

IDENTITAS MAHASISWA UHAMKA DALAM MEDIA PEMBELAJARAN DARING

PENULIS

¹⁾Titin Setiawati, ²⁾Vilya Dwi Agustini

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah menganalisis penggunaan identitas mahasiswa dalam media pembelajaran daring. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh 366 mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka dari berbagai angkatan yang merupakan pengguna media pembelajaran daring, baik media pembelajaran daring resmi dari kampus (Online Learning Uhamka, biasa disebut OLU) maupun media pembelajaran daring lain. Kajian ini menemukan bahwa dalam media pembelajaran daring resmi dari kampus mahasiswa memiliki kecenderungan lebih besar untuk menggunakan nama asli sebagai identitas, sementara dalam media pembelajaran daring yang bukan merupakan media pembelajaran daring resmi dari kampus kecenderungan untuk menggunakan nama asli lebih kecil, tetapi berbanding terbalik, pada penggunaan photo, penggunaan photo diri asli memiliki kecenderungan lebih kecil pada media pembelajaran resmi dari kampus dibanding media pembelajaran daring lain.

Kata Kunci

Identitas, Media Daring, Media Pembelajaran Daring

ABSTRACT

The focus of this research is to analyze the identity of the students in online learning media. This study uses a quantitative descriptive research method. Data collected through questionnaires filled out by 366 active students of Prof.Dr.Hamka Muhammadiyah University from various grades who were active users of campus official online learning media (Online Learning Uhamka, called OLU), and other online learning media. This study found that in official online learning media, students had a greater tendency to use real names as identities, while in other online learning media which were not official online learning media from campus, the tendency to use real names was smaller, but inversely in the use of photos, the use of real self-photos has a smaller tendency in official online learning media than other online learning media

Keywords

Identity, Online Media, Online Learning Media

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

¹⁾²⁾Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
¹⁾²⁾Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka
¹⁾²⁾Jl. Limau 2 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

KORESPONDENSI

Penulis
Email

Vilya Dwi Agustini
vilyadwi@uhamka.ac.id

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat, membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Saat ini manusia seperti tidak dapat dilepaskan dari teknologi. Termasuk dalam hal pembelajaran dan pendidikan. Banyak inovasi yang ditemukan untuk mendukung proses pembelajaran bagi pelajar dan mahasiswa. Salah satunya adalah penggunaan media pembelajaran daring yang banyak digunakan untuk memudahkan proses belajar mengajar. Ditambah dengan munculnya pandemi Covid-19 yang memaksa sebagian besar kegiatan dilakukan dengan meminimalisasi tatap muka, maka pembelajaran dengan menggunakan media daring menjadi pilihan untuk dapat tetap melangsungkan kegiatan pembelajaran.

Di sisi lain, penggunaan media daring sangat pesat juga turut mendorong berbagai perubahan dalam kehidupan masyarakat. Media baru mengubah nilai-nilai kebudayaan dalam kehidupan masyarakat (Ahmadi,2020) . Salah satu perubahan yang terjadi adalah soal identitas yang digunakan oleh masyarakat dalam media daring, termasuk di dalamnya adalah mahasiswa ketika menggunakan media daring.

McLuhan (Nuruddin,2017:ix) berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Ada beberapa tahapan yang layak kita simak. *Pertama*, penemuan teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. *Kedua*, perubahan dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. *Ketiga*, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa “kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya yang kita gunakan itu membentuk atau memengaruhi kehidupan kita sendiri”.

Saat ini kita hidup dalam dunia yang dalam semua aspeknya hampir selalu melibatkan teknologi. Pada awalnya teknologi ditujukan untuk memudahkan kehidupan manusia, tetapi justru saat ini manusia sangat tergantung dengan teknologi. Hal ini kemudian membentuk apa yang kita sebut sebagai masyarakat maya atau masyarakat siber. Masyarakat yang realitas kehidupannya banyak berlangsung di dunia maya. Dalam kehidupan maya ini, banyak sekali hal yang berbeda dengan realitas dalam dunia yang sebenarnya, karena dunia maya memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan dunia nyata.

Nuruddin (2017:176-190) memberikan gambaran bagaimana realitas masyarakat maya, diantaranya: 1) Bermain topeng; 2) Miskinnya tatap muka; 3) Budaya narsisme; 4) Membangun avatar; 5) *Alone together*; 6) Budaya selalu terhubung; 7) Budaya komentar 8) Kekariban atau keheningan; dan 9) Kedangkalan makna.

