E-ISSN: 3025-0994
Halaman 6762-6780
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026

Konstruksi Profesionalisme Fotografer di Instagram: Analisis Semiotika pada Komunikasi Verbal dan Visual akun @anyacahraya

Daniel Kewetare[1], Harliantara[2], Reza Ishadi Fadillah[3]

[1,2,3] Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ilmu Komunikasi
e-mail: danieljulio84@yahooo.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana akun Instagram @anyacahraya mengonstruksi profesionalisme fotografer melalui komunikasi verbal dan visual. Fokus kajian diarahkan pada bio, highlight, video yang disematkan, caption, dan komentar audiens sebagai rangkaian tanda yang membangun citra profesional dalam ruang digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan analisis semiotika untuk membaca makna denotatif, konotatif, dan ideologis dari konten akun. Kerangka teori yang digunakan meliputi manajemen kesan Erving Goffman, semiotika Roland Barthes dan Charles Sanders Peirce, serta personal branding. Goffman digunakan untuk menjelaskan bagaimana akun Instagram bekerja sebagai panggung depan presentasi diri. Barthes dipakai untuk membaca relasi denotasi, konotasi, dan mitos, sedangkan Peirce membantu mengidentifikasi ikon, indeks, dan simbol dalam konten visual. Personal branding menjelaskan bagaimana konsistensi identitas dan narasi diri membangun reputasi profesional di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profesionalisme fotografer dibangun melalui identitas bio yang spesifik, visual yang tematik, narasi konservasi, dan validasi sosial dari komentar audiens. Temuan ini menegaskan bahwa Instagram bukan sekadar etalase karya, melainkan arena konstruksi citra dan legitimasi profesi secara simbolik

Kata Kunci: Instagram, Profesionalisme Fotografer, Semiotika, Goffman, Personal Branding

Abstract

This study examines how the Instagram account @anyacahraya constructs photographer professionalism through verbal and visual communication. The focus of the study is directed at the bio, highlights, embedded videos, captions, and audience comments as a series of signs that build a professional image in the digital space. The study uses a qualitative-descriptive approach with semiotic analysis to read the denotative, connotative, and ideological meanings of the account's content. The theoretical framework used includes Erving Goffman's impression management, Roland Barthes's and Charles Sanders Peirce's semiotics, and personal branding. Goffman is used to explain how Instagram accounts function as a front stage for self-presentation. Barthes is used to read the relationship between denotation, connotation, and myth, while Peirce helps identify icons, indexes, and symbols in visual content. Personal branding explains how the consistency of identity and self-narrative builds a

professional reputation on social media. The results show that photographer professionalism is constructed through a specific bio identity, thematic visuals, conservation narratives, and social validation from audience comments. These findings emphasize that Instagram is not just a showcase for works, but an arena for the symbolic construction of image and professional legitimacy.

Keywords : Instagram, Photographer Professionalism, Semiotics, Goffman, Personal Branding

LATAR BELAKANG

Instagram telah menjadi salah satu ruang paling penting dalam pembentukan identitas profesional di era digital (Sandra Alfiani et al., 2023). Bagi fotografer, platform ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat memamerkan hasil karya, tetapi juga sebagai medium untuk membangun persepsi publik mengenai kualitas, kredibilitas, dan keahlian (Kaipainen, 2026). Dalam konteks ini, profesionalisme tidak lagi semata-mata ditentukan oleh pengakuan formal, melainkan juga oleh kemampuan individu mengelola tanda-tanda visual dan verbal yang tampak di ruang publik digital (Muliatie et al., 2024). Akun @anyacahraya menarik untuk dikaji karena memadukan identitas fotografer, narasi personal, dan tema konservasi alam dalam satu ekosistem komunikasi yang terkurasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa Instagram telah berubah menjadi arena presentasi diri yang sangat strategis. Bio akun, highlight, caption, video yang disematkan, hingga komentar audiens bekerja bersama membentuk kesan tertentu (Mujianto et al., 2021; Sandra Alfiani et al., 2023; Shutaleva et al., 2022). Kesan itu tidak muncul secara kebetulan, melainkan hasil dari pemilihan simbol, gaya bahasa, dan komposisi visual yang konsisten (Pamungkas, 2024). Dengan kata lain, profesionalisme fotografer di Instagram adalah hasil konstruksi tanda yang berulang dan saling menguatkan. Dalam perspektif komunikasi digital, kondisi ini penting karena audiens sering kali menilai kualitas profesional seseorang dari tampilan awal akun sebelum melihat karya lebih jauh.

Kajian tentang Instagram dan personal branding sudah cukup banyak dilakukan, tetapi sebagian besar masih berfokus pada influencer, selebgram, atau figur publik yang membangun popularitas umum. Penelitian tentang self-branding fotografer, khususnya yang mengaitkan identitas profesional dengan narasi konservasi alam dan dokumentasi satwa, masih lebih terbatas. Sejumlah studi tentang personal branding di Instagram menunjukkan bahwa konsistensi konten, diferensiasi visual, dan interaksi dengan audiens berperan penting dalam membangun citra positif. Di sisi lain, studi impression management di Instagram menegaskan bahwa pengguna cenderung memilih konten yang mendukung kesan kompeten, menarik, dan layak dipercaya.

Namun demikian, masih terdapat gap yang jelas. Pertama, penelitian-penelitian tersebut belum menempatkan fotografer sebagai subjek utama yang membangun citra profesional berbasis karya visual. Kedua, belum banyak kajian yang menggabungkan semiotika Barthes dan Peirce dengan teori manajemen kesan Goffman serta personal branding secara serentak untuk membaca satu akun Instagram. Ketiga, sedikit penelitian yang

secara khusus melihat bagaimana narasi fotografi burung dan konservasi alam membentuk profesionalisme yang tidak hanya estetis, tetapi juga etis. Dari celah inilah penelitian ini hadir.

Novelty penelitian ini terletak pada tiga hal. Pertama, objek kajian adalah akun fotografer yang membangun identitas profesional dengan menekankan fotografi burung dan konservasi alam, bukan sekadar portofolio visual umum. Kedua, penelitian ini membaca konstruksi profesionalisme melalui perpaduan tanda visual, tanda verbal, dan validasi sosial audiens sehingga hasil analisis menjadi lebih utuh. Ketiga, kerangka analisis yang digunakan menggabungkan semiotika Barthes, semiotika Peirce, Goffman, dan personal branding untuk menunjukkan bahwa citra profesional di Instagram merupakan hasil kerja simbolik yang kompleks, bukan sekadar estetika unggahan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi pada kajian komunikasi visual, media sosial, dan pembentukan identitas profesional di era digital.

