi identitas dilakukan untuk memperbaiki citra diri wanita mantan pengguna narkoba agar dinilai positif dan diterima di lingkungan masyarakat umum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam pada dua orang wanita mantan pengguna narkoba yang berdomisili di Bandung dan melakukan studi dokumentasi pada akun Instagram narasumber. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis tematik. Hasil temuan menunjukkan kesatu, motivasi wanita mantan pengguna narkoba menggunakan Instagram adalah sebagai album virtual, berbagi foto dan video kegiatan dan untuk mencari informasi. Kedua, negosiasi identitas yang dilakukan wanita mantan pengguna narkoba di Instagram yaitu dengan menampilkan identitas yang positif, diantaranya dengan menampilkan identitas baru sebagai seorang ibu yang baik dan menunjukkan kegiatan-kegiatan positif yang dilakukan seperti di bidang olahraga maupun kerjaan. Pembangunan citra positif yang dilakukan informan dapat dikatakan berhasil dengan banyaknya penilaian positif dari teman offline maupun online setelah melihat aktivitas serta postingan narasumber yang diunggah di Instagram.

Kata Kunci : Negosiasi Identitas, Instagram, Stigma Sosial, Wanita Mantan Pengguna Narkoba

ABSTRACT

This study examined the identity negotiation of women ex-drug users in Bandung through social media 'Instagram' to deal with social stigma. This study was trying to examine how social imaging in battle against stigma. The focus of the study is to determine women ex-drug users' motivation on using Instagram and to analyze the identity negotiation which was conducted by women ex-drug users' on Instagram. This study was conducted as many victims of women ex-drug users who were accused by social stigma in community. Therefore, identity negotiation was conducted in order to improve women ex-drug users' self-images as for gaining positive image and being accepted in public society. This study used qualitative research approach by conducting in-depth interviews of two women who used to be drug users living in Bandung and conducting a documentation study on interviewees' Instagram account. The findings were analyzed by using thematic analysis technique. The result showed that first, women ex-drug users' using Instagram as a virtual album to share photos and videos also to search for some information. Second, the identity negotiation was carried out by women ex-drug users by presenting a positive identity, i.e. as a good mother who does some positive activities such as doing some sports and works. Positive image development which was showed by the informants could be said quite successful by high frequent of positive assessment from offline and online friends after seeing the uploaded activities and feeds of the informants on Instagram.

Keywords : Identity Negotiation, Instagram, Social Stigma, Women Ex-Drug Users.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2 Manfaat Empiris.....	9
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Negosiasi Identitas	11
2.1.1 Pendekatan Perilaku	12
2.1.2 Pendekatan Kepribadian.....	12
2.1.3 Pendekatan Interaksionis.....	13
2.2 Prinsip Proses Negosiasi Identitas	14
2.2.1 Kejelasan	14
2.2.2 Kerjasama.....	16
2.2.3 Kontinuitas	16
2.2.4 Kesesuaian.....	16
2.3 Negosiasi Identitas Melalui Media Virtual	17
2.4 Instagram sebagai Media Negosiasi Identitas	18
2.5 Media Sosial sebagai Strategi Koping	20
2.6 Stigma	23

