

PEMBENTUKAN IDENTITAS DIGITAL DALAM AKUN DAN KONTEN

VISUAL INSTAGRAM @siqode



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri
Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat**

Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh:

Muhamad Rofik Murtadlo

NIM. 21102010031

Dosen Pembimbing:

Muhamad Lutfi Habibi, M.A.

NIP. 199103292019031013

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-658/Un.02/DD/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : PEMBENTUKAN IDENTITAS DIGITAL DALAM AKUN DAN KONTEN VISUAL
INSTAGRAM @SIQODE

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMAD ROFIK MURTADLO
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010031
Telah diujikan pada : Rabu, 21 Mei 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
SIGNED

Valid ID: 683f6b7f9012b



Penguji I

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 683d4ef98695f



Penguji II

Mochammad Simung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 68367d9925824



Yogyakarta, 21 Mei 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 683f6e10400a0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muhamad Rofik Murtadlo
NIM : 21102010031
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Pembentukan Identitas Visual dalam Konten Visual Akun Instagram @siqode

Telah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.


Yogyakarta, 14 Mei 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,


Saptoni, M.A.
NIP. 19730221 199903 1 002


Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
NIP. 199103292019031013

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Rofik Murtadlo

NIM : 21102010031

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

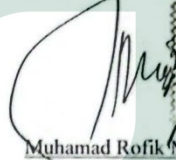
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: *Pembentukan Identitas Digital dalam Konten Visual Akun Instagram @siqode* adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.

Yogyakarta, 14 Mei 2025

Yang menyatakan,



Muhamad Rofik Murtadlo

NIM. 21102010031

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah *Subhanahu Wata'ala*. Skripsi ini penulis persembahkan kepada keluarga tercinta dan terbaik penulis yang selalu senantiasa memberikan dukungan serta untaian doa yang tidak pernah putus kepada penulis.

Penulis juga mempersembahkan skripsi ini kepada almamater Strata 1 penulis yaitu Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



MOTTO

“Good design encourages a viewer to want to learn more – Desain yang bagus itu membuat yang melihat jadi ingin tahu lebih dalam”

-Alexander Isley, seorang desainer grafis Amerika Serikat-



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'aalamiin

Segala puji dan syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan nikmat, rida, kesehatan, ilmu serta karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad saw., semoga kelak kita bisa mendapat syafaatnya di *yaumul akhir*. Usainya penulisan skripsi ini tak bisa lepas dari banyak sekali pihak yang berperan baik secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam penggarapannya. Kepada seluruh pihak yang telah berperan membantu penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya sehingga saya bisa menuntaskan masa studi di UIN Sunan Kalijaga dan mendapat gelar Strata 1 (S1). Selanjutnya, dengan segenap rasa syukur, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang disebutkan di bawah ini:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Saptoni, M.A.
4. Dosen pembimbing Skripsi penulis, Bapak Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
5. Dosen pembimbing akademik penulis, Bapak Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.

6. Seluruh dosen di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmunya selama penulis menjalani masa studi.
7. Seluruh civitas akademika Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
8. Kepada kedua orang tua penulis, Sulaiman dan Toingatul Khaeriyah, serta seluruh keluarga Bani Mashuri yang sudah mendidik, membantu dan membimbing penulis.
9. Kepada pemilik NIM 2017501021 yang sudah menemani penulis dari awal kuliah hingga titik ini.
10. Seluruh teman kontrakan Darussyahwat yang selalu menemani empat tahun terakhir.
11. Seluruh teman KPI Angkatan 2021
12. Serta seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Muhamad Rofik Murtadlo, 21102010031. Pembentukan Identitas Digital Dalam Konten Visual Akun Instagram @siqode, skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Akun Instagram @siqode milik Qodri Sulaeman memiliki karakter komik yang berbeda dari deretan komikus digital yang aktif berkarya dan berdakwah di Instagram dimana @siqode memiliki karakter komik *stick figure* tanpa wajah yang sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pembentukan identitas digital dari konten visual akun @siqode menggunakan teori identitas digital Erving Goffman, teori new media Pierre Levy dan teori Desain Komunikasi Visual. Teori identitas digital yang digunakan untuk menganalisa bagaimana Qodri Sulaeman membentuk identitas digital dibantu dengan indikator peran media sosial dalam pembentukan identitas digital yang merupakan hasil pengembangan teori identitas digital oleh Zizi Papacharisi. Teori *new media* digunakan sebagai pedoman analisis karena media yang dipakai merupakan salah satu bentuk new media yang memiliki sifat interaktif, dinamis, dan terbuka. Teori DKV digunakan untuk mengeksplorasi pembentukan identitas digital dari kacamata visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Qodri Sulaeman membentuk identitas akun @siqode berdasarkan preferensi dan pikirannya di dunia nyata yang menghasilkan visual-visual sederhana yang diimplementasikan dari karakter aslinya di dunia nyata. Melalui kombinasi unsur dan prinsip DKV yang diterapkan turut menguatkan nilai-nilai sederhana yang kemudian diterjemahkan kedalam visual sesuai preferensinya. Temuan ini memberikan tambahan wawasan pada kajian identitas digital, komunikasi visual dan kreasi digital dalam konteks dakwah Islam.

Kata Kunci: Identitas digital, desain komunikasi visual, komik digital

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Muhamad Rofik Murtadlo, 21102010031. The Construction of Digital Identity in the Visual Content of the Instagram Account @siqode, an undergraduate thesis of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication.

The Instagram account @siqode, owned by Qodri Sulaeman, features a comic character that stands out from other digital comic artists who are active in creating and preaching through Instagram. The @siqode account presents a simple, faceless stick-figure character as its distinctive visual identity. This study aims to analyze the construction of digital identity through the visual content of the @siqode account using Erving Goffman's theory of digital identity, Pierre Lévy's new media theory, and Visual Communication Design theory. Goffman's theory is applied to examine how Qodri Sulaeman constructs his digital identity, supported by indicators regarding the role of social media in digital identity formation, as developed further by Zizi Papacharissi. New media theory serves as the analytical framework, considering that Instagram, as a new media platform, possesses interactive, dynamic, and open characteristics. Visual Communication Design theory is used to explore the formation of digital identity from a visual perspective. The findings reveal that Qodri Sulaeman constructs the identity of @siqode based on his real-world preferences and thoughts, resulting in simple visuals that reflect his authentic character. The integration of design elements and principles of Visual Communication Design reinforces these values of simplicity, which are translated into visuals aligned with his personal aesthetic. This study contributes additional insights to the discourse on digital identity, visual communication, and digital creativity within the context of Islamic preaching.

Keywords: Digital Identity, Visual Communication Design, Digital Comics

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Kegunaan Penelitian.....	4
D. Kajian Pustaka.....	5
E. Kerangka Teori.....	10
1. Identitas Digital.....	10
2. Desain Komunikasi Visual (DKV)	14
3. <i>New Media</i>	24
F. Metode Penelitian.....	26
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3. Sumber Data.....	27
4. Teknik Pengumpulan Data.....	27
5. Teknik Analisis Data.....	28
G. Sistematika Penulisan	29
BAB I Pendahuluan	29
BAB II	30
A. Profil Akun Instagram @siqode.....	30

B. Konten-konten @siqode.....	32
1. Konten Dakwah.....	32
2. Konten <i>Slice of Life</i> (Kehidupan Sehari-hari).....	36
BAB III.....	40
A. Analisa dan Pembahasan.....	41
1. Penciptaan Diri.....	41
2. Interaksi Sosial.....	49
3. Kaitan dengan Komunitas.....	55
4. Pengaruh Kultural.....	60
5. Pemeliharaan hubungan.....	70
B. Diskusi.....	74
BAB IV.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	85
A. Lampiran 1: Transkrip Wawancara.....	85
B. Lampiran 2: Daftar Riwayat Hidup.....	110

