

IDENTITAS VIRTUAL PADA @Jjergaf DALAM MEDIA SOSIAL TWITTER

Oleh :

Dewi Puspitarini Larasati

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

korespondensi : dewipuspitaa91@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of my research is to explain virtual identity on Cyberaccounts on social media Twitter. The concepts used in this research are virtual identity, and CMC (Computer Mediated Communication). The method used in this study is qualitative with a digital ethnographic approach. The data collection technique used in this research is documentation observation. Observations were made on the activity of Cyber Account @jjergaf. The results of this study indicate that the @jjergaf account is included in the pseudonym category. The existence of accounts that use fake credentials is widely used, especially on the Twitter platform.

Keywords: Pseudonym accounts, Interpersonal Communication, Computer Mediated Social Twitter is widely used by Cyber Account users to maintain privacy and fake identity, Communications (CMC)

ABSTRAK

Tujuan penelitan saya menjelaskan tentang identitas virtual pada Cyberakun di media sosial Twitter.. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah identitas virtual, dan CMC (Computer Mediated Communication). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan etnografi digital. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dokumentasi. Observasi dilakukan pada aktivitas Cyber Account @jjergaf. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun @jjergaf termasuk dalam kategori pseudonym. Keberadaan akun yang menggunakan kredensial palsu banyak digunakan, terutama di platform Twitter.

Kata Kunci: Akun pseudonym, Komunikasi Antarpersonal, Computer Mediated sosial Twitter banyak digunakan oleh para pengguna Cyber Account untuk menjaga privasi dan memalsukan identitas diri. Communication (CMC)

PENDAHULUAN

Perkembangan media teknologi informasi dan komunikasi saat ini menunjukkan banyaknya media komunikasi yang beredar di masyarakat. Teknologi yang cepat serta instan atau mudah dalam berkomunikasi adalah Internet karena begitu banyaknya inovasi dalam media yang marak di masyarakat saat ini. Dengan adanya internet maka timbul lah beberapa jaringan social yang baru atau bisa dikenal dengan media sosial.

Adanya media sosial dapat merubah persepsi masyarakat dalam

berkomunikasi. Dengan adanya sosial media, komunikasi mudah dilakukan tanpa adanya batas waktu, jarak serta ruang tanpa harus melakukan tatap muka. Media sosial juga memiliki sebutan seperti media baru karena memiliki istilah dalam menjelaskan karakter media berbeda dari yang sudah ada selama ini.

Media sosial adalah sarana untuk mendapatkan informasi maupun berinteraksi dengan sesama manusia melalui internet. Pengguna mendapatkan berbagai informasi bisa melauai blog, forum maupun jejaring sosial. Dalam buku komunikasi Ardianto menjelaskan bahwa media sosial bukan termasuk

dalam media online karena media sosial memiliki karakteristik yang dapat mempengaruhi pendapat dalam bermasyarakat. (Ardianto, 2011)

Selain itu, Flew menjelaskan bahwa munculnya komunitas maya identifikasi yaitu fenomena yang sering terjadi dengan hadirnya media sosial. Fenomena ini hadir karena memungkinkan para pengguna media sosial untuk memperluas jaringan serta dapat menunjukkan identitas yang dimiliki pengguna. (Flew, 2002)

Penggunaan internet serta media sosial sudah pasti memiliki dampak bagaimana cara berinteraksi dengan orang lain. *Twitter* merupakan aplikasi media dunia maya yang sering dipakai oleh masyarakat Indonesia. Fungsi dari *Twitter* bukan hanya untuk berinteraksi dengan sesama juga berfungsi sebagai forum untuk berdiskusi, portal berita, serta lapak promosi bisnis.

Komunikasi adalah interaksi antara dengan dua individu atau lebih memiliki makna dan maksud tujuan tertentu. Istilah komunikasi hadir dari kata latin yaitu *communis* (menciptakan kebersamaan antara dua orang atau lebih), *communico* (membagi). Komunikasi memiliki berbagai level seperti komunikasi inter personal, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi massa. Level komunikasi terbesar adalah komunikasi massa karena banyaknya jangkauan yang kita dapat dan banyak masyarakat yang terlibat di dalamnya. (Yetty Oktarina, 2017).