2.6.1 Stigma Wanita Mantan Pengguna Narkoba	24
2.7 Penelitian Terdahulu	26
2.8 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.1.1 Pendekatan Penelitian	34
3.1.2 Metode dan Strategi Penelitian	35
3.2 Partisipan.....	36
3.3 Instrumen Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Wawancara.....	38
3.4.2 Studi Dokumentasi	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.6 Kriteria Keabsahan Data	41
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Partisipan.....	44
4.1.1 Profil Informan Utama AH	44
4.1.2 Profil Informan Utama ED.....	45
4.1.3 Profil Informan Pendukung	46
4.2 Deskripsi Temuan Penelitian	46
4.2.1 Motivasi Menggunakan Instagram.....	47
4.2.1.1 Pengalaman Penggunaan Narkoba.....	51
4.2.1.1.1 Mulai Itu Mudah Berhenti Itu Sulit.....	51
4.2.1.1.2 Menghindari Masalah Melalui Cara yang Salah.....	53
4.2.1.1.3 Kenikmatan yang Sesaat	55
4.2.1.1.4 Bentuk Ekspresi Diri	57
4.2.1.2 Stigma Wanita Pengguna Narkoba	58
4.2.1.2.1 Pelaku dan Bentuk Stigma	59
4.2.1.3 Instagram sebagai Media Negosiasi Identitas	61
4.2.1.3.1 Instagram Mempengaruhi Persepsi Orang Lain.....	63
4.2.1.3.2 Instagram Memiliki Peran Koping.....	65
4.2.2 Negosiasi Identitas di Instagram	68
4.2.2.1 Kejelasan dalam Menampilkan Image di Instagram	69
4.2.2.1.1 Signifikansi Caption dengan Image yang Ditampilkan ..	74

4.2.2.1.2 Pesan yang Disampaikan di Instagram	76
4.2.2.1.3 Menampilkan Identitas Baru	80
4.2.2.2 Kesesuaian Identitas yang Dinegosiasikan	85
4.2.2.2.1 Instagram sebagai Media Rebranding	86
4.2.2.3 Kontinuitas dalam Bernegosiasi	88
4.2.2.3.1 Konsistensi dalam Menampilkan Image di Instagram	88
4.2.2.4 Kerjasama dengan Mitra Negosiasi	92
4.2.2.4.1 Langkah Awal untuk Kembali	93
4.2.3 Pembangunan Citra Positif.....	95
4.2.3.1 Zaman Pembuktian.....	95
4.2.3.2 Dukungan Dari Teman Online	98
4.3 Model Proses Negosiasi Identitas	101
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	102
5.1 Simpulan	102
5.1.1 Motivasi Menggunakan Instagram.....	102
5.1.2 Pembangunan Citra Positif.....	102
5.1.3 Negosiasi Identitas Wanita Mantan Pengguna Narkoba di Instagram untuk Menghadapi Stigma Sosial.....	102
5.2 Implikasi.....	103
5.2.1 Implikasi Akademis	103
5.2.2 Implikasi Praktis.....	103
5.3 Rekomendasi.....	103
5.3.1 Rekomendasi Akademis.....	103
5.3.2 Rekomendasi Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Informan Utama	37
Tabel 3.2	Informan Pendukung	37
Tabel 3.3	Data Wawancara Informan	39
Tabel 4.1	Temuan dan Pembahasan Motivasi Menggunakan Instagram	47
Tabel 4.2	Motivasi Menggunakan Instagram	50
Tabel 4.3	Mulai Itu Mudah Berhenti Itu Sulit	52
Tabel 4.4	Menghindari Masalah Melalui Cara yang Salah	54
Tabel 4.5	Kenikmatan yang Sesaat	56
Tabel 4.6	Bentuk Ekspresi Diri	58
Tabel 4.7	Pelaku dan Bentuk Stigma	61
Tabel 4.8	Instagram Mempengaruhi Persepsi Orang Lain	65
Tabel 4.9	Instagram Memiliki Peran Koping	67
Tabel 4.10	Temuan dan Pembahasan Negosiasi Identitas	68
Tabel 4.11	Image yang Ditampilkan di Instagram	74
Tabel 4.12	Signifikansi Caption dengan Image yang Ditampilkan	76
Tabel 4.13	Pesan yang Disampaikan di Instagram	80
Tabel 4.14	Menampilkan Identitas Baru	85
Tabel 4.15	Instagram sebagai Media Rebranding	88
Tabel 4.16	Konsistensi dalam Menampilkan Image di Instagram	92
Tabel 4.17	Langkah Awal untuk Kembali	94
Tabel 4.18	Zaman Pembuktian	98
Tabel 4.19	Dukungan Dari Teman Online	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4.1	Tampilan Beranda Instagram AH	44
Gambar 4.2	Tampilan Beranda Instagram ED.....	45
Gambar 4.3	Image yang Ditampilkan AH	71
Gambar 4.4	Image Prestasi yang Ditampilkan ED	72
Gambar 4.5	Image ED sebagai Ibu yang Baik.....	73
Gambar 4.6	Postingan Foto/Video AH Terbaru	77
Gambar 4.7	Postingan Foto/Video AH Lama.....	78
Gambar 4.8	Caption Pelajaran Hidup	79
Gambar 4.9	Identitas Baru AH	82
Gambar 4.10	ED Latihan Tinju	83
Gambar 4.11	ED Melatih Futsal	84
Gambar 4.12	Postingan Instagram AH	89
Gambar 4.13	Konsistensi dalam Menampilkan Image ED di Instagram.....	91
Gambar 4.14	Aktivitas ED.....	97
Gambar 4.15	Dukungan Teman Online AH	99
Gambar 4.16	Dukungan Teman Online ED.....	100
Gambar 4.17	Model Proses Negosiasi Identitas	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Verbatim (Reduksi dan Koding) Informan Utama