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 slide 1 postingan @siqode pada tanggal 31 Januari 2025
- Gambar 2.2 slide 2 postingan @siqode pada tanggal 31 Januari 2025
- Gambar 2.3 slide 3 postingan @siqode pada tanggal 31 Januari 2025
- Gambar 2.4 slide 4 postingan @siqode pada tanggal 31 Januari 2025
- Gambar 2.5 slide 5 postingan @siqode pada tanggal 31 Januari 2025
- Gambar 2.6 slide 1 postingan @siqode pada tanggal 20 Januari 2025
- Gambar 2.7 slide 2 postingan @siqode pada tanggal 20 Januari 2025
- Gambar 2.8 slide 3 postingan @siqode pada tanggal 20 Januari 2025
- Gambar 2.9 slide 4 postingan @siqode pada tanggal 20 Januari 2025
- Gambar 2.10 slide 5 postingan @siqode pada tanggal 20 Januari 2025
- Gambar 2.11 slide 6 postingan @siqode pada tanggal 20 Januari 2025
- Gambar 2.12 slide 1 postingan @siqode pada tanggal 12 Januari 2025
- Gambar 2.13 slide 2 postingan @siqode pada tanggal 12 Januari 2025
- Gambar 2.14 slide 1 postingan @siqode pada tanggal 28 Januari 2025
- Gambar 2.15 slide 2 postingan @siqode pada tanggal 28 Januari 2025
- Gambar 2.16 slide 3 postingan @siqode pada tanggal 28 Januari 2025
- Gambar 2.17 slide 4 postingan @siqode pada tanggal 28 Januari 2025

Gambar 2.18 slide 5 postingan @siqode pada tanggal 28 Januari 2025

Gambar 2.19 slide 6 postingan @siqode pada tanggal 28 Januari 2025

Gambar 2.20 postingan @siqode pada tanggal 1 Februari 2025

Gambar 2.21 slide 1 postingan @siqode pada tanggal 7 Februari 2025

Gambar 2.22 slide 2 postingan @siqode pada tanggal 7 Februari 2025

Gambar 2.23 slide 3 postingan @siqode pada tanggal 7 Februari 2025

Gambar 2.24 slide 4 postingan @siqode pada tanggal 7 Februari 2025

Gambar 2.25 slide 5 postingan @siqode pada tanggal 7 Februari 2025

Gambar 3.1 bentuk abstrak pada tiap konten @siqode

Gambar 3.2 slide 1 postingan @siqode pada tanggal 21 Desember 2024

Gambar 3.3 slide 2 postingan @siqode pada tanggal 21 Desember 2024

Gambar 3.4 slide 3 postingan @siqode pada tanggal 21 Desember 2024

Gambar 3.5 slide 4 postingan @siqode pada tanggal 21 Desember 2024

Gambar 3.6 slide 5 postingan @siqode pada tanggal 21 Desember 2024

Gambar 3.7 slide 6 postingan @siqode pada tanggal 21 Desember 2024

Gambar 3.8 konten kolaborasi @siqode dengan komunitas @iqomic pada tanggal 29 Januari 2025

Gambar 3.9 konten kolaborasi @siqode dengan komunitas @iqomic pada tanggal 27 Januari 2025

Gambar 3.10 slide 1 postingan @siqode pada tanggal 24 November 2024

Gambar 3.11 slide 2 postingan @siqode pada tanggal 24 November 2024

Gambar 3.12 konten tentang dilantiknya presiden baru Indonesia

Gambar 3.13 konten respon pemberitaan Gus Miftah yang mengolok-olok penjual es teh

Gambar 3.14 konten tren “lelaki tidak bercerita”

Gambar 3.15 postingan @siqode pada tanggal 9 Januari 2025

Gambar 3.16 postingan @siqode pada tanggal 20 Januari 2025

Gambar 3.17 postingan @siqode pada tanggal 20 Februari 2024

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembentukan identitas individu tidak lagi terbatas pada penggambaran individu pada dunia nyata. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi turut memberi dampak pada pembentukan identitas digital. Identitas adalah gambaran yang ada pada diri setiap individu untuk mengatur sikap, seperti pandai bergaul, sifat objektif, dan memiliki peran pada kelompok tertentu. Identitas menyatakan konsep terhadap perasaan dari orang lain dan mempertegas kesadaran diri sebagai individu.¹ Dewasa ini identitas sudah tidak terbatas pada dunia nyata, setiap individu bisa mengekspresikan identitasnya di media sosial, terkhusus Instagram.

Di dalam Instagram setiap individu menciptakan identitas mereka masing-masing guna menampilkan gambaran individu tentang diri mereka, bagaimana mereka ingin dipandang orang lain, dan cara mereka melibatkan diri mereka dalam komunitas maya. Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat populer dan menjadi ruang digital yang bebas bagi tiap individu untuk membentuk citra diri mereka melalui aktivitas, interaksi, bekerja sama, dan berbagi di dalamnya.²

¹ Asmaul Husna, Kamaruddin Hasan, Awaluddin Arifin, "Identitas Dan Penciptaan Diri Di Era Disrupsi Digital", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh*, vol. 5, no. 1, Januari-Juni 2024, 45.

² Bulan Cahya Sakti and Much Yulianto, "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja," *Interaksi-Online*, vol. 6, no. 4, Oktober 2018, 2.

Selain pembentukan identitas yang mulai mengikuti perkembangan teknologi, dakwah pun turut merambah ke ruang digital, terkhusus media sosial. Bisa dikatakan memang wajar jika dakwah juga turut berkembang bersama perkembangan teknologi informasi dan komunikasi karena dakwah sangat berhubungan erat dengan komunikasi.

Media sosial kini ramai digunakan sebagai media dakwah dengan cara dan bentuk yang beragam. Salah satu media dakwah yang banyak digunakan ialah komik digital. Komik digital menjadi media dakwah yang *fresh* dan kekinian yang digunakan para dai (pendakwah). Akun Instagram @siqode menjadi salah satu akun komikus yang menampilkan metode baru dalam menyampaikan nilai-nilai Islam.

Akun @siqode memiliki cara yang unik dalam menyampaikan dakwahnya kepada para audiens, yakni menyampaikan nilai-nilai Islam dengan topik dan isu yang ringan dan relevan. Selain melalui topik dan isu yang relevan dengan preferensi audiens, @siqode juga memperkuat pesannya dengan adanya ilustrasi komik tanpa wajah yang digambarkan sesuai dengan topik yang sedang dibahas. Komik yang bergenre mirip dengan *stick figure* dan visual sederhananya dengan pemilihan warna yang didominasi hitam dan putih serta gaya tipografi yang sederhana, ini menjadi ciri khas atau identitas khusus yang berbeda dari komikus-komikus dakwah lainnya yang menggunakan visual komik yang detail dan realistis, seperti akun @iqomics, @si_bedil, @akhlaqpedia, @bravevoyagers dan lain-lain.

Penggambaran karakter *stick figure* ini menjadi bentuk visualisasi identitas dari @siqode di Instagram. Karakter ilustrasi komik dan gaya penyampaian pesan

dia melalui kalimat-kalimat yang ia sampaikan di dalam desain tanpa adanya banyak cerita layaknya komik lainnya adalah sebagai bentuk pembentukan citra diri @siqode yang ingin dipandang oleh orang lain. Karakter visual yang berbeda dengan komikus lain ini menjadi menarik untuk diteliti. Begitu juga dengan gaya penyampaian pesan yang tidak banyak memberikan kesan lucu atau komikal pada percakapan di dalam balon percakapan sebagaimana sifat komik aslinya, namun ia menggunakan gaya yang cukup dengan ilustrasi dengan keterangan di atasnya. Akun @siqode juga banyak berinteraksi dengan komunitas media dakwah lainnya. Interaksi tersebut memanfaatkan fitur *collaboration post* yang ada dalam Instagram. Interaksi tersebut juga salah satu bentuk pembentukan identitas digitalnya dalam media sosial.

Hal ini memantik timbulnya pertanyaan menarik tentang bagaimana media sosial dan individu berperan dalam pembentukan identitas digital serta bagaimana individu membentuk dan mengelola identitas digital mereka di era disrupsi digital yang penuh dengan perubahan teknologi, informasi, komunikasi dan tuntutan budaya.

