

Dari Avatar ke Afirmasi Sosial: Dinamika Konstruksi Identitas Digital Kreator Roblox @kinnyichi

From Avatar to Social Affirmation: The Dynamics of Digital Identity Construction of Roblox Creator @kinnyichi

Zainal Abidin Achmad¹, Rewina Syahda Nazhifah²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
E-mail: z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 7 April 2026 Disetujui: 14 Mei 2026 Diterbitkan: 15 Mei 2026 Hal. 52-65	Fenomena performativitas identitas melalui avatar di media sosial semakin menonjol dalam praktik kreator digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi identitas digital pada akun @kinnyichi dalam konten game Roblox. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi digital terhadap unggahan, visual avatar, dan interaksi audiens. Analisis data menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna representasi identitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @kinnyichi merekonstruksi persona sebagai anak kecil melalui kombinasi visual avatar, gaya bahasa, alur narasi, dan suara. Konstruksi identitas tersebut diperkuat oleh respons audiens yang konsisten memberikan afirmasi sosial melalui komentar. Interaksi antara kreator dan audiens berperan penting dalam menjaga stabilitas identitas digital yang ditampilkan. Bahwa identitas digital tidak bersifat tunggal, melainkan hasil dari proses performatif dan ko-konstruksi antara kreator dan audiens di media sosial.
Kata Kunci: Konstruksi Identitas; Media Sosial; Avatar; Interaksi Audiens; Semiotika.	
Keywords: <i>Identity Construction; Social Media; Avatar; Audience Interaction; Semiotics.</i>	ABSTRACT <i>The performative use of avatars in social media has become increasingly prominent in digital content creation. This study aims to analyze the construction of digital identity on the @kinnyichi account in Roblox content. A qualitative descriptive method was employed using digital observation of posts, avatar visuals, and audience interactions. Data were analyzed through Roland Barthes' semiotic approach to uncover the meaning of identity representation. The findings reveal that @kinnyichi reconstructs a childlike persona through a combination of avatar visuals, language style, narrative flow, and voice. This identity construction is reinforced by consistent audience responses that provide social validation through comments. The interaction between creator and audience plays a crucial role in maintaining the stability of the presented identity. Therefore, digital identity is not singular but emerges from an ongoing performative and co-constructed process between creator and audience in social media.</i>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara individu membangun dan merepresentasikan identitas diri (Achmad et al., 2016; Buckingham, 2008; Ouhnni et al., 2025). Individu tidak lagi bergantung pada representasi fisik di dunia nyata, tetapi secara aktif mengonstruksi identitas melalui berbagai medium digital, termasuk platform media sosial dan *game online* (Firdauza & Chusniyah, 2025; Putra & Achmad, 2022). Integrasi

antara media sosial dan ekosistem *game online* memperluas ruang ekspresi tersebut, sehingga tidak hanya menampilkan identitas, tetapi juga secara strategis memproduksi dan mempertunjukkan identitas (Kuss, 2013; Syas & Yahsy, 2022).

Fenomena ini tampak jelas pada konten kreator yang memanfaatkan avatar sebagai medium representasi diri (Miller & Horst, 2020; Williams, 2007). Kreator tidak sekadar menggunakan avatar sebagai representasi visual, tetapi secara sadar membangun persona tertentu yang disesuaikan dengan target audiens. Akun Instagram @kinnyichi menunjukkan praktik tersebut dengan menampilkan persona anak kecil melalui kombinasi visual avatar, gaya komunikasi, dan elemen naratif yang konsisten.

Kreator secara aktif mengonstruksi citra kekanak-kanakan melalui pilihan visual, ekspresi, serta gaya bahasa yang khas, sehingga membentuk identitas digital yang mudah dikenali. Konten permainan Roblox akun @kinnyichi kerap melakukan *roleplay* sebagai anak kecil yang polos, ceria, sementara kreator lain berperan sebagai orang tua, atau figur orang dewasa. Pola interaksi ini memperkuat kesan bahwa avatar atau persona yang dibawa bukan hanya sebuah desain visual, melainkan hasil dari proses interaksi sosial.