Lampiran 2. Membercheck

Lampiran 3. Pedoman Wawancara Informan Utama

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

DAFTAR PUSTAKA

Buku/ Ebook:

- Bailey, Benjamin H. (2002). *Language, Race and Negotiation of Identity A Study of Dominican Americans*. New York: LFB Scholarly Publishing LLC.
- Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bryant, A. dan Akerman, A. (2009). *Finding Mii: Virtual Social Identity and the Young Consumer, in Virtual Social Identity and Consumer Behavior*, NY: M. E. Sharpe, 127-140.
- Chiaravalle, Bill dan Barbara Findlay S. (2007). *Branding for Dummies*. Hoboken: Wiley Publishing.
- Goffman, Erving. (1963). *Stigma Notes on the Management of Spoiled Identity*. By Prentice-Hall, Inc.
- Gudykunst, William B. dan Bella Mody. (2002). *Handbook of International and Intercultural Communication 2nd Edition*. United States of Amerika, Sage.
- Ha, Phan Le. (2008). *Teaching English as an International Language Identity, Resistance and Negotiation*. Great Britain: The Cromwell Press Ltd.
- Herdiansyah, Haris. (2013). *Wawancara, Observasi dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jonker, Louis. (2011). *Texts, Contexts and Readings in Postexilic Literature*. Germany: Mohr Siebeck, Tubingen.
- Kotler, Phillip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mazzarella, Sharon R. (2005). *Girl Wide Web: Girls, The Internet, and The Negotiation of Identity*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.

- Miller, Carol T. (2006). *Social Psychological Perspectives on Coping with Stressors Related to Stigma*. in Levin, Shana and Laar, Colette Van. *Stigma and Group Inequality Social Psychological Perspectives*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers.
- Morissan, dkk. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2018). *Etnogravi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Priandono, Tito Edy. (2014). *Komunikasi Dalam Keberagaman*. Bandung: Departemen Ilmu Komunikasi FPIPS UPI.
- Raco, J.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo.
- Rasmun. (2004). *Stres, Koping, dan Adaptasi Teori dan Pohon Masalah Keperawatan*. Jakarta: CV Agung Seto.
- Riessman, C.K. (1993). *Narrative Analysis Qualitative Research Methods Volume 30*. California: Sage Publications, Inc.
- Saldana, Johnny. (2015). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. California: Sage Publications, Inc.
- Sanders, Jolene M. (2014). *Women in Narcotics Anonymous: Overcoming Stigma and Shame*. United States: Published by Palgrave Macmillan.
- Siswanto. (2007). *Kesehatan Mental Konsep, Cakupan dan Perkembangan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suwatno. (2018). *Komunikasi Organisasi Kontemporer*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Swann, W.B.J.R, dan Bosson, J.K. (2008.) *Identity Negotiation: A Theory of Self and Social Interaction*. In O.P. John, R.W. Robins, dan L.A. Pervin (Eds),

Handbook of Personality: Theory and Research (pp. 448-471). New York, NY, VS: The Guilford Press.