Oleh karena itu, peneliti ingin memahami secara mendalam bagaimana @siqode membentuk identitas digitalnya yang unik dan berbeda dari komikus lainnya melalui kacamata DKV. Penelitian ini menggunakan teori identitas digital Erving Goffman, teori tersebut memberikan pandangan tentang bagaimana individu beradaptasi dengan perubahan dalam penciptaan identitas mereka dan bagaimana

mereka berinteraksi dalam lingkungan digital dalam era disrupsi digital.³ Penciptaan diri dalam identitas digital dapat mencakup hal-hal seperti membangun profil media sosial, mengunggah konten, berpartisipasi dalam komunitas online dan menjaga reputasi online.⁴

B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang yang telah disebutkan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana akun Instagram @siqode membentuk identitas digitalnya dilihat dari aspek visual komik-komik di *feed* Instagram.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana akun @siqode membentuk identitasnya dalam ruang digital Instagram dari aspek-aspek DKV.

2. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan kajian yang memberikan kontribusi dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian karya visual dan DKV.

Serta penelitian ini fokus pada aspek-aspek teori DKV. Dengan adanya limitasi

³ Alice E. Marwick and Danah Boyd, "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience," *New Media and Society*, vol. 13, no. 1, Juli 2010, 123.

⁴ Husna, Hasan, Arifin, "Identitas Dan Penciptaan", 46

penelitian tersebut, diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan atau dikembangkan oleh peneliti berikutnya, serta menjadi bahan wawasan teoritis untuk penelitian komunikasi bagi seluruh mahasiswa secara umum dan bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Sunan Kalijaga khususnya.

b. Manfaat Praktis

Peneliti berharap dengan penelitian ini bisa menambah wawasan bagi para desainer dan dai yang ingin menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya di era disrupsi digital. Diharapkan juga penelitian ini dapat berkontribusi dalam ilmu visual dan media sosial dalam pemanfaatan media sosial sebagai ruang penciptaan identitas digital yang bermanfaat bagi audiens muslim serta menjadi ruang publikasi karya visual para pegiat ilmu DKV.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka menjadi hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian, beberapa tujuannya adalah untuk menghindari adanya plagiarisme penulisan, untuk menemukan beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki beberapa kesamaan baik dalam tema, masalah, maupun teori yang diterapkan, dan pastinya untuk menemukan kebaruan dalam memilih kajian penelitian.⁵ Berikut beberapa kajian pustaka yang telah peneliti teliti dan pilih dari berbagai penelitian terdahulu;

Pertama, jurnal dengan judul “Identitas dan Penciptaan Diri di Era Disrupsi Digital” yang diteliti oleh Asmaul Husna, dkk.⁶ Penelitian ini membahas tentang pengaruh media sosial, khususnya Instagram dan Tiktok, terhadap pembentukan

⁵ Ismail Suwardi Wekke, dkk., *Metode Penelitian Ekonomi Syariah*, (Kulon Progo: Penerbit Gawe Buku, 2019), 81.

⁶ Husna, Hasan, Arifin, “Identitas Dan Penciptaan” , 45-56

identitas digital generasi muda, terutama generasi Z, serta bagaimana individu mengelola citra diri mereka secara daring dan dampaknya terhadap kesehatan mental di era disrupsi digital. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram dan Tiktok, berperan besar dalam membentuk identitas digital generasi muda. Generasi muda dapat membentuk citra diri sesuai dengan keinginan mereka dan cara mereka ingin dipandang oleh orang lain. Namun, mereka juga harus mempertimbangkan baik buruknya sesuatu sebelum memposting di media sosial untuk membentuk citra diri yang positif dan merawat identitas digital mereka. Persamaan penelitian Asmaul Husna, dkk dengan penelitian yang akan dilakukan diantaranya berkaitan dengan topik yang diangkat yaitu membahas bagaimana individu membentuk citra dirinya di media sosial, serta teori yang digunakan juga memiliki persamaan yakni teori identitas digital. Sedangkan letak perbedaannya, Asmaul Husna, dkk meneliti generasi muda secara umum dengan wawancara beberapa generasi muda yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki banyak pengikut (*followers*), sedangkan peneliti ingin mengkaji satu akun Instagram yang bergerak dibidang dakwah dan melalui kaca mata DKV.

Kedua, jurnal dengan judul “Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)” yang diteliti oleh Rama Kertamukti.⁷ Penelitian ini membahas tentang peran Instagram dalam membentuk citra publik Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), mantan Gubernur Jakarta, melalui perspektif teori dramaturgi.

⁷ Rama Kertamukti, “Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)”, *Jurnal Komunikasi Profetik*, vol. 8, no. 1, April 2015, 57–66.

Penelitian ini menekankan bagaimana media sosial, khususnya Instagram, digunakan sebagai alat oleh tokoh politik untuk membangun dan memproyeksikan identitas mereka, serta mempengaruhi persepsi publik. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi konsep komunikasi visual dan bagaimana persepsi dibentuk berdasarkan nilai-nilai budaya dan pengalaman masa lalu. Temuan penelitian ini adalah bahwa Instagram digunakan oleh Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) sebagai alat untuk membangun dan memproyeksikan citra publiknya. Penelitian menunjukkan bahwa identitas manusia dapat berubah tergantung pada interaksi dengan orang lain, dan Instagram berfungsi sebagai penghubung karakteristik personal dan tujuan kepada publik melalui pertunjukan yang dibuat dengan konsep dramaturgi. Selain itu, citra yang dibangun oleh Ahok di media sosial menciptakan mekanisme permainan peran yang dapat dipersepsikan oleh masyarakat, sehingga membentuk kesepakatan perilaku dalam interaksi sosial. Persamaan penelitian Rama Kertamukti dengan peneliti terletak pada tema dan teori yang digunakan. Rama Kertamukti fokus meneliti bagaimana identitas digital yang diciptakan akun Instagram @basukibtp dengan teori dramaturgi dari Erving Goffman. Sedangkan letak perbedaannya, Rama Kertamukti memproyeksikan komunikasi visual dalam penelitian tersebut sedangkan peneliti memproyeksikan DKV.

Ketiga, jurnal dengan judul “Habib Huesin Ja’far’s Self Presentation Strategy in Digital Da’wah on Youtube” yang diteliti oleh Muhammad Revi Hari Prajanto dan Rama Kertamukti.⁸ Penelitian ini membahas tentang strategi

⁸ Muhammad Revi, Rama Kertamukti, “Formation of Habib Husein Ja’far Identity on Youtube Habib Husein Ja’far’s Self Presentation Strategy in Digital Da’wah on Youtube,” *Journal Komunikasi Global*, vol.12, no. 1, Juni 2023, 54-70.

presentasi diri Habib Husein Ja'far di saluran Youtube-nya, Jeda Nulis, dan bagaimana ia menyesuaikan dakwah Islamnya untuk menarik perhatian audiens muda. Penelitian ini menyoroti gaya santai dan humorisnya dalam membahas isu-isu serius yang dihadapi oleh generasi muda, serta pentingnya adaptasi metode dakwah tradisional untuk menjangkau generasi muda melalui konten yang menarik di media sosial. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Habib Husein Ja'far banyak mengangkat permasalahan yang cenderung dialami oleh anak muda dengan gaya santai dan penuh candaan, tetapi tetap serius dalam menjawabnya. Presentasi diri yang dihadirkan oleh Habib Husein Ja'far adalah sebagai pendakwah yang toleran dan dekat dengan anak muda. Persamaan penelitian Muhammad Revi dan Rama Kertamukti dengan peneliti terletak pada tema dan teori yang digunakan. Tema yang diangkat di penelitian diatas ialah presentasi diri atau identitas diri Habib Husein Ja'far di kanal Youtube-nya yang berarti memiliki kesamaan dengan peneliti yang membahas tentang identitas digital seseorang, serta penerapan teori yang sama yakni identitas digital oleh Erving Goffman. Sedangkan perbedaan antara penelitian tersebut dengan peneliti terletak pada objek penelitian yang diambil. Peneliti meneliti sebuah media dakwah Instagram sedangkan penelitian tersebut meneliti media dakwah di Youtube.