Berangkat dari latar tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @anyacahraya mengonstruksi profesionalisme fotografer melalui komunikasi verbal dan visual, serta menjelaskan bagaimana tanda-tanda tersebut diterima dan diperkuat oleh audiens. Pertanyaan utama yang melandasi penelitian ini adalah: bagaimana tanda visual, verbal, dan sosial bekerja bersama membangun citra profesional fotografer di Instagram?

Tinjauan Pustaka

Profesionalisme Fotografer di Instagram: Perspektif Semiotika Verbal–Visual

Instagram menjadi ruang penting bagi pembuat gambar (jurnalis foto, fotografer, influencer) untuk membangun identitas profesional lewat kombinasi tanda visual (foto) dan verbal (caption, hashtag). Riset yang ada tidak membahas akun @anyacahraya secara spesifik, tetapi memberikan kerangka kuat untuk menganalisis konstruksi profesionalisme fotografer di Instagram.

Kerangka Teoritis: Semiotika, Identitas, dan Instagram

Studi di Indonesia menggunakan semiotika Saussure dan Barthes untuk membaca makna denotatif–konotatif dari foto dan teks di Instagram, termasuk pembentukan citra diri/public figure dan objek fotografi desa (Ifatun Nisak & Muyassaroh, 2022; Prayoga, 2022; Sholichah & Poppy Febriana, 2022). Pendekatan social semiotics menekankan komposisi gambar (angle, jarak sosial, framing) dan fungsi interaktif atau metaforis untuk melihat bagaimana identitas dan relasi dengan audiens dibentuk (Blasch, 2021; Wardhani et al., 2023).

Fokus Analisis Verbal–Visual di Instagram

Tabel 1 Dimensi utama analisis verbal–visual di Instagram

ASPEK	CONTOH PERTANYAAN ANALISIS	SUMBER

VISUAL	Jenis subjek, gaya estetik, sudut pandang, warna	(Bossio, 2023; Prayoga, 2022; Wardhani et al., 2023)
VERBAL	Caption, pilihan bahasa, slang, hashtag, ajakan	(Fahma & Darwis, 2020; I Gusti Ayu Cintya Premasari et al., 2025; Sholichah & Poppy Febriana, 2022)
RELASI	Jarak (intim/profesional), sapaan, humor, keseriusan	(Bossio, 2023; Prayoga, 2022)
FUNGSI	Branding, dakwah, promosi jasa/produk, edukasi fotografi	(Bossio, 2023; Wardhani et al., 2023)

Konstruksi Profesionalisme dan Persona Fotografer

Jurnalis membentuk identitas profesional di Instagram dengan menyeimbangkan praktik jurnalisme dan "vernacular" estetika Instagram (aspirational aesthetic, branding diri, keautentikan yang dipentaskan) (Bossio, 2023; Kaipainen, 2026). Fotojurnalis profesional dan amatir sama-sama memakai konvensi estetika dan naratif tertentu untuk menandai diri sebagai profesional vs. "otentik" amatir, sering kali mensimulasikan gaya satu sama lain (Borges-Rey, 2015). Penelitian fotografer desa Okka Supardan menunjukkan bagaimana pilihan objek, gaya visual, dan narasi memposisikan dirinya sebagai fotografer profesional yang merepresentasikan desa modern yang berasimilasi teknologi (Prayoga, 2022).

Peran Komunikasi Verbal–Visual dalam Citra & Engagement

Citra diri di Instagram dibangun dari kombinasi pesan verbal dan nonverbal: gaya berpakaian, setting, pemilihan momen, dan deskripsi/caption (Sholichah & Poppy Febriana, 2022). Studi brand dan influencer menemukan tanda visual (warna lembut/cerah, model, close-up produk) yang disinergikan dengan teks informatif dan persuasif dapat meningkatkan persepsi positif dan engagement (I Gusti Ayu Cintya Premasari et al., 2025; Wardhani et al., 2023). Penggunaan bahasa gaul, campur kode, dan bentuk caption tertentu mencerminkan wacana global komersial dan turut mengkodekan profesionalisme dan "kekinian" (Hurley, 2023; Veum & Undrum, 2018).

Semiotika Identitas: Dari Self-Branding ke "Extended Self"

Selfie dan konten diri dibaca sebagai praktik semiotik yang membangun beberapa persona (ideal-self, projected-self, internal-self) dan extended self melalui objek, tempat, orang lain dalam frame (Hurley, 2023; Shazly, 2021; Zhao & Zappavigna, 2018). Pada konteks religius (para "Gus"), visual semiotik (ikon, teks, gaya berpakaian) dipakai sebagai dakwah modern yang halus namun menegaskan otoritas moral–intelektual, mirip strategi positioning profesional (Fahma & Darwis, 2020).

Tabel 2 Penelitian Terdahulu dan Terbaru

Teori Semiotika	Aplikasi pada Fotografi Instagram	Contoh Studi Terbaru
Barthes (denotasi-konotasi-mitos)	Makna literal foto burung menjadi narasi konservasi	Analisis @okyarisandi (Agustin, 2025)
Peirce (ikon-indeks-simbol)	Foto sebagai ikon, alat kamera sebagai simbol keahlian	Self-representation framework, (Hurley, 2023)
Integrasi	Konstruksi profesionalisme akun anyacahraya	Human interest *@humaninterest* (Verwibo, 2023).

Riset menunjukkan bahwa profesionalisme di Instagram bukan hanya soal teknik foto, tetapi konstruksi tanda visual–verbal yang konsisten: estetika, pilihan objek, cara menyapa audiens, dan narasi diri. Dengan semiotika, akun seperti @anyacahraya dapat dianalisis sebagai rangkaian tanda yang menegaskan posisi fotografer sebagai profesional—melalui gaya visual yang khas, caption yang membingkai keahlian, dan strategi branding diri yang selaras dengan budaya Instagram.