Semua karakter masyarakat maya itu juga tercermin dalam penggunaan media pembelajaran daring oleh pelajar dan mahasiswa. Banyak diantara pelajar dan mahasiswa yang kemudian dalam media pembelajaran resmi yang digunakan oleh sekolah atau kampus sekalipun menggunakan identitas yang tidak sebenarnya. Mereka banyak yang menggunakan identitas yang dapat dikenali oleh orang lain dalam dunia maya, yaitu nama dan photo profil yang tidak sebenarnya. Padahal untuk media pembelajaran daring yang sifatnya resmi dari kampus, seharusnya identitas yang dicantumkan juga berupa identitas resmi seperti halnya nama yang sama dengan identitas resmi, dan photo profil yang sebenarnya.

Begitu pun dengan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof Dr Hamka, banyak mahasiswa yang menggunakan identitas nama dan photo profil yang tidak sebenarnya. Secara umum penelitian ini ingin mengetahui bagaimana penggunaan identitas mahasiswa FISIP Uhamka dalam media pembelajaran daring.

Kemunculan internet merupakan bagian dari revolusi informasi yang dialami oleh umat manusia. Ini berkaitan dengan adanya perubahan-perubahan besar pada kehidupan manusia. McQuail (2012:45) menyatakan bahwa internet sebagai media memiliki ciri-ciri yaitu: 1) teknologi berbasis komputer, 2) karakternya hibrida, tidak berdedikasi dan fleksibel, 3) potensi interaktif, 4) peraturan yang tidak ketat, 5) kesalingterhubungan, 6) ada dimana-mana atau tidak tergantung pada lokasi, 7) dapat diakses individu sebagai komunikator, dan 8) media komunikasi massa dan pribadi.

Dari hal tersebut kita mengetahui bahwa ada banyak perbedaan yang ditimbulkan oleh munculnya internet sebagai media. Perubahan tersebut hampir semua memengaruhi kehidupan manusia, dari ranah pribadi hingga ke ranah masyarakat luas. Termasuk di dalamnya adalah soal identitas.

Identitas mengacu pada karakter khusus individu atau suatu kelompok atau kategori sosial tertentu. Jadi identitas merupakan kategori tertentu untuk sebuah individu. Dan pembentukan identitas merupakan sebuah proses yang terjadi terus menerus. Stuart Hall dalam Nasrullah (2018:122) menyebutkan bahwa identitas bukan karena hal tersebut telah ada dalam individu tersebut sejak kelahirannya, melainkan ia muncul dan terbentuk

dari mengumpulkan gambaran-gambaran di luar diri kita, “*by the ways we imagine ourselves to be seen by others*”. Hal ini menggambarkan bahwa individu selalu dalam proses pencarian identitas karena pada dasarnya manusia tidak pernah berhenti dan selalu ada upaya untuk menggabungkan bagian-bagian dari aspek identitas. “...*to recapture this fantasized pleasure of fullness (plenitude)*”.

Kemunculan media berbasis internet, yang menjadi semacam tempat berinteraksi dan berkomunikasi sehari-hari, memunculkan fenomena baru dalam hal identitas. Seperti yang dapat kita amati, identitas yang digunakan oleh individu dalam media internet sering kali berbeda dengan identitas yang mereka miliki di dunia nyata. Hal ini karena internet memungkinkan individu untuk mengonstruksi identitas personalnya sesuai dengan keinginannya tanpa harus terlalu mempertimbangkan orang-orang di sekitarnya seperti halnya dalam dunia nyata.

Identitas di dunia maya merupakan sesuatu yang cair. Atmaja & Ariyani (2018:156) menyatakan bahwa identitas dalam dunia maya adalah sesuatu yang cair karena bisa dibentuk, direkayasa, diubah, bahkan bisa dimanipulasi lewat internet – sesuai dengan kepentingan. Jadi identitas yang ada di dunia maya ini merupakan identitas yang dapat dibentuk menyesuaikan dengan keinginan, tidak ada batasan dan sangat mudah berubah. Internet memungkinkan manusia untuk lari dari batasan identitas sehari-hari.