Identitas virtual adalah pemahaman diri antara identitas nyata dan identitas virtual. Di dunia nyata, konsep identitas dipahami dengan pengertian "satu tubuh, satu identitas."

Namun, hal ini tidak berlaku di dunia maya, karena identitas di dunia maya bisa menyatu dan menjadi banyak identitas. (Aji, 2016).

Fenomena dalam penelitian ini adalah cara remaja memakai akun jejaring sosial *Twitter* dengan nama panggilan seperti *role-player* atau akun jejaring. Akun palsu adalah cara yang umum digunakan oleh pengguna untuk membuat kesan tentang diri mereka tidak menampilkan diri mereka secara online. Karena banyak dari mereka tidak menampilkan diri mereka yang sebenarnya, melainkan penampilan karakter baru yang mereka buat dengan nama samaran.

1. Dari yang sudah dijelaskan sedikit dari materi diatas adalah dalam aplikasi media sosial
2. *Twitter* bahwa apa yang terjadi dalam media virtual tidak sama dengan realita yang ada di
3. dunia nyata. Banyak para pengguna memberikan kesan agar terlihat menarik bagi pengikutnya
4. di akun *Twitter*. Seperti sedikit bersandiwara bahkan sampai terjadi *faker* atau menggunakan
5. foto muka orang lain untuk menyebutkan bahwa itu adalah dirinya sendiri.

6. Erving Goffman, seorang sosiolog dari Amerika menjelaskan dari bukunya yang berjudul

7. "*Presentation of Self in Everyday Life*" dramaturgi adalah pandangan tentang kehidupan sosial

8. seolah-olah seperti permainan drama dalam pentas. (Ritzer, 2008)

Banyak ditemukan fenomena komunikasi pada penelitian ini adalah:

- a. Dapat melakukan reply pada tweet, atau untuk membalas tweet yang dibagikan oleh sesama pengguna. Disini terjadi interaksi, karena adanya percakapan.
- b. Dapat meneruskan atau menyebarkan kembali postingan ke timeline

pengguna dengan menggunakan retweet.

- c. Dapat mengirim pesan atau membuat grup pesan dalam aplikasi *twitter* karena adanya fitur direct message.

Aplikasi media sosial *Twitter* dapat dijangkau oleh semua kalangan selain itu tidak hanya digunakan untuk memberikan informasi yang sedang trending atau bahkan hanya berinteraksi dengan sesama, tetapi banyak istilah-istilah pengguna *twitter* seperti *Cyber Account*. Golongan ini adalah cara kita memerankan peran orang lain tanpa mengetahui ataupun memberi identitas asli diri kita. Maka dari itu, banyak sekali terjadi "*faker*"

Penelitian ini termasuk urgensi, karena dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui alasan pengguna tidak ingin memberitahu identitas asli mereka dan bagaimana gangguan yang dialami selama berinteraksi dengan sesama seperti yang ada pada penelitian sebelumnya.

Sudah ada penelitian yang mengkaji tentang interaksi antarpengguna *Cyber-Account* dalam media sosial *Twitter*, namun untuk penjelasan saya masih kurang memiliki banyak materi dan masing-masing penelitian memiliki penjelasan yang berbeda.

Fokus penelitian merupakan cara apa yang dilakukan para pemakai aplikasi saling berinteraksi dan bagaimana gangguan yang dialami selama berinteraksi dengan sesama pengguna.

Dapat pahami apa yang dipikirkan orang dengan nama samaran di *Twitter* atas kejadian mereka, menggunakan subjek pengguna akun

pseudonym kategori "Cyber Account".
Pemahaman pengalaman dibagai sebagai
makna, motif dan konten.

TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka Konsep

Identitas Virtual

Dikatakan bahwa setiap individu memiliki motif identitas pribadi ketika mereka ingin mencari dan menemukan hal-hal berbeda yang mendukung nilai-nilai yang terkait dengan diri pribadi dan ingin mengenali orang tersebut melalui nilai-nilai lain di media dan karenanya menerima nilai lebih dari motif penggunaan media dan tujuan spesifik individu.