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa akun Instagram @anyacahraya memproduksi citra profesional melalui tiga lapis komunikasi: verbal, visual, dan sosial. Lapisan verbal terlihat pada bio, caption, dan narasi video; lapisan visual tampak pada foto, komposisi, highlight, dan video yang disematkan; sedangkan lapisan sosial hadir dalam komentar dan respons audiens. Ketiga lapisan ini dianalisis menggunakan semiotika Barthes dan Peirce untuk membaca makna tanda, lalu diinterpretasikan dengan Goffman dan personal branding untuk melihat strategi pengelolaan kesan dan pembentukan reputasi.
Secara sederhana, alur kerangka dapat digambarkan sebagai berikut:
Gambar 1 Kerangka Penelitian



METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan teknik dokumentasi digital. Sumber data utama berasal dari akun Instagram @anyacahraya, khususnya bio profil, highlight, video yang disematkan, caption, dan komentar audiens (Kaipainen, 2026; Pamungkas, 2024). Pengumpulan data dilakukan menggunakan ekstensi ESUIT Comments Exporter for Instagram untuk mengekstrak komentar beserta waktu unggahnya ke format CSV, sehingga data dapat dianalisis secara sistematis dan dapat ditelusuri kembali. Ekstensi ini memang dirancang untuk mengekspor komentar Instagram beserta nested replies ke CSV/JSON dan spreadsheet.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah tanda-tanda verbal dan visual pada konten akun, serta respons audiens pada komentar (Anialasalam et al., 2025). Data komentar yang diekspor melalui ESUIT dipilih karena memuat interaksi publik yang relevan untuk membaca validasi sosial atas citra profesional yang dibangun akun. Teknik analisis dilakukan melalui reduksi data, identifikasi tanda, klasifikasi makna denotatif-konotatif, serta interpretasi berdasarkan semiotika Barthes, Peirce, Goffman, dan personal branding.

Penggunaan ESUIT dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat bantu pengambilan data, bukan sebagai objek kajian. Dengan demikian, metode penelitian tetap berada dalam kerangka kualitatif interpretatif, sementara ESUIT membantu memastikan data komentar terdokumentasi dengan rapi, konsisten, dan dapat dianalisis ulang. Pendekatan ini sesuai untuk penelitian media sosial yang menuntut ketepatan dokumentasi konten publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 2 Halaman Instagram akun @anyacahyara



Profil akun @anyacahraya menampilkan identitas yang sangat eksplisit, yaitu “Female

Photographer & Creator". Frasa ini langsung menempatkan pemilik akun dalam dua posisi sekaligus: sebagai fotografer dan sebagai kreator. Pemilihan dua label tersebut penting karena menandakan bahwa identitas profesional yang dibangun tidak dibatasi pada praktik memotret semata, tetapi juga pada kemampuan mengolah konten, membangun narasi, dan memproduksi presentasi diri dalam ruang digital. Nama pengguna, bio, tautan portofolio, dan penyebutan alat kamera bekerja sebagai satu kesatuan tanda yang mengarahkan audiens untuk memahami akun ini sebagai akun profesional, bukan akun personal biasa. Dalam logika semiotika, elemen-elemen tersebut tidak berdiri sendiri; masing-masing saling menguatkan dalam membentuk makna tentang keahlian, spesialisasi, dan keseriusan profesi. Bio yang menyebut "CANON R8" misalnya, bukan sekadar informasi alat, tetapi juga sinyal bahwa pemilik akun memahami perangkat kerja fotografer secara teknis. Dari sudut pandang Goffman, profil adalah bagian dari panggung depan yang pertama kali dilihat audiens. Karena itu, profil tidak disusun secara acak, melainkan dirancang untuk menghasilkan kesan awal yang kuat. Kesan tersebut adalah bahwa pemilik akun adalah fotografer yang terampil, memiliki fokus, dan mampu mengelola identitas diri secara profesional. Dalam konteks personal branding, profil ini menjadi titik awal diferensiasi karena langsung menegaskan niche fotografi yang dijalankan.

Highlight pada akun @anyacahraya menampilkan kategori seperti birding, herping, fishing, vinyl, traveling, ciblu, dan sibili. Secara permukaan, highlight ini memperlihatkan ragam minat pribadi. Namun pada level yang lebih dalam, highlight membangun persona yang konsisten dengan seorang fotografer alam: suka eksplorasi, dekat dengan lingkungan luar ruang, dan memiliki pengalaman visual yang beragam. Highlight tersebut memperluas narasi akun dari sekadar "fotografer" menjadi pribadi yang aktif, berpetualang, dan memiliki relasi emosional dengan alam. Secara semiotik, highlight berfungsi sebagai petunjuk yang menghubungkan identitas profesional dengan gaya hidup. Ini penting karena pada media sosial, audiens jarang memisahkan secara tegas antara karya dan persona pembuat karya. Ketika highlight memuat aktivitas yang dekat dengan alam, akun ini tampak lebih autentik dalam mengklaim diri sebagai fotografer burung. Dengan kata lain, highlight membantu membangun mitos bahwa fotografer burung adalah sosok yang hidup berdampingan dengan objek fotonya, bukan hanya memotret dari kejauhan.

Dalam perspektif personal branding, highlight memberikan lapisan kedalaman pada brand personal. Audiens tidak hanya melihat kemampuan teknis, tetapi juga memahami adanya latar minat, gaya hidup, dan karakter pemilik akun. Inilah yang membuat personal branding terasa lebih hidup. Ia tidak tampil sebagai slogan kosong, akan tetapi sebagai rangkaian bukti visual tentang bagaimana identitas profesional dan identitas personal saling bertemu.

Tabel 3 Temuan Video yang disematkan pada profil Instagram

Elemen video	Temuan isi video	Makna denotatif	Makna konotatif	Dialog teori
Pembuka identitas diri	Anya memperkenalkan diri sebagai “from Indonesia” dan “bird photography enthusiast.”	Pembicara adalah seorang pecinta fotografi burung dari Indonesia.	Menegaskan identitas personal dan geografis, sekaligus membangun kedekatan dan otentisitas.	Dalam Goffman, ini adalah strategi **presentasi diri** agar audiens langsung mengenali identitas profesionalnya . Dalam personal branding, pengenalan diri ini memperkuat positioning sebagai fotografer burung.
Narasi konservasi	Ia mengatakan burung lebih baik diabadikan lewat foto daripada ditangkap untuk sangkar.	Video menyampaikan pesan etis tentang mengabadikan burung tanpa merusak habitatnya.	Fotografi diposisikan sebagai tindakan moral, bukan sekadar estetika.	Dalam Barthes, pesan ini membentuk **mitos** tentang fotografer yang peduli alam dan konservasi. Dalam Goffman, ini membangun kesan bahwa dirinya bukan hanya fotografer, tetapi juga individu yang bertanggung jawab.
Penyebutan alat	Ia menyebut lensa Canon RF 200–800 mm.	Video menampilkan perangkat	Alat mahal dan spesifik memberi kesan kompeten,	Dalam Peirce, penyebutan lensa menjadi **simbol** keahlian teknis