Keempat, jurnal yang berjudul “Penerapan Prinsip DKV pada Instagram @kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi” yang ditulis oleh Andre Ade Syaputra dan Angga Intueri Mahendra.⁹ Penelitian ini membahas tentang

⁹ Andre Ade Syaputra dan Angga Intueri Mahendra, “Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual pada Instagram @kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi,” *Jurnal Ilmiah Global Education*, vol. 4, no. 3, Agustus 2023, 1564–1582.

penerapan prinsip DKV pada akun Instagram KPU Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam konteks pemenuhan kebutuhan informasi pemilih. Penelitian ini menilai efektivitas penggunaan Instagram sebagai platform komunikasi visual untuk menyampaikan informasi pemilu, serta mengidentifikasi kekurangan dalam desain konten Instagram KPU DIY yang perlu diperbaiki agar lebih konsisten dan efektif dalam menyampaikan informasi kepada publik. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa konten pada akun Instagram KPU DIY yang kurang sesuai dengan prinsip-prinsip DKV. Selain itu, informasi mengenai pemilu yang disampaikan pada konten KPU DIY banyak yang tertutup dengan informasi internal KPU DIY. Persamaan penelitian Andre Ade Syaputra dan Angga Intueri Mahendra dengan peneliti terletak pada penerapan prinsip DKV sebagai indikator analisa penelitiannya, serta media yang diteliti yakni media Instagram. Sedangkan perbedaan peneliti dengan penelitian tersebut terletak pada tema dan teori yang digunakan. Tema dari penelitian diatas ialah menganalisa bagaimana penerapan prinsip DKV digunakan pada Instagram @kpudiy dan tentunya teori DKV menjadi teori yang diterapkan untuk membedahnya. Sedangkan peneliti membahas tentang identitas digital dari akun @siqode dengan teori identitas digital.

Kelima, jurnal yang berjudul “Analisa DKV Dakwah pada Akun Instagram @nuonlinejatim sebagai Media Dakwah di Era Digital” yang ditulisa oleh Luthfi Hidayah.¹⁰ Penelitian ini menganalisis DKV pada akun Instagram @nuonlinejatim dalam konteks dakwah (Islamic preaching). Penelitian ini menyoroti penggunaan

¹⁰ Luthfi Hidayah, “Analisis DKV Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dakwah Di Era Digital,” *An-Nashiha Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, vol. 3, no. 1, April 2023, 24–37.

elemen desain visual seperti tipografi, garis, bentuk, ruang, layout, dan warna untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif, terutama kepada generasi muda. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @nuonlinejatim telah menerapkan dan mempertimbangkan elemen-elemen DKV seperti garis, bentuk, tipografi, warna, ilustrasi, dan layout. Desain poster dakwah yang dihasilkan dapat dikategorikan sebagai karya visual yang cukup baik, berdasarkan kejelasan informasi, keterbacaan teks, dan kemampuan mengemas pesan dakwah dengan mudah. Elemen desain yang paling dominan adalah penggunaan warna hijau yang selalu ada dalam setiap karya desain yang diposting, serta penggunaan gabungan antara elemen fotografi dan tipografi untuk ilustrasi penjelasa. Persamaan penelitian Luthfi Hidayah dengan peneliti terletak pada penerapan prinsip DKV sebagai indikator analisa penelitiannya, serta genre media yang diteliti yakni media dakwah di Instagram. Sedangkan perbedaan peneliti dengan penelitian tersebut terletak pada tema dan teori yang digunakan. Tema dari penelitian diatas ialah menganalisa bagaimana penerapan prinsip DKV digunakan pada Instagram @nuonlinejatim dan tentunya teori DKV menjadi teori yang diterapkan untuk membedahnya. Sedangkan peneliti membahas tentang identitas digital dari akun @siqode dengan teori identitas digital.

E. Kerangka Teori

1. Identitas Digital

Kata identitas berasal dari bahasa inggris ‘identity’ yang berarti jati diri. Identitas adalah tentang siapa diri kita dan bagaimana orang lain memandang dan

berpikir tentang kita. Bagaimana kita memahami siapa kita? Dan bagaimana kita menggambarkan identitas diri kita kepada orang lain?.¹¹ Kata identitas juga diambil dari bahas latin “idem” yang memiliki arti “serupa”. Identitas merupakan kumpulan gambaran diri dalam mengatur keseluruhan kepribadian, tidak hanya gambaran dari kepandaian bergaul, sifat, dan peran.¹²

Menurut Ting-Toomey identitas menjadi “konsep diri yang merefleksikan atau citra diri kita masing-masing, tentang asal keluarga, jenis kelamin, budaya, etnis, dan proses sosial individu. Identitas pada dasarnya berasal dari penggambaran diri sendiri ataupun pandangan orang lain mengenai gambaran diri kita.¹³ Menurut Klap dalam Primada Qurrota A (2016) identitas merupakan semua hal yang ada dalam diri seseorang dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri, status, nama, kepribadian, dan masa lalunya.¹⁴ Sedangkan menurut Erikson identitas diri adalah identitas yang berkaitan dengan kualitas “eksistensial” dari subjek, yang menunjukkan bahwa subjek tersebut memiliki karakter pribadi yang khas.¹⁵

Kata digital itu sendiri berasal dari bahasa Yunani yang berarti jari jemari.¹⁶ Menurut KBBI, digital berhubungan dengan angka-angka untuk sistem perhitungan tertentu; berhubungan dengan penomoran. Sedangkan secara umum digital adalah penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 yang

¹¹ Surokim Tatag Hendaka, “Media Lokal, Kontestasi, Trend, Dinamika, Dan Suara Media Arus Bawah” (Yogyakarta: Elmatara, 2016), 73.

¹² Sakti dan Yulianto, “Penggunaan Media Sosial”, 2

¹³ Surokim Tatag Hendaka, “Media Lokal”, 73-74

¹⁴ Sakti dan Yulianto, “Penggunaan Media Sosial”, 2

¹⁵ Arif Rahman Hakim, dkk., “Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopers: The Building of Self-Identity on Kpopers,” *Motiva: Jurnal Psikologi*, vol. 4, no. 1, 2021, hlm. 19

¹⁶ Syafnidawaty, “Digital,” Universitas Raharja, 14 Mei 2020, diakses 19 November 2024, <https://raharja.ac.id/2020/05/14/digital/>.

biasa disebut bilangan Biner atau *Binary Digit* dan off atau on.¹⁷ Digital juga merupakan bentuk perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog ke teknologi digital. Perkembangan teknologi komunikasi dan internet menjadi salah satu bentuk perubahan teknologi digital.

Berkaitan dengan perkembangan internet terkhusus di media sosial, munculah istilah “identitas digital”. Media sosial membuat individu memilih dan menggambarkan identitas dirinya yang cenderung positif dan menghilangkan citra yang menurut dia negatif.

Teori identitas Erving Goffman berpandangan tentang bagaimana individu beradaptasi dengan perubahan dalam penciptaan identitas mereka dalam era disrupsi digital.¹⁸ Penciptaan diri dalam konteks identitas digital adalah proses dimana seseorang, entitas atau kelompok membangun, menggambarkan, mengelola dan mengontrol citra mereka sendiri di ruang digital. Ini mencakup cara seseorang mempresentasikan diri mereka, berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain dalam ruang lingkup digital. Penciptaan diri dalam identitas digital dapat dilihat dari beberapa hal seperti membangun profil media sosial, mengunggah konten, berpartisipasi dalam komunitas online, dan menjaga reputasi online.¹⁹

Media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam pembentukan identitas digital. Media sosial membuka ruang digital bagi tiap individu untuk menggambarkan diri mereka, berkomunikasi dengan orang lain, dan membangun

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Husna, Hasan, Arifin, “Identitas Dan Penciptaan”, 46

¹⁹ Ibid, 46-47

citra dirinya. Berikut beberapa penjelasan tentang peran media sosial dalam pembentukan identitas digital menurut Zizi Papacharissi;²⁰