Di internet, setiap individu dapat memiliki banyak identitas dan perubahan yang berbeda. Saat orang membuat akun media sosial, ada beberapa opsi yang bisa mereka pilih seperti menggunakan akun media sosial *pseudonim* untuk menjadikan ini pilihan bagi penggunanya karena alasan yang mendasarinya, sama seperti pengguna lainnya yang memilih menjadi pengguna media sosial dengan identitas asli. Semua tergantung pada tujuan pengguna saat membuat akun.

Identitas virtual adalah pemahaman diri antara identitas nyata dan identitas virtual. Di dunia nyata, konsep identitas dipahami dengan pengertian "satu tubuh, satu identitas." Namun, hal ini tidak berlaku di dunia maya, karena identitas di dunia maya bisa menyatu dan menjadi banyak identitas. Menurut Wood dan Smith, identitas memiliki tiga jenis interaksi, yaitu *real-life identity* (menunjukkan asli siapa

pemilik identitas tersebut), *pseudonymity* (identitas asli menjadi palsu karena adanya representasi dalam menunjukkan identitas seseorang), *anonym* (identitas yang benar-benar diketahui oleh banyak orang). Dalam penelitian ini termasuk kategori *pseudonymity* karena pengguna tidak menampilkan identitas asli melainkan menggunakan identitas palsu dalam berinteraksi.

Dari sudut pandang komunikasi, identitas dimunculkan melalui proses berkomunikasi dengan orang lain, tidak dimunculkan sendiri. Dengan identitas, prinsip dasarnya adalah bahwa identitas dapat berubah dalam proses komunikasi ketika pesan berubah antara dua orang atau lebih, karena tujuan identitas adalah untuk membangun komunikasi.

Identitas seseorang sering dikaitkan dengan kelompok tertentu dalam masyarakat yang memiliki karakteristik yang sama sebagai faktor yang membedakannya dari kelompok lain. Identitas juga menunjukkan bagaimana kita melihat diri kita sendiri dan bagaimana orang lain melihat kita.

Computer Mediated Communication (CMC)

Pola CMC merupakan komunikasi menggunakan internet sebagai mediasi. CMC merubah pola pergeseran komunikasi dalam masyarakat. sebelumnya pola komunikasi dilakukan dengan cara bertatap muka langsung, kini dapat dilakukan melalui media sosial. contohnya seperti *chatting*, *video call*, *e-learning*. Seiring dengan perkembangan zaman, kita dapat berkomunikasi tanpa harus bertatap

muka langsung dengan lawan komunikasi.

Terdapat konteks dalam CMC, tidak hanya perangkat komputer atau laptop, tetapi juga perangkat komputasi seperti *smartphone*, *tablet* yang disebut media baru komunikasi. penggunaan teknologi dalam CMC memungkinkan pertukaran konten semantik melalui jaringan yang di tangani oleh satu atau lebih komputer antar individu dan antar kelompok. (Budiargo, 2015) Dalam (Arnus, 2015).

Model CMC memungkinkan seseorang untuk berinteraksi dengan alat komunikasi komputer, kompatibel dengan perangkat internet dan aplikasi yang memungkinkan kita membaca berita terbaru dari surat kabar online, memainkan game virtual yang memungkinkan kita bermain dengan seseorang tetapi orang tersebut tidak ada, kita dapat ngobrol, di mana pun mereka berada, bahkan trend bisnis saat ini adalah komunikasi online untuk digunakan dengan jejaring sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, dll.

Ruang lingkup CMC sendiri meliputi sistem obrolan (chat), World Wide Web (WWW), terdapat sistem teks, grafik, foto, audio dan video, selain aspek hyperlink, CMC juga mencakup berbagi video seperti Youtube dan jejaring sosial. Sistem pencarian teman seperti Twitter dll.

Joseph Walther menjelaskan pola CMC dalam teori SIP (*Social Information Process*) Teori pembentukan informasi sosial mengungkapkan bahwa pengirim pesan CMC menggambarkan diri mereka sendiri dengan cara yang

berguna secara sosial untuk menarik perhatian penerima dan mengembangkan interaksi di masa depan. Penerima pesan kemudian cenderung meromantisasi citra pengirim dan melebihkan instruksi berbasis teks minimal.