Elemen video	Temuan isi video	Makna denotatif	Makna konotatif	Dialog teori
		fotografi yang digunakan.	serius, dan profesional.	dan spesialisasi. Dalam personal branding, alat yang disebutkan menguatkan kredibilitas teknis akun.
Penjelasan teknis	Disebutkan jangkauan 800 mm, autofocus Nano USM, stabilisasi 5.5 stop, dan weather resistance.	Video memaparkan fitur teknis lensa.	Keahlian teknis ditampilkan untuk menegaskan kompetensi profesional.	Ini adalah bentuk **manajemen kesan**: menampilkan pengetahuan teknis agar audiens memandang dirinya ahli. Dalam Barthes, fitur teknis menjadi penanda konotatif tentang profesionalisme modern
Nilai kerja lapangan	Ia menyebut birding mengajarkannya sabar, adaptif, dan siap menghadapi alam yang tak menentu.	Video berbicara tentang proses dan pengalaman bekerja di alam.	Fotografer dipresentasikan sebagai sosok tangguh, tekun, dan disiplin.	Dalam Goffman, ini memperkuat **front stage** sebagai pribadi yang pantas dipercaya. Dalam personal branding, nilai kerja seperti sabar dan adaptif menjadi karakter merek personal.

Elemen video	Temuan isi video	Makna denotatif	Makna konotatif	Dialog teori
Pesan penutup	Ia berterima kasih dan mengajak menjaga kelestarian burung Indonesia.	Video ditutup dengan ajakan konservasi.	Identitas fotografer dipadukan dengan aktivisme lingkungan.	Dalam Barthes, ajakan ini memperluas makna foto menjadi narasi ideologis tentang pelestarian alam. Dalam Goffman, penutup ini menjaga kesan positif dan etis di hadapan audiens.
Respons audiens	Komentar audiens berisi pujian, pertanyaan kamera, lensa, dan harga alat.	Penonton merespons dengan apresiasi dan rasa ingin tahu teknis.	Audiens mengakui video sebagai karya profesional yang meyakinkan.	Komentar seperti “Eos R5”, “Jepretan yg sangat elegan”, dan pertanyaan harga alat menunjukkan validasi sosial atas citra profesional. Dalam Goffman, ini memperkuat kesan yang sudah dibangun; dalam personal branding, ini memperkokoh reputasi sebagai fotografer serius.

Sumber 1
https://www.instagram.com/reel/DFWVA6FyxjO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Video yang disematkan pada akun ini menjadi pusat narasi yang paling kuat dalam konstruksi profesionalisme. Dalam video tersebut, pemilik akun memperkenalkan diri sebagai bird photography enthusiast dari Indonesia, lalu menjelaskan alasan etis mengapa burung

lebih baik diabadikan melalui foto daripada ditangkap. Narasi ini segera menempatkan fotografi sebagai kegiatan yang tidak netral, tetapi mengandung pilihan moral. Dengan demikian, video ini tidak hanya menjual karya, tetapi juga menjual nilai. Penjelasan tentang lensa Canon RF 200–800 mm, autofokus Nano USM, stabilisasi 5.5 stop, dan ketahanan terhadap cuaca menunjukkan bahwa profesionalisme juga dibangun melalui otoritas teknis. Audiens diarahkan untuk melihat bahwa hasil foto yang baik tidak lahir secara kebetulan, melainkan melalui alat yang tepat dan kemampuan teknis yang memadai. Penyebutan detail teknis seperti ini membuat pesan video lebih kredibel karena menampilkan pengetahuan yang biasanya hanya diketahui oleh praktisi. Selain teknis, video juga menonjolkan dimensi etis. Kalimat tentang menjaga kelestarian burung Indonesia menjadikan fotografi sebagai praktik konservasi. Di sini, profesionalisme tidak direduksi menjadi kecanggihan alat, tetapi diperluas menjadi tanggung jawab moral terhadap objek foto dan lingkungannya. Inilah yang membuat video tersebut sangat relevan untuk penelitian tentang konstruksi citra profesional di media digital.

Tabel 4 Temuan Data Komentar pada Postingan yang disematkan

Kategori komentar	Contoh komentar	Makna denotatif	Makna konotatif	Kaitan dengan teori
Pujian estetika	“Bagus bgt kk”, “Kereeeen”, “Jepretan yg sangat elegan”	Audiens menyukai hasil karya.	Konten dipersepsikan indah dan bernilai artistik.	Barthes: tanda visual memunculkan makna estetis. Goffman: audiens mengafirmasi kesan profesional yang dibangun.
Pengakuan profesional	“Sukses selaku kak”, “Kreatif banget”, “Amazing”	Audiens mengapresiasi kualitas karya.	Pemilik akun dipandang kompeten dan profesional.	Personal branding: reputasi terbentuk dari pengakuan publik. Goffman: kesan yang ditampilkan diterima oleh audiens.
Ketertarikan alat	“Eos R5”, “Pake kamera apa kak”, “Spil harga kamera nya”	Audiens menanyakan perangkat dan harga alat fotografi.	Hasil foto diasosiasikan dengan kompetensi	Peirce: alat sebagai simbol keahlian. Personal branding:

Kategori komentar	Contoh komentar	Makna denotatif	Makna konotatif	Kaitan dengan teori
			teknis dan alat profesional.	kredibilitas teknis diperkuat.
Apresiasi identitas khas	“foto dan video nya cantik cantik secantik namamu”, “selalu keren foto foto ny”	Audiens menilai konten ini konsisten dan menarik.	Identitas visual akun dianggap khas dan mudah dikenali.	Personal branding: konsistensi menjadi kekuatan merek personal. Barthes: pengulangan tanda membangun mitos identitas.
Dukungan konservasi	“Masya Allah, Indahnya alam ini”, “terus berjuang melestarikan alam”	Audiens merespons tema alam dan konservasi.	Konten estetik sekaligus mengandung nilai etis dan nilai ekologis.	Barthes: mitos konservasi diperkuat. Goffman: kesan positif sebagai individu yang peduli terhadap lingkungan.
Kekaguman teknik	“Serius ini dipegang kameranya?”, “Keren mba udah kayak sniper”	Audiens kagum pada kemampuan teknis pengambilan foto.	Fotografer dianggap memiliki keahlian tinggi dan kontrol lapangan.	Peirce: indeks kompetensi teknis. Goffman: menegaskan otoritas profesional.
Orientasi profesi	“Hobi mahal”, “mimpiq dulu”, “selalu inspirasi”	Audiens melihat fotografi sebagai profesi yang bernilai.	Profesi fotografer dibaca sebagai pekerjaan prestisius dan butuh investasi besar.	Personal branding: profesi diposisikan sebagai aspiratif. Goffman: citra profesional menimbulkan rasa hormat.