- a) Penciptaan citra diri: Media sosial memberikan platform di mana individu dapat memilih informasi, gambar, video, dan cerita yang ingin mereka sebar tentang diri mereka. Mereka dapat membangun citra diri sesuai dengan preferensi, aspirasi dan pemikiran mereka.
- b) Interaksi sosial: melalui media sosial, individu dapat berinteraksi dengan keluarga, teman-teman, rekan bisnis, dan bahkan orang asing. Interaksi ini membentuk bagian vital identitas digital karena cara individu berkomunikasi dan berinteraksi merefleksikan diri mereka di dunia maya.
- c) Kaitan dengan komunitas: media sosial memungkinkan individu untuk terlibat dalam komunitas yang sesuai dengan minat dan identitas mereka. Hal ini bisa berupa grup atau komunitas daring yang terbentuk berdasarkan minat atau identitas tertentu.
- d) Pengaruh kultural: media sosial memungkinkan individu untuk terus mengikuti tren dan perubahan budaya. Mereka dapat terlibat dalam diskusi dan aktivitas yang memengaruhi pemahaman budaya mereka dan bagaimana mengartikulasikan diri.
- e) Pemeliharaan hubungan: individu dapat menggunakan media sosial untuk memelihara hubungan dengan teman-teman dan keluarga yang mungkin

²⁰ Husna, Hasan, Arifin, "Identitas Dan Penciptaan", 47-48

berada di tempat yang jauh. Ini dapat memengaruhi bagaimana mereka merasa diri mereka terkait dengan orang lain dalam identitas digital mereka.

Peran media sosial diatas inilah yang akan menjadi indikator-indikator penerapan teori dalam penelitian ini. Bagaimana akun Instagram @siqode membangun identitas digital dengan penerapan lima indikator diatas. Lima indikator tersebut menjadi bentuk peran media sosial dalam penciptaan identitas digital akun @siqode.

2. Desain Komunikasi Visual (DKV)

a. Definisi DKV

Kata desain sendiri secara etimologi berasal dari beberapa serapan bahasa yang diambil dari bahasa Itali yaitu “*designo*” yang secara bahasa berarti gambar. Kata desain bisa digunakan sebagai kata benda maupun kata kerja di berbagai kalimat. Jika sebagai kata kerja, istilah desain dapat dimaknai sebagai proses dalam membuat atau menciptakan obyek baru. Sedangkan jika digunakan sebagai kata benda istilah desain dapat dimaknai sebagai hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud rencana, proposal, maupun berbentuk karya nyata.²¹

Komunikasi sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu “*communication*” yang diambil dari bahasa Latin “*communio*” yang berarti kebersamaan.²² Kemudian komunikasi dianggap sebagai proses menciptakan suatu kesamaan (*communes*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan

²¹ Lia AnggraLia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2014), 13

²² *Ibid.*, 14

penerima (komunikasi). Sedangkan visual sendiri berasal dari bahasa Latin “*videre*” yang berarti melihat.²³

Kemudian, komunikasi visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain. Komunikasi tersebut menggunakan media yang hanya bisa terbaca secara visual oleh indera penglihatan atau mata.²⁴

Jadi dapat disimpulkan bahwa DKV adalah seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa atau visual yang disampaikan melalui media berupa desain.²⁵ Selain untuk menginformasikan, DKV juga bertujuan untuk memengaruhi, hingga merubah perilaku khalayak (*audience*) sesuai dengan tujuan yang akan diwujudkan.

b. Unsur-unsur DKV

Ada beberapa unsur DKV yang harus diperhatikan oleh desainer dalam pembuatan desain untuk agar tercipta desain yang baik. Desain yang baik adalah yang mampu menyampaikan pesan atau informasi secara utuh sesuai tujuan desainer kepada audiens. Berikut adalah unsur-unsur DKV:²⁶

1) Tipografi

Tipografi berasal dari bahasa latin “*typos*” yang berartitetakan, bentuk dan sejenisnya, dan *graphia* berarti sesuatu tentang seni tulisan. Jadi secara umum tipografi adalah seni menyusun dan mencetak huruf. Tipografi adalah sebuah seni

²³ Lia Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 14

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*, 15

²⁶ *Ibid.*, 32-40

menyusun huruf-huruf menjadi sebuah kalimat sehingga dapat dibaca namun tetapi memiliki nilai desain.²⁷ Tipografi ini adalah metode menerjemahkan lisan (kata-kata) menjadi sebuah bentuk tulisan yang divisualkan. Dalam desain tipografi memiliki nilai fungsi yang penting karena membawa pesan utama dalam sebuah desain.²⁸ Menurut Lia Anggraini dan Kirana Nathalia dalam bukunya “Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula”, tipografi adalah *visual language* atau bahasa yang dapat dilihat.²⁹

Sebagaimana yang dijelaskan diatas, tipografi adalah susunan huruf-huruf yang dimana pada dasarnya huruf-huruf tersebut diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu,³⁰

a. Serif

Jenis huruf serif mempunyai kaki/sirip (serif) yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, sehingga huruf serif cenderung lebih mudah dibaca (*readible*). Dalam sebuah desain huruf serif sendiri memiliki kesan yang klasik, resmi, elegan.

b. Sans Serif

Jenis huruf ini merupakan kebalikan dari huruf serif dimana sans serif ini dapat diartikan tanpa kaki/sirip, berbanding terbalik dengan serif. Huruf-huruf serif memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir dan memiliki kesan yang

²⁷ Irene Hasian, Irsya Putri, dan Ferdiansyah Ali, “Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika,” *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, vol. 5, no. 1, Januari 2021, 729

²⁸ ²⁸ *Ibid.*, 729.

²⁹ Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 52

³⁰ *Ibid*, 58.

sederhana, lugas, dan futuristik. Dalam sebuah desain yang berkesan sederhana dan simpel huruf sans serif ini sangat cocok menjadi penyandingnya.

c. *Script*

Jenis huruf *script* menyerupai goresan tangan yang dibuat dengan pena, kuas, atau pensil tajam dan biasanya cenderung miring ke kanan. Huruf ini terbagi menjadi dua jenis yakni formal *script* dan *casual script*. *Formal script* merupakan huruf yang menyerupai tulisan tangan yang dibuat dengan pena klasik dimana huruf ini sering digunakan dalam undangan dan media cetak yang sifatnya formal. Sementara *casual script* ini memiliki kesan yang pribadi dan akrab. Berbeda dengan *formal script* yang bersifat formal *casual script* ini lebih terkesan santai dan kurang formal. *Casual script* menyerupai tulisan tangan yang digoreskan menggunakan kuas atau pensil.

d. Dekoratif

Huruf dekoratif ini merupakan pengembangan dari huruf-huruf yang sudah ada dengan pemberian tambahan ornamen, hiasan, atau garis-garis dekoratif. Berbeda dengan huruf serif huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang rendah sehingga tidak disarankan menggunakan huruf dekoratif sebagai *body text*, huruf ini cenderung lebih sering digunakan sebagai judul atau *heading*.

Menurut J. Ben Lierman pada buku *Types of Typeface* (1967), ia mengungkapkan ada dua hal yang menentukan efektifitas sebuah desain dalam penggunaan tipografi, yaitu *legibility* dan *readability*. *Legibility* adalah kemudahan mata mengenali suatu huruf atau karakter tanpa bersusah payah melihatnya.

Seorang desainer harus paham dan mengenali karakter huruf dengan baik sehingga huruf yang tersusun tidak terkesan abstrak dan rumit. Sementara *readability* adalah penggunaan huruf dengan memerhatikan antar satu huruf dengan huruf lainnya baik dari spasi maupun jarak antar huruf sehingga menciptakan sebuah huruf atau kalimat yang mudah dibaca.

2) Garis

Garis merupakan unsur dasar desain yang menghubungkan satu titik dengan titik lainnya. Bentuknya dapat berupa gambar garis lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Garis menjadi unsur dasar dalam pembentukan sebuah bentuk. Garis dapat dibentuk secara fleksibel sesuai citra yang ingin ditampilkan.³¹

3) Bentuk

Bentuk merupakan segala sesuatu yang memiliki diameter, tinggi, dan lebar. Bentuk-bentuk dasar yang banyak ditemukan adalah bentuk kotak, lingkaran, segitiga, lonjong, trapesium, segilima, segienam dan lain-lain. Berdasarkan kategori sifatnya bentuk dikategorikan menjadi tiga:³²

a. Bentuk geometrik

Bentuk geometrik adalah segala bentuk-bentuk yang bisa diukur seperti kotak, balok, lingkaran, tabung, silinder, limas, kerucut, dan lain-lain.

b. Bentuk Natural

Bentuk ini berupa berbagai bentuk makhluk hidup seperti pohon, daun, bunga, buah, hewan, dan bahkan manusia juga dapat dikatakan sebagai bentuk natural.