Seperti yang dinyatakan oleh Suler dalam Samovar (Atmadja & Ariyani. 2018:156) Salah satu hal yang menarik dari internet adalah kesempatan yang diberikannya kepada manusia untuk menampilkan diri mereka dalam berbagai cara. Anda dapat mengubah gaya Anda atau bereksperimen sesuka hati Anda dengan mengganti usia, sejarah, kepribadian, penampilan pribadi, bahkan jenis kelamin Anda. *Username* yang Anda pilih, informasi mengenai diri Anda yang Anda beritahu dan Anda rahasiakan, informasi yang Anda tampilkan dalam web pribadi Anda, persona atau avatar yang Anda gunakan dalam sebuah komunitas online – semua aspek penting dari bagaimana orang mengatur identitas mereka dalam dunia maya.

Identitas Sosial dan Identitas Virtual. Identitas sebagai sebuah jati diri yang pembentukannya melalui berbagai proses yang dialami seseorang, dalam Littejhon&Foss identitas diasumsikan sebagai sebuah konstruksi komunikasi yang akhirnya akan membentuk identitasnya didasari dari bagaimana seseorang berinteraksi dengan lainnya. Erving Goffman, salah satu sosiolog mengembangkan sebuah identitas dan komunikasi. Setiap harinya, seseorang mendapatkan interaksi dan komunikasi baru yang membuat perubahan dalam diri seseorang. Disituasi yang lain, kita mencoba menampilkan diri kita sesuai dengan harapan yang orang lain ingin lihat. Goffman, melihat seseorang akan mengembangkan sebuah gambaran akan dirinya dalam suatu situasi tertentu. Kali ini berkaitan dengan media sosial. Dimana seseorang memiliki akses untuk menampilkan sisi tertentu yang ingin ditonjolkannya. Sehingga identitas virtual mungkin tidak selalu sama dengan identitas di dunia nyata, karena si pengguna media virtual memiliki ‘teater sendiri’ yang ingin ditonjolkan atau bagian yang tidak ditampilkan (Littejhon&Foss, 2017: 75).

Seperti juga yang dikutip dalam jurnal oleh Eugene Ines (2015: 3) banyak para mahasiswa menggunakan media sosial untuk mendapatkan pengakuan atas kepopuleran dirinya. Hal ini dilakukan dengan cara membentuk identitas virtual atas dirinya yang mereka *settin* sesuai dengan bayangan ideal akan dirinya. Diri mereka ditunjukkan melalui identitas virtual yang dibentuk melalui penataan akun media sosial yang mereka miliki merupakan sebuah tindakan yang tidak serta merta spontan, tetapi melalui ‘meja editorial’ di dalam dirinya sendiri. Bahkan, mahasiswa pengguna media sosial dengan intensitas yang tinggi mengakui bahwa identitas virtual yang mereka ciptakan tidak hanya meningkatkan kepercayaan dirinya di dalam dunia maya, tetapi juga di dunia nyata.

Persoalan Identitas kemudian menjadi sesuatu yang bisa dinamis dan bisa dibentuk. Dalam media sosial hal itu sangat memungkinkan karena orang bisa dengan mudah merancang dan menyaring apa yang ingin ia tampilkan atau tidak di akunnya. Sehingga bisa muncul kesan bahwa orang tersebut memiliki karakter tertentu sebagaimana yang ia tampilkan di media sosial. Kesan kemudian menjadi sesuatu yang cenderung bisa diarahkan dan dikendalikan. Manajemen kesan merupakan bangunan yang merepresentasikan penampilan dan pemeliharaan identitas sosial selama interaksi. Media sosial berfungsi sebagai sarana penggunaannya untuk menempatkan diri dalam kerangka yang mereka inginkan. Pengguna memiliki kuasa untuk mengidentifikasi karakter diri yang mereka ingin bangun (Lailiyah, 2015: 22).

Erving Goffman (Nasrullah.2014:142) dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life* menyatakan bahwa setiap individu dalam kenyataannya melakukan konstruksi atas diri mereka dengan cara menampilkan diri (*self performance*). Dengan demikian kita mengetahui bahwa memang setiap individu akan

melakukan konstruksi atas diri mereka dan media berbasis internet, dan internet dapat mengakomodasi hal ini lebih luas karena seakan tanpa batasan seperti halnya dalam dunia nyata.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan desain survei. Dalam pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Tempat penelitian ini adalah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Hamka Jakarta dengan waktu penelitian mulai bulan Maret 2021 hingga Mei 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik aktif terdiri atas berbagai angkatan. Populasi berjumlah 1456 orang dengan menggunakan rumus Slovin, maka sampel yang digunakan adalah minimal 313,79 orang, dalam penelitian ini sampel sebanyak 366 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah penarikan sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti sehingga hanya anggota populasi yang memenuhi kriteria tersebut yang diambil sebagai anggota sampel penelitian (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019:163). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Hamka.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang dihasilkan dan diolah dari 366 kuesioner yang diisi oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Jakarta pada periode bulan Maret sampai April 2021, maka didapatkan data yang telah disusun dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Tahun Studi