Sumber 2 Komentar di Export melalui Esuit for Instagram

Komentar audiens pada unggahan terkait menunjukkan pola apresiasi yang konsisten. Banyak komentar berisi pujian estetis seperti “Bagus bgt kk”, “Kereeeen”, “Jepretan yg sangat elegan”, dan “Kreatif banget”. Pujian semacam ini menandakan bahwa audiens menangkap kualitas visual sebagai aspek utama yang mengesankan. Dalam penelitian ini, komentar-komentar tersebut penting karena menunjukkan bahwa citra profesional yang dibangun akun berhasil diterima secara sosial. Selain pujian, ada pula komentar yang menyoroti aspek teknis, misalnya pertanyaan tentang kamera yang digunakan atau permintaan untuk membagikan harga alat. Respons ini memperlihatkan bahwa audiens tidak hanya mengagumi hasil akhir, tetapi juga mengaitkan kualitas hasil dengan perangkat dan kompetensi teknis pembuatnya. Dengan demikian, komentar audiens menjadi bukti bahwa profesionalisme akun tidak hanya diklaim oleh pemilik akun, tetapi juga diakui oleh publik.

Komentar yang mendukung konservasi, seperti apresiasi terhadap keindahan alam dan ajakan untuk terus melestarikan burung, memperkuat bahwa pesan etis dalam video tidak hilang. Audiens ikut memvalidasi nilai yang disampaikan pemilik akun. Ini menunjukkan bahwa konstruksi profesionalisme tidak hanya bersifat individual, tetapi juga intersubjektif: ia terbentuk melalui pertemuan antara strategi presentasi diri dan pengakuan audiens.

HASIL PEMBAHASAN

Instagram @anyacahraya

Data akun Instagram @anyacahraya menunjukkan bahwa profil merupakan titik pertama yang membentuk persepsi audiens tentang identitas profesional. Bio yang memuat label “Female Photographer & Creator” langsung memberi penegasan bahwa pemilik akun memosisikan diri dalam ruang kerja kreatif yang spesifik. Penyebutan ini penting karena identitas profesional di media sosial tidak hanya dibentuk oleh karya, tetapi juga oleh pernyataan eksplisit yang mengarahkan audiens untuk memahami bidang keahlian pemilik akun. Keberadaan tautan portofolio, informasi kontak, dan penyebutan kamera Canon R8 memperkuat kesan bahwa akun ini berorientasi pada aktivitas profesional. Elemen-elemen tersebut tidak hadir sebagai pelengkap, melainkan sebagai perangkat komunikasi yang menandakan kesiapan untuk bekerja, menerima klien, dan menampilkan kredibilitas. Dalam konteks media sosial, informasi seperti ini sering menjadi indikator awal untuk membedakan akun profesional dari akun personal biasa.

Highlight yang berisi birding, herping, fishing, traveling, dan tema lain juga memberi lapisan makna tambahan. Highlight tidak hanya berfungsi sebagai arsip cerita, tetapi juga sebagai penanda gaya hidup, minat, dan orientasi nilai (Kaipainen, 2026; Pamungkas, 2024). Pada akun ini, highlight memperlihatkan kedekatan dengan alam dan aktivitas lapangan, yang secara tidak langsung menguatkan niche fotografi burung yang ditampilkan pada konten utama. Video yang disematkan menjadi data penting karena ia mengandung narasi yang paling eksplisit tentang identitas akun. Di dalam video tersebut, pemilik akun memperkenalkan diri, menjelaskan preferensi etis dalam memotret burung, dan memaparkan perangkat yang digunakan. Susunan pesan ini memperlihatkan bahwa data akun Instagram bukan sekadar tampilan statis, tetapi rangkaian tanda yang bergerak dan saling menguatkan.

Komentar audiens pada unggahan juga menjadi bagian dari data akun karena memperlihatkan bagaimana publik memahami dan menafsirkan identitas yang dibangun.

Audiens bukan hanya memberi pujian, tetapi juga menanyakan alat, mengakui kualitas visual, dan memberi respons yang menunjukkan adanya pengakuan sosial. Karena itu, data akun Instagram dalam penelitian ini mencakup baik representasi diri yang diproduksi pemilik akun maupun respons sosial yang lahir darinya (Arts et al., 2021).

Semiotika Barthes dan Peirce

Pada perspektif Roland Barthes, konten akun @anyacahraya dapat dibaca sebagai struktur tanda yang memiliki lapisan makna. Secara denotatif, foto burung, penggunaan lensa, atau penyebutan fitur kamera hanya menyampaikan informasi literal tentang objek dan perangkat. Namun, pada level konotatif, elemen-elemen tersebut membentuk kesan tentang ketekunan, ketelitian, keahlian, dan kedekatan dengan alam. Makna konotatif ini penting karena menjadi pintu masuk menuju level mitos. Dalam akun ini, mitos yang muncul adalah bahwa fotografer profesional adalah sosok yang bukan hanya mampu menghasilkan gambar indah, tetapi juga memiliki orientasi moral terhadap objek yang dipotret. Ketika burung diposisikan sebagai makhluk yang seharusnya diabadikan, bukan ditangkap, maka fotografi dipindahkan dari wilayah estetika semata ke wilayah etika dan konservasi.