³¹ Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 32

³² *Ibid.*, 33.

Bentuk-bentuk tersebut dikatakan natural karena segala bentuk tersebut dapat berubah dan bertumbuh secara ukuran, serta dapat berubah-ubah dan berkembang.

c. Bentuk Abstrak

Bentuk abstrak ialah segala sesuatu yang kasat mata, tidak jelas, dan tidak berdefinisi. Dalam konteks seni bentuk abstrak dapat berupa bentuk yang tidak sesuai dengan bentuk aslinya.

4) Tekstur (Texture)

Tekstur adalah tampilan permukaan atau corak dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Tekstur dikategorikan sebagai tekstur suatu permukaan benda seperti karpet, baju, kulit kayu, kertas, cat dinding, cat kanvas, permukaan batu, dan sebagainya.³³

Penggunaan tekstur dalam desain bertujuan untuk menambah kesan dan nilai yang lebih dari sekadar estetik. Akan tetapi dalam desain tekstur tidak selalu bersifat nyata, bisa saja bersifat semu. Tekstur semu merupakan tekstur yang dibuat secara visual dari suatu bidang.

5) Gelap Terang atau Kontras

Kontras merupakan warna yang berlawanan antar satu dengan warna lainnya, terdapat perbedaan baik dari segi warna maupun titik fokusnya. Pada konsep desain yang tidak berwarna atau hitam putih, dapat diterapkan perbedaan warna gelap dan terang yang bertujuan untuk menonjolkan pesan informasi yang

³³ Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 34

juga dapat menambah kesan dramatis. Prinsip kontras ini diterapkan guna menambah nilai keterbacaan, fokus, dan titik berat suatu desain.³⁴

6) Ukuran

Ukuran dapat diartikan sebagai perbedaan besar kecilnya suatu obyek atau elemen dalam desain. Penerapan besar dan kecilnya obyek dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) pada desain yang dibuat. Kontras dan penekanan ini bertujuan untuk memudahkan audiens membaca obyek mana yang dinilai sangat penting, penting, dan kurang penting. Sehingga desain yang dibuat dapat dibaca dan tersampaikan dengan baik kepada audiens sesuai dengan maksud dan tujuan pembuat desain (desainer).³⁵

7) Warna

Warna menjadi unsur penting dalam merepresentasikan identitas sebuah desain. Warna merupakan salah satu unsur yang dapat menarik perhatian, menggambarkan citra atau identitas, dan meningkatkan *mood*. Bahkan dalam pemilihan warna yang tidak sesuai dapat berakibat pada hilangnya minat pembaca audiens. Dalam penggunaan warna desainer perlu memperhatikan kesan apa yang ingin dipresentasikan. Apabila ingin menampilkan feminim, lembut, dan cocok untuk wanita pastinya warna pink muda menjadi pilihan yang baik. Sebaliknya apabila ingin menampilkan kesan *gentle*, tangguh, jantan dan bersih, warna biru akan lebih cocok.³⁶

³⁴ Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 35.

³⁵ *Ibid*, 36.

³⁶ *Ibid*, 37.

Warna dapat dikategorikan menjadi empat, yaitu;

a. Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang bukan campuran dari warna-warna lain. Warna-warna yang masuk ke dalam kategori primer ada merah, biru, dan kuning.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Contohnya warna jingga yang merupakan pencampuran warna kuning dengan merah, hijau merupakan pencampuran warna biru dengan kuning, dan warna ungu merupakan pencampuran warna merah dan ungu.

c. Warna Tersier

Warna tersier adalah campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Seperti warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna yakni merah, kuning, dan biru.

d. Warna Netral

Warna netral merupakan hasil campuran dari ketiga warna dasar dalam proporsi 1:1:1. Warna ini ditampilkan sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Hasil campuran warna yang tepat akan menghasilkan warna hitam.

Dalam penggunaan warna terdapat dua macam warna yakni *RGB* dan *CMYK*. *RGB* atau *additive color* ialah warna yang dihasilkan dari sinar yang biasanya digunakan pada warna lampu, layar monitor, televisi, *handphone* dan sebagainya. Sedangkan warna *CMYK* (*subtractive color*) ialah warna yang dibuat menggunakan unsur-unsur tinta atau cat. Warna tersebut biasanya digunakan dalam

proses pencetakan ke permukaan benda padat seperti kaos, banner, kain, logam, plastik, dan sebagainya.

c. Prinsip-prinsip DKV

Penerapan unsur-unsur DKV dalam pembuatan sebuah desain belum cukup untuk menyampaikan pesan di dalamnya. Ada beberapa prinsip-prinsip DKV yang perlu dipahami untuk membuat desain yang efektif, yaitu sebagai berikut:³⁷

1) Keseimbangan (Balance)

Keseimbangan tidak hanya terdapat pada benda atau tubuh manusia, sebuah desain yang baik juga harus memerhatikannya. Keseimbangan berperan dalam kenyamanan sebuah desain dipandang. Berbeda dengan keseimbangan benda-benda di sekitar kita yang bisa diukur dengan pasti, dalam bidang desain keseimbangan tidak bisa diukur dengan pasti tetapi dapat dirasakan. Sebuah desain bisa dikatakan seimbang apabila obyek pada bagian kanan atau kiri, bagian atas atau bawah terkesan sama berat, ini yang disebut dengan keseimbangan simetris. Berbeda dengan keseimbangan asimetris atau informal, penataan obyek bagian atas atau bawah, bagian kanan atau kiri tidak sama namun tetap terkesan seimbang. Hal ini dapat dibedakan dengan bentuk dan warna yang berbeda, misalnya pada sisi kiri menggunakan lingkaran bulat besar berwarna pastel, sedangkan di sisi kanan menggunakan lingkaran kecil berwarna tua. Keseimbangan asimetris dapat tampak lebih dinamis dan bervariasi.³⁸

³⁷ Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 41-46

³⁸ *Ibid.*, 41-42.

2) Irama (rhythm)

Irama adalah pengulangan gerak atau penyusunan bentuk secara berulang-ulang. Irama dalam sebuah desain dapat berupa repetisi atau variasi. Repetisi berupa elemen yang dibuat secara berulang-ulang dan konsisten. Sedangkan secara variasi, irama berupa perulangan elemen visual yang disertai perubahan, bentuk, ukuran, atau posisi.³⁹

3) Penekanan/dominasi (emphasis)

Dominasi adalah salah satu prinsip dasar tataletak yang harus ada dalam karya seni dan desain. Dominasi berasal dari kata *dominance* yang berarti keunggulan, penekanan ini bertujuan untuk menonjolkan salah satu unsur yang ingin disampaikan dalam desain. Penekanan ini menjadi alat bantu penyampaian informasi dengan cara menonjolkan unsur utama pesan diikuti dengan pesan-pesan berikutnya secara berurutan. Selain penekanan, prinsip ini juga biasa disebut dengan *center of interest, focal point, dan eye catcher*.⁴⁰

Ada beberapa cara untuk memberikan penekanan dalam desain, yaitu sebagai berikut:

e. Kontras

Penekanan dapat dibentuk dengan penggunaan kontras, yaitu obyek yang dianggap penting dibuat berbeda dengan elemen lainnya baik secara pemilihan warna, ukuran, atau posisinya.

³⁹ Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 43

⁴⁰ *Ibid.*, 43.

f. Isolasi obyek

Pemilihan posisi yang obyek utama yang dipisah dari pesan-pesan lainnya juga salah satu cara membentuk penekanan pada sebuah desain. Contohnya, pada iklan-iklan handphone yang biasanya memisahkan produknya dari penempatan pesan lainnya.

g. Penempatan obyek

Penempatan obyek utama ditengah menjadi stopping power dalam desain. Dengan penempatan obyek yang menonjol sebagai stopping power akan menjadi pusat perhatian para pembacanya.