NO	TAHUN STUDI	JUMLAH	PERSENTASE
1	Tahun ke-1	51	13,9
2	Tahun ke-2	101	27,5
3	Tahun ke-3	138	37,7
4	Tahun ke-4	41	11,2
5	Tahun ke-5	16	4,4
6	Tidak Menjawab	19	5,3
TOTAL		366	100

Tabel 2. Data Berdasarkan Waktu Mulai Menggunakan Media Pembelajaran Daring

NO	MULAI PENGGUNAAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sebelum Pandemi Covid-19	42	11,4
2	Setelah Pandemi Covid-19	324	88,6
TOTAL		366	100

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Pengguna Media Pembelajaran Resmi Uhamka (*Online Learning Uhamka*)

NO	PENGGUNA OLU / BUKAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Pengguna OLU	356	97,3
2	Bukan Pengguna OLU	10	2,7
TOTAL		366	100

Tabel 4. Data Responden Berdasarkan Penggunaan Nama Asli Lengkap Sesuai dengan Identitas yang Berlaku Dalam Media Pembelajaran Resmi Uhamka (*Online Learning Uhamka*)

NO	PENGGUNA NAMA ASLI / TIDAK	JUMLAH	PERSENTASE
1	Pengguna nama asli	365	99,7
2	Bukan pengguna nama asli	1	0,3
TOTAL		366	100

Tabel 5. Data Responden Berdasarkan Penggunaan Nama Asli Lengkap Sesuai Identitas yang Berlaku dan Bukan Asli Sesuai Identitas yang Berlaku Dalam Media Pembelajaran Whatsapp Grup, Google Classroom, Zoom, Google Meet

WHATSAPP GRUP				GOOGLE CLASSROOM				ZOOM				GOOGLE MEET			
Nama Asli		Bukan Nama Asli		Nama Asli		Bukan Nama Asli		Nama Asli		Bukan Nama Asli		Nama Asli		Bukan Nama Asli	
Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
310	84,7	56	15,3	354	96,7	12	3,3	351	95,9	15	4,1	353	96,2	13	3,8

Tabel 6. Data Responden Berdasarkan Penggunaan Photo Diri Asli Dalam Media Pembelajaran Resmi Uhamka (Online Learning Uhamka)

NO	PENGGUNA PHOTO ASLI / TIDAK	JUMLAH	PERSENTASE
1	Pengguna photo asli	167	45,7
2	Bukan pengguna photo asli	199	54,3
TOTAL		366	100

Tabel 7. Data Responden Berdasarkan Penggunaan Photo Asli atau Bukan Asli Dalam Media Pembelajaran Whatsapp Grup, Google Classroom, Zoom, Google Meet

WHATSAPP GRUP				GOOGLE CLASSROOM				ZOOM				GOOGLE MEET			
Photo Asli		Bukan Photo Asli		Photo Asli		Bukan Photo Asli		Photo Asli		Bukan Photo Asli		Photo Asli		Bukan Photo Asli	
Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
227	62	139	38	260	70,4	106	28,9	196	53,6	170	46,4	269	73,5	97	26,5

Tabel 8. Data Responden Berdasarkan Penggunaan Media Pembelajaran Tidak Resmi

NO	MEDIA PEMBELAJARAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Google Meet	348	95,8
2	Zoom	328	89,6
3	Whatsapp Grup	319	87,1
4	Google Classroom	311	84,9
5	Schoology	11	3,1
6	Youtube	4	1,1
7	Lain-lain	9	2,4

Dari data yang tersaji diketahui bahwa media pembelajaran daring sebetulnya sudah digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof.Dr Hamka sebelum Pandemi Covid-19 muncul. Terbukti dengan adanya 11,4% mahasiswa yang telah menggunakan media pembelajaran daring sebelum masa pandemi. Hanya saja Pandemi Covid-19 seperti memaksa mahasiswa yang sebelumnya belum mengenal media pembelajaran daring untuk menggunakan media tersebut karena proses belajar mengajar dialihkan ke dalam media daring sepenuhnya untuk menghindari penularan dan penyebaran Covid-19.