Roland Barthes juga membantu menjelaskan bagaimana pengulangan tanda membangun naturalisasi makna. Misalnya, ketika visual alam, burung, dan peralatan fotografi terus muncul secara konsisten, audiens akan menganggap bahwa identitas fotografer burung adalah sesuatu yang wajar dan alami bagi pemilik akun (Anialasalam et al., 2025; Muliatie et al., 2024; Verwibo, 2023). Padahal, citra itu dibangun secara sengaja melalui kurasi visual dan narasi yang berulang. Sementara itu, Charles Sanders Peirce memberi perangkat analisis yang lebih operasional untuk memetakan tanda. Foto burung dapat dibaca sebagai ikon karena menampilkan kemiripan dengan objek nyata. Aktivitas lapangan, kondisi cuaca, atau situasi pemotretan dapat berfungsi sebagai indeks karena menunjukkan pengalaman langsung dan relasi kausal dengan praktik fotografi. Adapun istilah teknis seperti Canon RF 200–800 mm, autofocus, dan image stabilization bekerja sebagai simbol karena maknanya bergantung pada konvensi dan pengetahuan komunitas fotografi.

Gabungan Barthes dan Peirce membuat pembacaan tanda menjadi lebih utuh. Barthes menyingkap lapisan makna dan ideologi, sedangkan Peirce membantu mengklasifikasikan bentuk hubungan tanda. Dengan demikian, profesionalisme pada akun ini tidak dipahami sebagai kualitas visual semata, tetapi sebagai sistem tanda yang dirancang untuk membangun makna teknis, moral, dan sosial secara bersamaan (Anialasalam et al., 2025).

Goffman Impression Management

Dalam kerangka Erving Goffman, akun Instagram dapat dipahami sebagai panggung depan tempat individu menampilkan diri secara selektif kepada publik. Akun @anyacahraya jelas menunjukkan proses ini karena bio, highlight, video yang disematkan, dan tampilan feed semuanya disusun untuk menghasilkan kesan professional (Kaipainen, 2026). Tidak ada elemen yang hadir secara acak; semuanya tampak diarahkan untuk mengelola impresi audiens sejak pandangan pertama. Bio yang ringkas tetapi spesifik berfungsi seperti pernyataan identitas yang terkontrol. Ia memberi tahu audiens siapa pemilik akun, bidang apa yang ditekuni, dan bagaimana cara menghubunginya. Dalam teori Goffman, ini merupakan

strategi front stage yang bertujuan mengurangi ambiguitas identitas. Dengan mengurangi ambiguitas, pemilik akun memperkecil kemungkinan audiens menafsirkan dirinya sebagai pengguna biasa tanpa orientasi profesional yang jelas.

Video yang disematkan memperlihatkan bentuk impression management yang lebih kompleks. Di dalamnya terdapat gabungan antara pengenalan diri, penjelasan teknis, dan narasi moral. Kombinasi ini efektif karena tidak hanya menunjukkan keahlian, tetapi juga membingkai keahlian tersebut dalam nilai-nilai yang disetujui secara sosial, seperti etika terhadap alam dan dedikasi pada pelestarian burung. Dengan cara ini, kesan profesional tidak terasa kaku, melainkan humanis dan bernilai. Komentar audiens menjadi bukti bahwa strategi pengelolaan kesan tersebut berhasil. Ketika audiens memuji karya, menanyakan alat, atau menyebut hasil foto sebagai elegan dan kreatif, mereka sebenarnya sedang menerima narasi identitas yang ditampilkan oleh pemilik akun. Dalam bahasa Goffman, panggung depan bekerja dengan baik ketika penonton mengonfirmasi peran yang dimainkan aktor. Pada kasus ini, audiens mengakui peran pemilik akun sebagai fotografer yang serius dan layak diapresiasi.

Impression management di akun ini juga diperkuat oleh konsistensi tampilan antarunggahan. Konsistensi penting karena kesan profesional mudah runtuh jika konten yang dipublikasikan saling bertentangan. Akun @anyacahraya justru menunjukkan kesinambungan tema, gaya visual, dan narasi. Kesinambungan inilah yang membuat kesan profesional terasa stabil, bukan sesaat.

Personal Branding

Personal branding pada akun @anyacahraya tampak dari kekhasan identitas yang terus diulang dalam berbagai bentuk konten. Sebutan sebagai female photographer & creator, misi dokumentasi burung Indonesia, serta penegasan alat kerja membentuk posisi yang jelas di benak audiens. Identitas ini penting karena personal branding bekerja efektif ketika audiens mampu mengenali siapa seseorang, apa spesialisasinya, dan nilai apa yang diperjuangkannya. Konsistensi merupakan inti dari personal branding pada akun ini. Visual yang bertema alam, narasi yang menonjolkan birding, dan pilihan highlight yang dekat dengan aktivitas lapangan menunjukkan bahwa akun ini memiliki arah yang tidak berubah-ubah (Anialasalam et al., 2025; San Cornelio et al., 2024). Konsistensi tersebut membangun asosiasi yang kuat: ketika audiens melihat akun ini, mereka langsung menghubungkannya dengan fotografi burung dan alam. Asosiasi yang kuat sangat penting dalam pembentukan merek personal karena membantu akun mudah diingat.

Personal branding juga muncul dalam cara pemilik akun membangun diferensiasi. Banyak akun Instagram menampilkan fotografi sebagai hobi umum, tetapi akun ini membangun spesialisasi yang lebih jelas dan unik. Fokus pada burung dan konservasi alam memberi identitas yang lebih tajam dibanding akun visual biasa. Diferensiasi ini membuat brand personalnya tidak hanya estetik, tetapi juga memiliki isi dan misi yang jelas. Selain diferensiasi, personal branding di akun ini dibangun melalui otentisitas. Pemilik akun tidak sekadar menampilkan karya akhir, tetapi juga menyampaikan proses, alat, dan alasan etis di balik praktik fotografi. Otentisitas semacam ini penting karena audiens media sosial cenderung lebih percaya pada identitas yang terasa nyata dan konsisten. Karena itu, personal branding pada akun ini tidak bersifat artifisial, melainkan bertumpu pada narasi diri yang dapat ditelusuri.

Pada akhirnya, personal branding pada akun @anyacahraya memperlihatkan bahwa merek personal bukan hanya soal popularitas, tetapi soal bagaimana seseorang memosisikan dirinya secara strategis di ruang digital. Dengan menggabungkan estetika, spesialisasi, etika, dan konsistensi, akun ini membangun citra yang lebih dari sekadar kreator visual. Ia membangun figur profesional yang memiliki karakter, fokus, dan misi.