4) Kesatuan (unity)

Sebuah desain tanpa menggunakan prinsip kesatuan akan terlihat kacau balau. Tanpa adanya kesatuan, desain akan menjadi tidak nyaman untuk dipandang. Sesungguhnya prinsip ini adalah sebuah hubungan atau keseragaman antar semua elemen desain baik dari sisi tipografi, warna, tema, dan ilustrasi atau foto.⁴¹

3. New Media

Teori *New Media* atau media baru dikemukakan oleh Pierre Levy yang menjelaskan tentang perkembangan media dari konvensional ke era digital.⁴² Media baru berbeda dengan media konvensional seperti media cetak, media massa,

⁴¹ Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 45

⁴² Ana Yulianti, dkk., "Pengelolaan Informasi Di Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi Humas Suska Tv," *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, vol. 5, no. 3, November 2023, 227

televisi, radio dan lainnya yang bersifat terbatas, dalam artian penyampaian informasi bersifat satu arah dan tidak interaktif.

Dalam teori ini terdapat dua sudut pandang yang berbeda. Pertama, interaksi sosial, Menurut Pierre Levy *World Wide Web* (WWW) sebagai lingkungan terbuka yang fleksibel, dinamis, yang dimana manusia dapat memberikan dan mendapatkan pengetahuan baru serta memberikan ruang interaktif dengan pendekatan tatap muka.⁴³ Kedua, integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan sebagai tempat penyebaran informasi dan interaksi, tetapi media berperan sebagai pembentuk budaya masyarakat.⁴⁴

Media sosial merupakan salah satu media baru yang mudah diakses oleh masyarakat. Instagram menjadi aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak kedua setelah whatsapp.⁴⁵ Sesuai dengan sudut pandang pertama teori *New Media*, Instagram merupakan lingkungan terbuka interaksi penggunanya. Setiap penggunanya bebas berinteraksi melalui berbagai fitur untuk mengunggah foto, video, *direct message*, dan berbalas komentar. Instagram memberikan lingkungan layaknya tatap muka bagi para penggunanya. Kemudian berkaitan dengan sudut pandang kedua, Instagram menjadi sarana integrasi sosial masyarakat dimana berbagai latar belakang bersatu dalam sebuah platform.

⁴³ Subria Mamis, "Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sebagai Media Baru Dalam Komponen Pembelajaran," *Al-Munzir*, vol. 13, no. 2, November 2020, 261.

⁴⁴ Arrum Dara Efda, Ilham Setyawan, dan Feri Johansah, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Pada Akun @pandemictalks," *J-Ika*, vol. 10, no. 1 Desember 2023, 256.

⁴⁵ Indira Lintang, "10 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia 2024," *Inilah.Com*, 2 September 2024, diakses 17 December 2024, <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>.

Buah dari berkembangnya media baru ini berdampak pada semua aspek kehidupan baik politik, ekonomi, budaya, sosial, dan bahkan agama. Penggunaan media sosial dalam penyebaran agama atau dakwah sudah banyak dilakukan oleh para dai dewasa ini. Akun @siqode merupakan salah satunya, ia menyampaikan dakwahnya melalui media komik digital yang diunggah di *feed* Instagramnya. Akun tersebut menjadi lingkungan terbuka bagi audiens muslim untuk berinteraksi dengan sesama pengikut @siqode maupun dengan pemilik akunnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis yang dipandu oleh landasan teori untuk melihat fakta di lapangan.⁴⁶ Pendekatan ini digunakan untuk memberikan deskripsi mendalam terkait fenomena yang diteliti yakni bagaimana akun Instagram @siqode membentuk identitas digitalnya di Instagram.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini berupa komikus akun Instagram @siqode yang merupakan sebuah akun dakwah melalui media komik digital. Sedangkan objek penelitian ini adalah identitas digital dari akun Instagram @siqode. Dalam hal ini,

⁴⁶ Ismail Suwardi Wekke, dkk., *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Gawe Buku, 2019), 33.

akan diteliti mengenai identitas digital yang dibentuk oleh @siqode melalui interaksinya di Instagram dan postingan *feed* yang berupa komik digital.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data terdiri dari dua macam, yakni data primer dan sekunder;

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara peneliti kepada Muhammad Nur Qodri Sulaeman selaku pemilik dan komikus akun @siqode dan sejumlah postingan *feed* Instagram yang sesuai dengan indikator teori identitas digital.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal, buku, dan artikel yang membahas terkait identitas digital, *new media*, dan DKV.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, studi dokumenter, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan peneliti kepada pemilik akun @siqode guna mendapatkan informasi tentang pembentukan identitasnya di Instagram. Observasi dilakukan peneliti dengan mengamati bagaimana interaksi @siqode dalam postingannya. Pada studi dokumenter, peneliti akan menghimpun dan menganalisis postingan yang diunggah oleh @siqode pada postingan *feed* Instagramnya. Sedangkan pada studi pustaka,

peneliti akan mendalami landasan teoritis yang berkaitan dengan identitas digital, *new media*, dan DKV.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan penelitian ini adalah analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Teknik tersebut memiliki kerangka kerja analisis yang sistematis sehingga data kualitatif lebih mudah diolah secara runtut. Model analisis ini merupakan analisis yang bertujuan memahami dan menganalisis fenomena sosial yang salah satunya ialah identitas digital.⁴⁷ Analisis ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu:⁴⁸

a. Reduksi Data

Pada tahap ini peneliti mereduksi segala informasi yang telah diperoleh pada tahap pengumpulan data. Peneliti menyortir data-data yang sudah dipilih guna memberikan gambaran mengenai identitas digital yang dibentuk oleh @siqode di akun Instagramnya.

b. Penyajian Data

Pada tahap ini peneliti menguraikan fokus yang telah ditetapkan menjadi lebih rinci, setelah itu melakukan analisis data yang mendalam dari data dan informasi yang diperoleh. Peneliti menjabarkan dalam bentuk narasi tentang

⁴⁷ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis*, (California: Sage Publication, 1994), 4.

⁴⁸ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, vol. 21, no. 1, 2021, 43.

bagaimana akun Instagram @siqode membangun identitasnya dalam ruang digitalnya.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap ini, narasi yang sudah dijabarkan berdasarkan data-data yang didapat peneliti disimpulkan menjadi kesimpulan yang ringkas dan detail bagaimana akun @siqode membentuk identitas digitalnya. Kemudian dilakukan verifikasi kembali dari kesimpulan yang didapat oleh peneliti.

G. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bagian ini peneliti menjabarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan

BAB II Gambaran Umum

Pada BAB kedua ini berisi tentang gambaran umum yang membahas tentang profil akun Instagram @siqode dan jenis-jenis kontennya.

BAB III Hasil Analisis dan Pembahasan

Pada bagian ini peneliti menjabarkan hasil serta temuan dari analisis pembentukan identitas digital akun Instagram @siqode dari sudut pandang DKV.

Hasil IV Penutup

Pada bagian ini peneliti menutup penelitiannya dengan penjabaran kesimpulan dari hasil penelitian dan saran bagi praktisi komikus digital dan peneliti selanjutnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya terkait identitas digital dalam konten visual (komik) akun Instagram @siqode karya Qodri Sulaeman menggunakan teori identitas digital milik Erving Goffman yang dikembangkan kembali oleh Zizi Papacharissi dengan penambahan indikator peran media sosial sebagai salah satu bentuk new media yang interaktif dan dinamis seperti yang diungkapkan oleh Pierre Levy, dalam pembentukan identitas digital pada dan dianalisa secara visual menggunakan teori DKV menyimpulkan bahwa identitas yang dibentuk oleh Qodri Sulaeman di akun @siqode merupakan representasi dari preferensi Qodri sendiri di dunia nyata. Dari preferensinya yang sederhana menciptakan komik-komik dengan karakter dan desain yang sederhana secara visualnya. Kemudian dari pikiran dan keyakinannya yang berpegang pada pengetahuan tentang larangan menggambar wajah manusia secara utuh dalam agama Islam menciptakan karakter tanpa wajah yang bernama siQode.