Dalam kegiatan belajar mengajar di Universitas Muhammadiyah Prof.Dr Hamka yang memiliki media pembelajaran daring resmi, masih ada mahasiswa aktif yang tidak menggunakan media pembelajaran resmi berupa *Online Learning* Uhamka yang sering disebut sebagai OLU. Jumlah mahasiswa tersebut sebesar 2,7%.

Dan ada kecenderungan di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof.Dr Hamka untuk menggunakan identitas yang sebenarnya berupa nama asli sesuai dengan identitas yang berlaku ketika menggunakan media pembelajaran daring resmi dari pihak kampus (*Online Learning* Uhamka) dan kecenderungan tersebut menurun apabila menggunakan media pembelajaran daring tidak resmi yang bukan berasal dari pihak kampus, seperti Whatsapp Grup, Google Classroom, Zoom, dan Google Meet. Angka tersebut cukup signifikan. Pengguna nama asli dalam media daring *Online Learning* Uhamka sebesar 99,7% sementara untuk media daring tidak resmi ada di angka 84,7% - 96,7%.

Sementara itu untuk penggunaan photo identitas asli justru memiliki kecenderungan sebaliknya. Mahasiswa yang menggunakan photo asli dalam media pembelajaran daring resmi Online Learning Uhamka hanya sebesar 45,7% sementara untuk media pembelajaran daring tidak resmi justru ada di angka 53,6% - 73,5%.

Dan media pembelajaran daring tidak resmi yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof.Dr Hamka diurutkan dari pengguna terbanyak adalah : Google Meet (95,8%), Zoom (89,6%), Whatsapp Grup (87,1%), Google Classroom (84,9%), Schoology (3,1%) dan Youtube (1,1%). Dan sisanya ada beberapa media daring lain yang tidak disebutkan sebesar (2,4%)

IV. PENUTUP

Identitas yang merupakan penanda dan karakteristik bagi seseorang merupakan hal yang dimiliki setiap individu yang membedakannya dengan orang lain. Kehadiran media berbasis internet yang menjadi tempat baru bagi individu untuk berinteraksi dan berkomunikasi memunculkan fenomena baru tentang identitas, yaitu identitas media daring yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan identitas yang ada di dunia nyata. Dengan kemampuannya untuk menyembunyikan hal tertentu, maka identitas yang ada di dunia maya merupakan identitas yang cair dan dapat dikonstruksi oleh pemilik identitas.

Begitu pula dalam media pembelajaran daring, identitas yang digunakan oleh mahasiswa dalam media pembelajaran daring tidak selalu merupakan identitas yang sebenarnya seperti halnya identitas resmi yang dimiliki. Identitas yang tampak berupa nama dan photo banyak yang berubah. Tetapi untuk media pembelajaran resmi yang dikeluarkan oleh kampus, mahasiswa masih lebih banyak yang menggunakan nama asli dibanding dalam media pembelajaran daring yang tidak resmi berasal dari kampus. Akan tetapi berkebalikan dengan photo yang digunakan, mahasiswa justru memiliki kecenderungan lebih besar untuk tidak menggunakan photo diri asli dalam media pembelajaran yang resmi dikeluarkan oleh kampus.

REFERENSI

Buku:

- Ahmadi, Mubarak. *Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat*. 2020. Lamongan. Jurnal Alamtara.
- Atmadja, Nengah Bawa & Ariyani, Luh Putu Sri. *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*. 2018. Depok. Rajawali Pers.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, and Jhon G. Oetzel. 2017. *Theories Of Human Communications: Eleventh Edition*. USA . Waveland Press, Inc.
- McQuail, D. 2012. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Penerjemah: Putri Iva Issati. Jakarta. Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. 2018. *Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Cyber*. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Nuruddin. 2017. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Suryadi, Darmawan, & Mulyadi. 2019. *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

e-Jurnal:

- Artivianti, Eugenia Ines Dwi. 2015. *Identitas Diri Mahasiswa Heavy User Media Sosial di Kota Jakarta*. Diakses Dari https://www.academia.edu/34162057/Identitas_Diri_Mahasiswa_Heavy_User_Media_Sosial_di_Kota_Jakarta?from=cover_page
- Lailiyah, Nuriyatul. 2016. *Presentasi Diri Nitizen dalam Konstruksi Identitas di Media Sosial dan Kehidupan Nyata*. Jurnal Ilmu Sosial. Vol 15. No. 2. Diakses Dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ilmusos/article/view/13618>