Pembentukan identitas virtual dapat melalui kombinasi faktor personal, sosial, relasional, dan material (Nagy & Koles, 2014). Keterlibatan kreator lain dalam skenario *roleplay* tersebut menunjukkan bagaimana komunitas di dalam Roblox berperan sebagai ruang sosial yang memperkuat konstruksi identitas digital. Skenario kisah dalam konten yang dibuat memiliki hubungan dengan apa yang diucapkan oleh aktor sehingga narasi yang dibuat dalam konten merupakan bentuk pengembangan karakter (Purnomo et al., 2022).

Pada konteks studi ini, avatar berfungsi sebagai alat simbolik yang memungkinkan individu memisahkan atau bahkan merekonstruksi identitasnya dari realitas fisik (Moekajanto & Ahmad, 2025). Pengguna tidak hanya merepresentasikan diri, tetapi juga menciptakan identitas alternatif yang bersifat dinamis dan situasional (Maulana, 2024), salah satunya dengan pemanfaatan fitur kustomisasi dalam game seperti Roblox. Seorang kreator dapat memiliki kendali penuh untuk menentukan dan menginginkan karakter visual, kepribadian, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan strategi representasi dirinya (Ouhnni et al., 2025).

Konstruksi identitas digital tidak hanya bergantung pada aspek visual, tetapi juga melibatkan elemen performatif lain seperti suara, narasi, dan interaksi (Achmad & Arifianto, 2025). Pada akun @kinnyichi, kreator secara aktif menggunakan suara bernada anak kecil dan gaya komunikasi ekspresif untuk memperkuat persona yang dibangun. Praktik ini menunjukkan bahwa identitas digital terbentuk melalui kombinasi tanda visual dan non-visual yang saling melengkapi, sehingga menciptakan representasi yang lebih kompleks dan meyakinkan (Karizat et al., 2021; Maros & Basek, 2022).

Selain itu, kreator tidak membangun identitas secara individual, melainkan melalui interaksi sosial di ruang digital. Dalam konten Roblox, @kinnyichi melakukan *roleplay* bersama kreator lain yang berperan sebagai figur orang dewasa. Interaksi ini tidak hanya memperkuat narasi, tetapi juga menegaskan identitas yang dipertunjukkan. Audiens dan partisipan lain secara aktif terlibat dalam proses tersebut melalui respons, komentar, dan pengakuan sosial.

Seorang individu dapat memiliki beberapa identitas sekaligus karena identitas memiliki sifat dinamis dan berubah seiring dengan fungsi dan pengalaman tiap individu (Adyapradana, 2018). Adanya avatar atau persona ini menunjukkan bahwa individu di ruang virtual dapat merekonstruksi identitas mereka sendiri dan menjadi diri mereka yang lain sehingga disebut juga identitas digital. Identitas digital yang terbentuk dalam permainan tidak hanya menjadi gambaran diri, tetapi juga berfungsi sebagai wadah eksplorasi identitas yang bersifat dinamis dan situasional (Laura & Chairil, 2025).

Singkatnya, identitas digital terbentuk sebagai hasil dari proses ko-konstruksi antara kreator dan audiens. Meskipun berbagai penelitian telah membahas avatar sebagai representasi identitas digital, sebagian besar studi masih berfokus pada aspek visual (Adam & Yang, 2025; Lister et al., 2006) atau desain karakter semata (Achmad et al., 2025; Tang & Auffrey, 2018; Turkle, 2011). Penelitian sebelumnya cenderung mengabaikan peran elemen performatif lain seperti suara, narasi, dan interaksi sosial dalam membentuk identitas.

Selain itu, kajian yang mengintegrasikan ekosistem game (Roblox) dengan media sosial (Instagram) sebagai ruang hibrida konstruksi identitas masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian dalam memahami identitas digital sebagai proses multimodal dan interaktif. Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan menganalisis konstruksi identitas digital secara spesifik melalui pendekatan semiotik Roland Barthes (Barthes, 1977).