Selain itu, sifat CMC yang tidak sinkron memberi pengirim dan penerima lebih banyak waktu untuk memproses komunikasi mereka, menghasilkan interaksi yang lebih terkontrol di CMC dan mengurangi tekanan untuk memberikan umpan balik instan selama interaksi langsung.

Ada perbedaan pendapat tentang CMC, ada yang mengatakan bahwa berkomunikasi dengan CMC kurang sosio-emosional daripada berkomunikasi tatap muka, tetapi menurut (Berger, 2013), itu tergantung pada pengguna CMC, semua pengguna memiliki tujuan yang berbeda. Gunakan mereka untuk mencoba membuat koneksi sosial, tetapi yang lain bertujuan untuk meminimalkan keterlibatan dengan orang lain..

Kita harus menerima perubahan sosial yang disebabkan oleh teknologi, suka atau tidak suka. Charles Darwin yang dikutip oleh Dian Budiargo (2015) berpendapat bahwa "Jika manusia tidak ingin mengalami kepunahan, mereka harus memiliki sifat adaptif."

Kerangka Teori Twitter

Twitter adalah aplikasi jejaring sosial media yang dapat diakses dari *smartphone*, *iOS*, *Windows Phone*, *Blackberry* bahkan perangkat komputer

atau laptop. Twitter menjadi salah satu situs *social networking* yang saat ini sedang populer. Twitter adalah salah satu situs jejaring sosial yang paling populer. Twitter adalah wahana untuk berbagi segala sesuatu tentang sebuah pesan, yang umumnya diklaim menggunakan tweet. Tulis tweet ini dengan masuk ke akun Twitter kami.

Twitter pertama kali dipaparkan oleh Jack Dorsey, Mahasiswa sarjana Universitas New York dimana saat itu sedang melakukan diskusi pada salah satu acara yang dilakukan perusahaan podcast bernama Odeo. Jack Dorsey memberikan penjelasan pemakaian ringkas yang digunakan untuk berkomunikasi. Pada tahap awal ini dinamakan twtrr yang telah dijelaskan oleh Evan Williams kemudian diungkapkan lagi oleh Noah Glass.

Aplikasi Twitter menjadi populer pada tahun 2007 di konferensi South by Southwest Interactive. Saat acara tersebut sedang berlangsung, pengguna Twitter tumbuh dari 20 ribu kicauan per hari hingga 60 ribu kicauan per hari. Pesan Twitter pertama yang dikirim dari luar angkasa oleh astronot Nasa pada tanggal 22 Januari 2010 oleh T. J. Creamer (Arifin, 2020)

Twitter telah menjadi buku harian online bagi sebagian besar penggunanya, kata yang digunakan oleh ahli mikrobiologi populer adalah "What are you do?" yang artinya "Apa yang sedang anda lakukan" dimana pengguna Twitter dapat menuliskan aktivitasnya, pengguna dari Twitter juga dapat bebas berkata apa saja, baik itu untuk mengobrol dengan pengguna Twitter lainnya.

Pada dasarnya, Twitter didirikan dengan niat baik, menegakkan nilai-nilai persahabatan yang "kental". Ini tercermin

dalam fungsi dan kemungkinan, menjalin pertemanan atau relasi melalui mention atau DM (Direct Message), mengirim pesan pribadi seperti email, saling mengunggah dan berbagi gambar. Selain itu, Twitter banyak digunakan dalam satu aspek sebagai alat kampanye politik untuk mendukung mitra kampanye, dengan Twitter tidak jarang juga menjadi alat protes.

Salah satu bentuk media sosial Twitter sedang viral. Twitter yang awalnya dibuat untuk menunjang pekerjaan, kini Twitter didominasi oleh kalangan remaja. Awalnya digunakan oleh tokoh masyarakat sebagai basis penggemar, Twitter kini telah menjadi sarana komunikasi di kalangan remaja. Memiliki Twitter dan tweeting adalah hal biasa di mana saja dan kapan saja.

Twitter kini telah menjadi wadah bagi remaja untuk berekspresi sehari-hari. Informasi baru dan real-time membantu remaja menjadi terpusat dengan teman-teman mereka.. (Yunita, 2019)

Cyber Account (Akun Pseudonim)

Pseudonim akun adalah pola yang sering digunakan pengguna untuk menciptakan identitas diri atau kesan mereka sendiri di dunia maya. Tanpa batasan yang didapatkan dari platform media sosial bagi pengguna untuk merubah tampilan dan nuansa identitas, media ini cocok untuk memproses tayangan.