Profesionalisme Fotografer

Profesionalisme fotografer dalam penelitian ini dipahami sebagai gabungan antara kompetensi teknis, kepekaan estetis, dan tanggung jawab etis. Akun @anyacahraya memperlihatkan ketiganya secara bersamaan. Kompetensi teknis terlihat dari penyebutan alat, penjelasan fitur, dan kemampuan memotret objek yang membutuhkan kesabaran tinggi. Kepekaan estetis tampak pada kualitas visual dan konsistensi kurasi konten. Tanggung jawab etis tampak pada narasi konservasi dan ajakan menjaga habitat burung. Penggunaan alat seperti Canon RF 200–800 mm, penjelasan tentang autofokus, stabilisasi, dan ketahanan cuaca, serta penyebutan birding sebagai proses yang menuntut adaptasi menunjukkan bahwa profesionalisme tidak dianggap sebagai kemampuan instan. Sebaliknya, profesionalisme dibentuk melalui pengetahuan alat, pengalaman lapangan, dan penguasaan situasi yang tidak selalu stabil. Ini menguatkan bahwa fotografer profesional adalah sosok yang mampu mengelola tantangan teknis sekaligus kondisi alam yang berubah-ubah.

Aspek estetis juga sangat menentukan. Foto-foto burung dan visual alam tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi sebagai produk artistik yang mengandung pilihan sudut pandang, pencahayaan, dan komposisi. Keindahan visual tersebut membuat audiens tidak hanya mengapresiasi objek yang difoto, tetapi juga kemampuan pemilik akun dalam menyusun pengalaman estetis. Dalam konteks media sosial, kemampuan ini sangat penting karena visual yang kuat menjadi dasar pembentukan reputasi profesional. Aspek etis memberi dimensi yang lebih dalam pada profesionalisme. Dengan menyatakan bahwa burung lebih baik diabadikan melalui foto daripada ditangkap, pemilik akun menempatkan dirinya dalam posisi yang berpihak pada konservasi. Ini membuat profesionalisme fotografer tidak semata-mata identik dengan produktivitas atau keterampilan teknis, tetapi juga dengan kesadaran ekologis. Citra profesional yang etis seperti ini cenderung lebih kuat karena tidak hanya memukau, tetapi juga meyakinkan.

Karena itu, profesionalisme fotografer pada akun ini adalah profesionalisme yang terintegrasi. Ia tidak berdiri pada satu aspek saja, melainkan pada pertemuan antara alat, karya, nilai, dan persepsi publik. Akun ini menunjukkan bahwa fotografer profesional di Instagram adalah figur yang mampu menampilkan hasil kerja berkualitas sambil mempertahankan orientasi etis dan identitas yang jelas.

Benang Merah Penelitian

Benang merah penelitian ini adalah bahwa profesionalisme fotografer di Instagram merupakan hasil konstruksi simbolik yang dibangun melalui berbagai lapisan tanda. Data akun menyediakan dasar representasi; semiotika Barthes dan Peirce menjelaskan bagaimana tanda menghasilkan makna; Goffman menunjukkan bagaimana kesan dikelola; personal branding memperlihatkan bagaimana identitas dibuat konsisten; dan profesionalisme

fotografer menjadi hasil akhir dari seluruh proses tersebut. Jika ditarik lebih jauh, seluruh subbab pembahasan saling bertemu pada satu titik: citra profesional tidak lahir secara otomatis, tetapi diproduksi dan diakui. Produksi dilakukan melalui pengaturan bio, highlight, video, dan visual (Kaipainen, 2026). Pengakuan datang dari komentar audiens yang memvalidasi kualitas dan nilai. Dengan demikian, keberhasilan membangun profesionalisme bergantung pada kesesuaian antara pesan yang dikirim dan kesan yang diterima.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa profesionalisme di media sosial bersifat multidimensi. Ia melibatkan aspek teknis, estetis, moral, dan sosial sekaligus. Dalam kasus @anyacahraya, profesionalisme bukan hanya persoalan bagus atau tidaknya foto, melainkan juga bagaimana foto itu ditempatkan dalam narasi diri yang utuh. Inilah yang membedakan citra profesional yang kuat dari sekadar unggahan indah. Benang merah lain yang sangat penting adalah peran konservasi dalam membingkai profesi. Fotografi burung tidak diposisikan sebagai aktivitas visual semata, tetapi sebagai praktik yang terkait dengan pelestarian alam. Dimensi ini membuat akun memiliki nilai tambah karena identitas profesionalnya tidak hanya berorientasi pada diri sendiri, tetapi juga pada lingkungan yang lebih luas. Hal ini memperkuat relevansi penelitian bagi kajian komunikasi visual dan media digital.

Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa Instagram adalah ruang produksi identitas profesi yang sangat strategis. Di sana, tanda-tanda kecil seperti bio, highlight, dan komentar dapat menghasilkan makna besar tentang kompetensi, kredibilitas, dan etika. Karena itulah, profesionalisme fotografer di Instagram sebaiknya dipahami sebagai hasil kerja naratif dan simbolik yang terus dirawat dalam interaksi dengan audiens.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @anyacahraya mengonstruksi profesionalisme fotografer melalui pengelolaan identitas digital yang konsisten, baik pada level visual maupun verbal. Bio akun, highlight, video yang disematkan, dan komentar audiens saling membentuk sistem tanda yang memperkuat citra fotografer yang kompeten, kreatif, etis, dan memiliki spesialisasi yang jelas. Dalam konteks ini, Instagram berfungsi bukan hanya sebagai media berbagi karya, tetapi juga sebagai ruang representasi profesional yang terkurasi. Secara teoritis, semiotika Barthes dan Peirce menunjukkan bahwa tanda-tanda pada akun tersebut memproduksi makna yang melampaui informasi literal, yakni makna tentang kedekatan dengan alam, kepakaran teknis, dan kepedulian konservasi. Teori Goffman menjelaskan bahwa citra profesional tersebut dibentuk melalui impression management yang efektif di panggung depan Instagram, sedangkan personal branding memperlihatkan bagaimana konsistensi tema, spesialisasi fotografi burung, dan diferensiasi identitas memperkuat reputasi akun di mata audiens. Dari sisi metodologis, data komentar yang dikumpulkan melalui ekstensi ESUIT Comments Exporter for Instagram membantu penelitian ini menangkap validasi sosial audiens secara lebih sistematis. Dengan demikian, benang merah penelitian ini adalah bahwa profesionalisme fotografer di Instagram merupakan konstruksi simbolik yang dibentuk melalui interaksi antara identitas akun, tanda-tanda visual-verbal, dan pengakuan sosial dari audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, N. V. (2025). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA KARYA FOTOGRAFI DALAM AKUN INSTAGRAM OKY ARISANDI. *Askara: Jurnal Seni Dan Desain*, *3*(2), 89–101. Https://Doi.Org/10.20895/Askara.V3i2.1515