Studi ini tidak hanya mengkaji representasi visual avatar, tetapi juga mengintegrasikan analisis terhadap suara, gaya komunikasi, narasi, serta interaksi audiens sebagai bagian dari sistem tanda yang membentuk identitas. Untuk itulah, penelitian ini dapat memperluas perspektif tentang identitas digital sebagai praktik performatif dan ko-konstruktif dalam ekosistem media digital yang terintegrasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kreator mengonstruksi identitas digital melalui avatar dan bagaimana audiens berperan dalam memperkuat identitas tersebut. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi digital, khususnya terkait performativitas identitas, serta memberikan pemahaman baru mengenai dinamika interaksi dalam pembentukan identitas di ruang virtual dan media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji konstruksi identitas digital dalam konten media sosial. Alasan pemilihan pendekatan ini karena mampu mengungkap makna tanda secara mendalam melalui lapisan denotasi, konotasi, dan mitos dalam representasi visual maupun tekstual (Aini et al., 2025; Moekajanto & Ahmad, 2025). Semiotika menjadi metode yang relevan pada konteks media digital, untuk memahami bagaimana identitas diproduksi dan dimaknai secara simbolik (Aiello & Parry, 2020).

Penelitian ini tidak menggunakan analisis isi kuantitatif, melainkan berfokus pada analisis tanda (*sign analysis*) yang menempatkan konten sebagai sistem representasi makna. Penelitian ini secara metodologis berada dalam tradisi interpretatif-kritis yang menekankan pembacaan makna daripada pengukuran frekuensi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten digital pada akun Instagram @kinnyichi yang meliputi: (1) visual avatar dalam video, (2) elemen audio seperti suara dan gaya bicara, (3) teks berupa *caption*, serta (4) komentar audiens yang relevan.

Data dikumpulkan melalui teknik observasi digital non-partisipan selama periode tertentu, dengan cara mendokumentasikan konten dalam bentuk tangkapan layar dan catatan observasi. Teknik ini umum digunakan dalam studi budaya digital untuk memahami praktik komunikasi berbasis platform (Anaqhi et al., 2023; Pink et al., 2016). Analisis data dilakukan dengan mengoperasionalkan semiotika Barthes ke dalam tiga tahap: (1) denotasi, yaitu mengidentifikasi makna literal dari elemen visual dan tekstual; (2) konotasi, yaitu menafsirkan makna implisit yang berkaitan dengan nilai, emosi, dan asosiasi sosial; serta (3) mitos, yaitu mengungkap ideologi atau narasi kultural yang mendasari representasi tersebut.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengkaji identitas digital sebagai konstruksi simbolik yang tidak hanya ditampilkan, tetapi juga dinegosiasikan dalam konteks sosial (Barthes, 1977; Hall, 1997). Untuk meningkatkan validitas penelitian, peneliti menerapkan triangulasi data dengan membandingkan elemen visual, audio, dan interaksi audiens, serta melakukan reflektivitas peneliti dalam proses interpretasi. Selain itu, penelitian ini menjaga transparansi melalui audit jejak data (*audit trail*) berupa dokumentasi proses pengumpulan dan analisis data.

Penelitian ini juga memperhatikan etika penelitian digital dengan menyamarkan identitas pengguna dalam komentar serta menggunakan data yang tersedia secara publik. Pendekatan etis ini penting dalam studi media sosial untuk menjaga privasi dan integritas partisipan digital (Buckingham, 2008; Franzke et al., 2020). Pendekatan penelitian nantinya akan mampu mengungkap konstruksi identitas digital sebagai proses performatif dan ko-konstruktif yang melibatkan interaksi antara kreator, simbol visual, dan audiens dalam ekosistem media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis berfokus tentang bagaimana @kinnyichi membangun identitas karakter serta menyampaikan pesan tertentu melalui kombinasi elemen visual (avatar), teks dan intonasi suara sehingga mendukung terbentuknya suatu identitas. Terdapat tiga komponen yang dinilai Barthes, yaitu komponen denotasi, konotasi dan mitos, maksud dari makna denotasi merujuk pada arti sebenarnya yang ditangkap pancaindra manusia dan konotasi merupakan makna yang bersifat eksplisit yang dikaitkan dengan keyakinan dan perasaan serta makna mitos berkaitan pada makna yang berbeda-beda dan muncul akibat pengaruh lingkungan sosial (Kevinia et al., 2022)