Karena sering digunakan untuk memproses tayangan, pengguna tidak menunjukkan diri mereka yang sebenarnya, tetapi juga fitur lain yang memperkuat kesan, termasuk kehadiran identitas baru yang dibangun di atas akun pseudonim. Keberadaan akun yang

menggunakan kredensial palsu banyak digunakan, terutama di platform Twitter.

Pada umumnya pengguna Twitter menggunakan foto profil atau menuliskan profil singkat pada kolom deskripsi, namun pengguna tidak menggunakan foto profil asli dan tidak menuliskan profil singkat tentang pemilik akun. Pengguna akun Cyber sama dengan roleplayer. Di platform Twitter, pengguna berinteraksi dengan mempertahankan kontrol pengguna roleplayer seolah-olah menafsirkan karakter artis. Tindakan manajemen kesan untuk membentuk citra yang sinkron dengan keinginan sendiri untuk menarik perhatian, tidak terkecuali pakar komunikasi.

Pengelolaan kesan dilakukan untuk mendapatkan persetujuan dari orang lain atas citra yang dibangun seseorang. Erving Goffman pakar ahli sosiologi Amerika, pada bukunya yang mempunyai judul "*Presentation of Self in Everyday Life*" beliau mengungkapkan mengenai pandangan orang yang berinteraksi mampu mengelola kesan bagaikan permainan sebuah drama pada pentasannya. (Ritzer, 2008)

Dalam hal yang sudah dipaparkan, bahwa apa yang terjadi di dunia maya dapat berbeda dengan apa yang sebenarnya terjadi dalam realita. Unggahan yang di kirim bisa dikelola agar menarik perhatian para pengikutnya di Twitter. Jika diumpamakan, pemilik akun sebagai aktor utama yang sedang bersandiwara dalam panggung pentasnya. (Rahma, 2021)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif mendeskripsikan identitas virtual dan komunikasi termediasi (CMC) pada jejaring sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode etnografi digital. Dikarenakan data yang diperoleh berada pada ruang digital. Penggunaan etnografi mengacu pada penelitian budaya. Dalam istilah etnografi didefinisikan sebagai asosiasi aktivitas masyarakat yang membentuk pola dan kepercayaan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan observasi online dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, mengikuti teori Spradley adalah analisis isi. Karena dalam meneliti ini harus memahami tema keseluruhan pada data kualitatif yang dimiliki dan melakukan pembahasan secara mendalam terhadap isi dan materi informasi.

Menurut Suharmi Arikunto, sumber data adalah bagaimana data itu diperoleh. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari hasil observasi pada akun Cyber dalam aplikasi Twiter @jjergaf. Hasil dokumentasi berupa foto bagaimana pengguna @jjergaf berinteraksi dengan para pengguna akun Cyber lainnya. Lokasi yang dilakukan dalam penelitian ini berada di Taman Tridaya Indah 2. Tridayasakti kecamatan Tambun Selatan. Peneliti melakukan obeservasi online karena penelitian ini terjadi dalam aplikasi Twitter. Waktu wawancara yang dilakukan pada tanggal 07 April 2022, pukul 19:39 malam.

METODE PENELITIAN

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Profil Pengguna Cyber-Account @Jjergaf dalam Media Sosial Twitter

Cyberaccount tidak sama dengan akun pribadi atau akun personal yang biasanya menunjukkan identitas diri asli dari pemilik akun tersebut, para pengguna cyberaccount tidak menggunakan identitas asli dalam media sosial twitter. Hal ini memiliki istilah atau biasa disebut dengan akun pseudonim.



Gambar profil pengguna @jjergaf dari cyberaccount

Sumber: akun @jjergaf

Gambar diatas merupakan profil akun salah satu pengguna cyberaccount. Pengguna menggunakan layout serba gelap dan menggunakan nama palsu untuk menutup identitas aslinya. Biodata dalam profil tersebut juga dibuat dengan semenarik mungkin agar dapat berinteraksi dengan sesama

pengguna. Para pengguna biasa melebelkan dirinya dengan menulis cyber dalam kolom lokasi pada profil sebagai penanda bahwa mereka masuk kedalam pengguna cyberaccount.