Trusted, Jennifer. (2002). *Moral Principles and Social Values*. Published in the Taylor & Francis E-Library.

Zarella, Dan. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Published by O'Reilly Media, Inc.

Zimmer, Michael dan Anthony Hoffman. (2011). Privacy, Context, and Oversharing: Reputational Challenges in a Web 2.0 World, in the Reputation Society: How Online Opinions Are Reshaping the Offline World, ed. Hassan Masum and Mark Tovey, Cambridge, MA: MIT Press, 175-184.

Jurnal:

Akram, W. dan Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effect of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 346-354.

Analisa dan Kurniasari. (2015). Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita. *Komunikasi*, IX(02), 203-219.

Ayun, Primada Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Social dalam Membentuk Identitas. *Channel Jurnal Komunikasi*, 3(2), 1-16.

Braun, V. dan Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

Earnshaw, Valerie, Laramie Smith, dan Michael Copenhaver. (2013). Drug Addiction Stigma in the Context of Methadone Maintenance Therapy: An Investigation into Understudied Sources of Stigma. *International Journal Ment Health Addiction*, 11, 110-122.

- Geiger, B., dan Fischer, M. (2003). Female Repeat Offenders Negotiating Identity. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 47, 496-515.
- Hum, dkk. (2011). A Picture is Worth a Thousand Words: A Content Analysis of Facebook Profile Photographs. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1828-1833.
- Ingen, dkk. (2015). Online Coping After Negative Life Events: Measurement, Prevalence, and Relation with Internet Activities and Well-Being. *Social Science Computer Review*, 34(5), 1-19.
- Johnson, Katryna. (2017). The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage Their Personal Brand. *Research Institute for Progression of Knowledge*, 4(1), 20-27.
- Jordan, T. (1999). Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet. *Contemporary Sociology*, 31, (3), 58-72.
- Kaplan, A.M. dan Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1/2), 59-68.
- Kertamukti, Rama. (2015). Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 8(1), 56-66.
- Kibtyah, Maryatul. (2015). Pendekatan Bimbingan dan Konseling Bagi Korban Pengguna Narkoba, 35(1), 52-77.
- Kim, Heewan. (2014). Enacted Social Support on Social Media and Subjective Well Being. *International Journal of Communication*, 8, 2201-2221.
- Lailiyah, Nuriyatul. (2015). Presentasi Diri Netizen dalam Konstruksi Identitas di Media Sosial dan Kehidupan Nyata. *Jurnal Ilmu Sosial*, 14(2), 20-35.
- Lee, Nayeong dan Boeri, Miriam. (2017). Managing Stigma: Women Drug User and Recovery Services. *Fusio*, 1(2), 65-94.

- Lee, dkk. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(9), 552-556.
- Leung, L. (2002). Loneliness, Self-Disclosure, and ICQ ('I Seek You') Use. *CyberPsychology and Behavior*, 5(3), 241-252.
- Lloyd, Charlie. (2013). The stigmatization of problem drug users: A narrative literature review. *Drugs: Education, Prevention And Policy*, 20(2), 85-95.
- Locatelli, Elisabetta. (2017). Images of Breastfeeding on Instagram: Self-Representation, Publicness, and Privacy Management. *Social Media+Society*, 1-14.
- Lomborg, Stine. (2017). A State of Flux: Histories of Social Media Research. *European Journal of Communication*, 32(1), 6-15.
- Mafazi, Naufal dan Nuqul, Fathul. 2017. Perilaku Virtual Remaja : Strategi Coping, Harga Diri, dan Pengungkapan Diri dalam Jejaring Sosial Online. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 128-137.
- Malkoc, Asude dan Ilhan Yakin. (2015). Relationships Among Resilience, Social Support, Coping, and Psychological Well-Being Among University Students. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 5(43), 35-43.
- Marshall, dkk. 2018. Female Bodybuilders on Instagram: Negotiating an Empowered Feminity. *Feminism & Psychology*, 0(0), 1-24.
- O'Connell, David. 2018. #Selfie: Instagram and the United States Congress. *Social Media+Society*, 1(17), 1-17.
- Ohannessian, dkk. (2017). Social Media Use and Substance Use During Emerging Adulthood. *Emerging Adulthood*, 5(5), 1-7.
- Ollerenshaw, Jo Anne dan Creswell, John W. (2002). Narrative Research: A Comparison of Two Restorying Data Analysis Approaches. *Qualitative Inquiry*, 8(3), 329-347.