Pada analisa konten-konten di akun Instagramnya melalui teori DKV menguatkan bagaimana karakter sederhana Qodri digambarkan secara visual. analisa tersebut menyimpulkan bahwa karakter sederhana dari Qodri sangat kuat dalam komik-komik yang ia ciptakan baik dari segi unsur garis, tipografi, ukuran dan bentuk. Begitu juga dengan prinsip DKV yang ia terapkan seperti

keseimbangan, penekanan, dan kesatuannya dengan konsistensi elemen, tipografi serta ilustrasi pada tiap komik yang ia buat. Penerapan dari semua unsur DKV yang pada komiknya memberikan kesan sederhana dan bersih sehingga penyampaian pesan pada tiap komik menjadi tujuan utamanya.

Hasil penelitian ini memperkuat teori Erving Goffman tentang citra diri atau identitas diri dalam dunia digital, khususnya bahwa media sosial dapat digunakan untuk menampilkan diri secara autentik, bukan hanya sebagai alat membentuk identitas ideal atau manipulatif. Desain yang sederhana, fokus kepada pesan dan konsisten dapat menjadi strategi visual yang kuat untuk membangun identitas digital yang relevan dan autentik. Hal ini bisa menjadi acuan para komikus dan desainer digital dimana karya yang sederhana dan autentik tidak akan lebih tidak diminati dibanding dengan komik yang realistis selagi pesan yang dirangkum bisa tersampaikan dengan efektif.

B. Saran

Penelitian ini telah menganalisa bagaimana identitas digital yang dibangun oleh akun Instagram @siqode melalui kacamata visual dan media baru. Akan tetapi kalau dilihat dari segi perspektif yang diambil, peneliti mengambil perspektif dari komikus yang memiliki karakter sederhana sehingga akan menimbulkan beberapa catatan tentunya. Kepada peneliti yang sekiranya hendak mengembangkan penelitian ini, penulis menyarankan untuk menggunakan observasi yang melibatkan audiens @siqode sehingga mendapatkan dua perspektif dari pembuat karya dan respon audiens terhadap bentuk identitas yang dibangun untuk melihat efektivitas dan dampaknya.

Kepada peneliti yang sekiranya hendak menggunakan teori identitas dan khususnya melalui kacamata visual bisa melakukan analisis terhadap komik lain yang memiliki karakter berlawanan dengan @siqode, karakter yang realistis. Dari jajaran komik lain yang tergabung dalam komunitas @iqomic terdapat banyak komik yang memiliki karakter-karakter komik yang berbeda-beda sehingga akan memberikan perspektif lain dari karakter yang jauh berbeda dengan @siqode.

Bagi para komik dan desainer terutama yang bergerak di dunia digital, penelitian ini memberikan satu saran penting yaitu pentingnya identitas pada tiap karya yang dibuat. Konsistensi gaya dan karakter visual yang terbentuk dari keyakinan dan karakter pribadi sang kreator bisa membentuk identitas digital yang kuat dan autentik. Sehingga identitas digital menjadi hal yang penting bagi para kreator digital dan komik terkhusus komik dakwah digital yang sedang menyebarkan nilai-nilai keislaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abul Husain Muslim bin al-Hajjaj, Imam, صحيح مسلم. Beirut: Daar al-Kutub Ilmiyah, 1991
- Anggraini S, Lia, dan Kirana Nathalia. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2014.
- Ayu Sartika, Resa Eka. “Fenomena ‘Laki-Laki Tidak Bercerita’, Apa Dampaknya Pada Kesehatan Mental Dan Kesetaraan Gender?” *Kompas.Com*. 15 November 2024. Diakses 10 Maret, 2025.
<https://www.kompas.com/tren/read/2024/11/15/163000565/fenomena-laki-laki-tidak-bercerita-apa-dampaknya-pada-kesehatan-mental-dan?page=1>.
- B. Miles, Matthew, dan A. Michael Huberman. *Qualitative Data Analysis*. California: Sage Publications, 1994.
- Detik.com, Tim. “Olokan Gus Miftah Ke Tukang Es Teh Sampai Bikin Presiden Beri Teguran.” *Detik.Com*. 5 Desember 2024. Diakses 8 Maret, 2025.
<https://news.detik.com/berita/d-7671564/olokan-gus-miftah-ke-tukang-es-teh-sampai-bikin-presiden-beri-teguran>.
- Efda, Arrum Dara, Ilham Setyawan, dan Feri Johansah. “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Pada Akun @pandemictalks.” *J-Ika* 10, no. 1, Desember 2023.
- Hasian, Irene, Irsya Putri, dan Ferdiansyah Ali. “Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika.” *Magenta Official Journal STMK Trisakti* 5, no. 1, Januari 2021.
- Hidayah, Luthfi. “Analisis Desain Komunikasi Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dakwah Di Era Digital.” *An-Nashiha Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 3, no. 1, April 2023.
- Husna, Asmaul, Kamaruddin Hasan, dan Awaluddin Arifin. “Identitas Dan Penciptaan Diri Di Era Disrupsi Digital”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 5, no. 1, Januari-Juni 2024.
- Kertamukti, Rama. “Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)” *Jurnal Komunikasi Profetik* 8, no. 1, Januari 2015.
- Lintang, Indira. “10 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia 2024.” *Inilah.Com*. 2 September 2024. Diakses 17 December, 2024.
<https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>.

- M Jakfar, Tarmizi. "Membuat Gambar Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Perbandingan Antara Yusuf Qarāḍawi Dan Muhammad Ali Al-Ṣabuni)." *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-undangan dan Pranata Sosial* 9, no. 1, Januari-Juni 2020.
- Mamis, Subria. "Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sebagai Media Baru Dalam Komponen Pembelajaran." *Al-Munzir* 13, no. 2, November 2020.
- Marwick, Alice E., dan Danah Boyd. "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience." *New Media and Society* 13, no. 1 2010.
- Muslim, Imam. *Shahih Muslim* (صحيح مسلم), terj. Da'wahrights. Da'wah Rights, 2010.
- Rahman Hakim, Arif, Ardhini Mardhiyah, Dika Muhammad Irham, Nahla Nurkholifah, Zulmi Ramdani, dan Andi Amri. "Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopers the Building of Self-Identity on Kpopers." *Motiva: Jurnal Psikologi* 4, no. 1 2021.
- Revi, Muhammad, Hari Prajanto, dan Rama Kertamukti. "Formation of Habib Husein Ja'far Identity on Youtube Habib Husein Ja'far's Self Presentation Strategy in Digital Da'wah on Youtube." *Journal Komunikasi Global* 12, no. 1 Juni 2023.
- Rifai, Ahmad. "Seni Dalam Perspektif Hadist (Kajian Mâani Perspektif Muhammadiyah)", *Bayani: Jurnal Studi Islam* 1, no. 2, September 2021.
- Rijal Fadli, Muhammad. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1, 2021.
- Sakti, Bulan Cahya, dan Much Yulianto. "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja." *Interaksi-Online* 6, no. 4, Oktober 2018.
- Surokim, dan Tatag Hendaka. *Media Lokal, Kontestasi, Trend, Dinamika, Dan Suara Media Arus Bawah*. Yogyakarta: Elmatara, 2016.
- Syafnidawaty. "Digital." *Universitas Raharja*. 14 Mei 2020. Diakses 19 November, 2024. <https://raharja.ac.id/2020/05/14/digital/>.
- Syaputra, Andre Ade, and Angga Intueri Mahendra. "Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual Pada Instagram @kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi." *Jurnal Ilmiah Global Education* 4, no. 3, Agustus 2023.
- Wekke, Ismail Suardi. *Metode Penelitian Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Penerbit Gawe Buku, 2019.

Wekke, Ismail Suwardi. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku, 2019.

Yulianti, Ana, Anggie Lubis, Anggun Oktaviani, Dicky Akbar, Indah Novianti, and Toni Hartono. "Pengelolaan Informasi Di Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi Humas Suska Tv." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi* 5, no. 3, November 2023.