Gambar tampilan lini masa @jjergaf

Sumber: akun @jjergaf

Pada gambar diatas terlihat pengguna banyak me-retweet tweet dari pengguna lain untuk menambahkan teman atau followers. Selain menggunakan cara ini, pengguna menambah teman bisa melalui base yang disediakan yaitu base @moonareas. Selain untuk menambah teman, pengguna juga melakukan interaksi dengan pengguna melalui mention. Interaksi ini adalah salah satu proses komunikasi yang terjadi dalam media sosial twitter. Biasanya followers atau teman yang berperan sebagai komunikator (penerima pesan) dan Jergaf berperan sebagai komunikan (pemberi pesan) dan Twitter berperan sebagai media.



Keterangan:

Gambar a = cara lain pengguna dalam menambah teman melalui base.

Gambar b = bagaimana pengguna berinteraksi dengan sesama pengguna.

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diatas, @jjergaf sebagai komunikator (sebagai pemberi info) dan mutual @jjergaf sebagai komunikan (sebagai penerima info). Maka bisa disimpulkan termasuk kedalam komunikasi yang termediasi oleh komputer (CMC) aplikasi yang menjadi interaksi oleh para pengguna adalah media sosial Twitter.

Setelah terjadinya interaksi antar pengguna, maka terjadilah identitas virtual. Menurut Wood dan Smith, identitas memiliki tiga jenis interaksi,

yaitu real-life identity (menunjukkan asli siapa pemilik identitas tersebut), pseudonymity (identitas asli menjadi palsu karena adanya representasi dalam menunjukkan identitas seseorang), anonym (identitas yang benar-benar diketahui oleh banyak orang). Dalam penelitian ini termasuk kategori pseudonymity karena pengguna tidak menampilkan identitas asli melainkan menggunakan identitas palsu dalam berinteraksi. Misalnya seperti pada profil pengguna tidak menggunakan foto asli dan memiliki nama samaran.

KESIMPULAN

Aplikasi media sosial Twitter dapat dijangkau oleh semua kalangan selain itu tidak hanya digunakan untuk memberikan informasi yang sedang trending atau bahkan hanya berinteraksi dengan sesama, tetapi banyak istilah-istilah pengguna twitter seperti Cyber Account. Dari hasil dan pembahasan diatas bisa disimpulkan bahwa identitas diri tidak menjadi halangan untuk berkomunikasi tanpa harus bertemu langsung. Proses interaksi terjadi pada timeline melalui fitur mention dengan saling membalas atau bahkan tersedia fitur pesan.

DAFTAR PUSTAKA

2. Aji, P. (2016, May 17). *Identitas Virtual dalam Cyberculture*. Retrieved from kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/pangestua/ji11/573aed970bb0bda80862cdcf/identitas-virtual-dalam-cyberculture>
- Ardianto. (2011). *Komunikasi 2.0*.

- Arifin, R. D. (2020, September 19). *Pengertian Twitter / Sejarah, Fitur, Manfaat*. Retrieved from dianisa.com: <https://dianisa.com/pengertian-twitter/>
- Arnus, S. H. (2015). *COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC), POLA BARU BERKOMUNIKASI. CMC, Pola Baru Berkomunikasi*.
- Berger. (2013). *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Budiargo. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Media Komputindo.
- Fajri, D. L. (2021, October 11). *Pengertian, Tujuan, dan Proses Komunikasi Interpersonal*. Retrieved from katadata.co.id: <https://katadata.co.id/safrezi/berita/61641c388b290/pengertian-tujuan-dan-proses-komunikasi-interpersonal>
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. New York.
- Joseph, D. (n.d.). *Komunikasi Antarmanusia*. In *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Publishing Group.
- Rahma, D. F. (2021). *DRAMATURGI PENGGUNA AKUN PSEUDONIM (CYBER ACCOUNT) DI TWITTER*.
- Yetty Oktarina, Y. A. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*.
- Yunita, R. (2019). *Aktivitas Pengungkapan Diri Remaja Putri Melalui Sosial Media Twitter*. *Jurnal Komunikasi*.