Anialasalam, A., Yousef, Y., & Agustianingrum, I. (2025). Reframing Sustainability: Visual Rhetoric Of Eco-Influencers In Instagram Reels Campaigns. *International Journal Of Graphic Design*, *3*(2), 263–278. Https://Doi.Org/10.51903/Ijgd.V3i2.3099

Arts, I., Fischer, A., Duckett, D., & Van Der Wal, R. (2021). The Instagrammable Outdoors – Investigating The Sharing Of Nature Experiences Through Visual Social Media. *People And Nature*, *3*(6), 1244–1256. Https://Doi.Org/10.1002/Pan3.10239

Blasch, L. (2021). Indexing Authenticity In Visual Political (Social Media) Communication: A Metapragmatics-Based Analysis Of Two Visual Registers Of The Authentic. *Multimodal Communication*, *10*(1), 37–53. Https://Doi.Org/10.1515/Mc-2020-0019

Borges-Rey, E. (2015). News Images On Instagram. *Digital Journalism*, *3*(4), 571–593. Https://Doi.Org/10.1080/21670811.2015.1034526

Bossio, D. (2023). Journalists On Instagram: Presenting Professional Identity And Role On Image-Focused Social Media. *Journalism Practice*, *17*(8), 1773–1789. Https://Doi.Org/10.1080/17512786.2021.2001359

Fahma, A. H., & Darwis, M. (2020). Eksistensi Para "Gus" Di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru Di Era Digital. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, *6*(2), 138. Https://Doi.Org/10.36835/Dakwatuna.V6i2.655

Hurley, Z. (2023). Signs Of #Self: A Peircean Semiotic Framework For Theorizing Self-(Re)Presentations On Instagram. *Visual Communication*, *22*(4), 671–692. Https://Doi.Org/10.1177/14703572211022400

I Gusti Ayu Cintya Premasari, Ni Wayan Sukarini, & I Komang Sumaryana. (2025). Interrelation Of Verbal And Visual Signs Effectively Increases Engagement In @Barenbliss_Id Instagram Posters. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Bahasa*, *4*(1), 688–696. Https://Doi.Org/10.55606/Jurribah.V4i1.5245

Ifatun Nisak, & Muyassaroh. (2022). A SEMIOTIC ANALYSIS AT INSTAGRAM FILTER. *English Language Teaching Journal*, *2*(1), 97–110. Https://Doi.Org/10.35897/Eltj.V2i1.717

Kaipainen, S. (2026). "A Tyranny Of Technology": The Logic Of Instagram In Forming The Photojournalistic Professional Persona Through Performed Authenticity. *Journalism*, *27*(3), 678–696. Https://Doi.Org/10.1177/14648849241307461

Mujianto, H., Nurhadi, Z. F., & Kharismawati, K. (2021). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK PERSONAL BRANDING. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, *5*(2), 154–169. Https://Doi.Org/10.33884/Commed.V5i2.3138

Muliatie, Y. E., Jannah, N., & Suprapti, S. (2024). Membangun Identitas Merek Dalam Street Photography: Analisis Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, *10*(2), 671–677. Https://Doi.Org/10.53494/Jira.V10i2.583

Pamungkas, A. W. D. (2024). Mengeksplorasi Praktik Personal Digital Archiving (PDA) Dalam Fenomena New Analog Photography Di Instagram: Membangun Personal Branding, Pencarian Autentisitas Dan Detoksifikasi Digital. *Khazanah: Jurnal Pengembangan*

Kearsipan, *17*(1), 96. Https://Doi.Org/10.22146/Khazanah.91157

Prayoga, A. (2022). Analisis Semiotika Visual Orang Desa Sebagai Objek Fotografi Okka Supardan. *Jurnal SASAK : Desain Visual Dan Komunikasi*, *4*(1), 37–46. Https://Doi.Org/10.30812/Sasak.V4i1.1901

San Cornelio, G., Martorell, S., & Ardèvol, E. (2024). "My Goal Is To Make Sustainability Mainstream": Emerging Visual Narratives On The Environmental Crisis On Instagram. *Frontiers In Communication*, *8*. Https://Doi.Org/10.3389/Fcomm.2023.1265466

Sandra Alfiani, Sri Hastjarjo, & Sudarmo, S. (2023). Self Branding Mobilephone Photographer In Improving Professional Image On Instagram. *Formosa Journal Of Applied Sciences*, *2*(12), 3575–3590. Https://Doi.Org/10.55927/Fjas.V2i12.7255

Shazly, R. El. (2021). Splits On Instagram: A Case Study Of Young Adults' Selfies. *Semiotica*, *2021*(241), 185–218. Https://Doi.Org/10.1515/Sem-2019-0099

Sholichah, M., & Poppy Febriana. (2022). Self-Image Construction In New Media Through The Instagram Application (Semiotic Analysis Of @Maudyayunda Instagram Posts). *Jurnal Spektrum Komunikasi*, *10*(2), 177–186. Https://Doi.Org/10.37826/Spektrum.V10i2.239

Shutaleva, A. V., Novgorodtseva, A. N., & Ryapalova, O. S. (2022). Self-Presentation In Instagram: Promotion Of A Personal Brand In Social Networks. *Economic Consultant*, *37*(1), 27–40. Https://Doi.Org/10.46224/Ecoc.2022.1.3

Verwibo, R. (2023). Analisis Semiotika Fotografi Human Interest Pada Akun Instagram @_Humaninterest. *Universitas Islam Riau*.

Veum, A., & Undrum, L. V. M. (2018). The Selfie As A Global Discourse. *Discourse & Society*, *29*(1), 86–103. Https://Doi.Org/10.1177/0957926517725979

Wardhani, A. K., Hassan, H., & Musnur, I. (2023). Production And Exchange Of Meaning In Instagram Beauty Influencer Visual Content In Indonesia: A Social Semiotic Analysis. *Gelar : Jurnal Seni Budaya*, *21*(2), 175–186. Https://Doi.Org/10.33153/Glr.V21i2.4748

Zhao, S., & Zappavigna, M. (2018). Beyond The Self: Intersubjectivity And The Social Semiotic Interpretation Of The Selfie. *New Media & Society*, *20*(5), 1735–1754. Https://Doi.Org/10.1177/1461444817706074