- Olphen, Juliana, dkk. (2009). Nowhere to go: How stigma limits the options of female drug users after release from jail. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 4(10), 1-10.
- Peshkin, A. (1993). The goodness of qualitative research. *Educational Researcher*, 22(2), 23-29.
- Petruca, Irina. (2016). Personal Branding Through Social Media. *International Journal of Communication Research*, 6(4), 389-392.
- Putri, Evania. (2016). Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 80-97.
- Rachmawati , A. dan Yuni N. (2018). Dukungan Sosial Teman Virtual Melalui Media Instagram Pada Remaja Akhir. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 6(1), 111-130.
- Rahayu, dkk. (2014). Aplikasi Gay: Perjuangan dan Ruang Negosiasi Identitas Bagi Kaum Gay Muda di Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 3(2), 99-109.
- Read, dkk. (2015). Negotiating Identity : A Qualitative Analysis of Stigma and Support Seeking for Individuals with Cerebral Palsy. *Disabil Rehabil*, 37(13), 1162-1169.
- Rosenberg, J. dan Egbert, N. (2011). Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook. *Journal of Computer Mediated Communication*, 1(7), 1-18.
- Rosson, M. (1999). I Get by With A Little Help From My Cyber-Friends: Sharing Stories of Good and Bad Times on The Web. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(4), 8-16.
- Smith, R. (2011). Stigma, Communication and Health (2ed). *Routledge Handbook of Health Communication*, 455-468.

- Sukmayadi, V. dan R. Effendy. (2018). Social Media Emotion in Politics. An Indonesian Case Study of Political Environment of Facebook. *Earth and Environmental Science*, 145, 1-7.
- Swann, William B. (1987). Identity Negotiation: Where Two Roads Meet. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(6), 1038-1051.
- Tashmin, Nushrat. (2016). Art of Impression Management on Social Media. *World Scientific News*, 30, 89-102.
- Tong, dkk. (2008). Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13, 531-549.
- Van Dijck, J. (2008). Digital Photography: Communication, Identity and Memory. *Visual Communication*, 7(1), 57-76.
- Vangelisti, A.L. (2009). Challenges in Conceptualizing Social Support. *Journal of Social and Personal Relationship*, 26(1), 39-51.
- Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Watkins, Brandi dan Lee, Jason. (2016). Communicating Brand Identity on Social Media: A Case Study of the Use of Instagram and Twitter for Collegiate Athletic Branding. *International Journal of Sport Communication*, 9, 476-478.
- Winston, J. (2013). Photography in The Age of Facebook. *Intersect*, 6(2), 1-11.
- Xu, Mengxuan Annie dan Gail Blair Storr. (2012). Learning the Concept of Researcher as Instrument in Qualitative Research. *The Qualitative Report*, 17(42), 1-8.
- Zappavigna, M. (2016). Social Media Photography: Construing Subjectivity in Instagram Images. *Visual Communication*, 15(3), 271-292.

Sumber Lainnya:

Hyder. 2014. Dikutip dari <https://www.forbes.com/sites/shamahyder/2014/08/18/7-things-you-can-do-to-build-an-awesome-personal-brand/#181e325b3c3a>

Moerti, Wisnoe. 2017. Dikutip dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-bnn-25000-pemuda-kota-bandung-pengguna-narkoba.html>

Smith, Aaron dan Monica Anderson. 2018. Dikutip dari <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>