Analisis Segi Visual

Akun @kinnyichi menunjukkan gaya representasi yang konsisten dalam menciptakan identitas visual. Pada tingkat denotasi, setiap avatar tampak memiliki tubuh yang cenderung bulat dan pendek didukung rambut kuncir dua dan penggunaan aksesoris mencolok, seperti kacamata besar, tas karakter, atau pakaian berwarna cerah. Setiap avatar menggambarkan detail berbeda, seperti popok putih (Gambar 1), seragam pramuka (Gambar 2), dan tas hello kitty (Gambar 3).

Elemen-elemen yang diaplikasikan pada avatar *game* menunjukkan citra sebagai anak kecil. Citra anak kecil yang terbentuk akan digunakan kreator untuk membangun karakteristik pada setiap unggahan konten *game* roblox. Pola ekspresi pada avatar cenderung sama, bermata bulat dengan mulut datar dan kecil serta *blush* atau pipi yang merona di kiri dan kanan. Gambar 1 sampai gambar 3 menunjukkan adanya konsistensi akun @kinnyichi dalam memilih sebuah gaya, walaupun dengan gaya pakainya yang berbeda-beda tetapi adanya ciri khas penggunaan badan yang bulat dan kecil pada tiap penampilan.

Tabel 1. Analis Semiotik Segi Visual

Avatar	Denotasi	Konotasi	Mitos
 Gambar 1. Desain Avatar	Avatar bertubuh kecil dan bulat, ditambah elemen popok putih, rambut hitam dikuncir dua dengan jepitan kecil dan Memakai kacamata besar. <i>Tone</i> warna cerah	Elemen pada avatar menghadirkan makna imut, polos, dan ceria yang terhubung dengan estetika lucu yang identik dengan budaya visual Asia.	Budaya Komunitas Roblox sering menormalkan tampilan sebagai gaya ekspresif yang tidak selalu terkait usia, tetapi lebih ke performativitas identitas yang imut.
 Gambar 2. Desain Avatar	Avatar bertubuh kecil dan bulat. Elemen tas dan susu kotak. Baju seragam pramuka dan rambut hitam dikuncir dua dengan jepitan kecil.	Seragam pramuka dan warna cokelat-krem memberi kesan anak kecil dalam aktivitas sekolah.	Bentuk tubuh <i>chubby</i> , gaya rambut sederhana, dan seragam pramuka menguatkan konstruksi budaya bahwa anak kecil identik dengan perilaku lucu
 Gambar 3. Desain Avatar	Avatar berbentuk kecil dan bulat. Rambut hitam dikuncir dua. Kacamata besar. Memakai kaus putih dan <i>overall</i> denim. Tas kecil karakter Hello Kitty. Sepatu warna merah-putih. Warna cenderung cerah.	Elemen pada avatar kesan kekanak-kanakan dengankacamata besar menguatkan citra wajah terlihat lebih polos. Penggunaan tas Hello Kitty memberi konotasi gaya lucu.	Warna yang cerah memperlihatkan visual anak kecil lucu dan berwarna cerah sebagai bentuk estetika yang menyenangkan secara emosional.

Sumber: www.instagram.com/kinnyichi?igsh=bHVtM2E0NDRibGxy

Tampilan avatar pada gambar 1 merepresentasikan anak kecil di usia balita karena menggunakan aksesoris berupa popok. Pada gambar 2 terdapat penggunaan seragam sekolah berupa pramuka sehingga menghadirkan makna mitos lingkungan sekolah yang merupakan tempat anak-anak mengeksplorasi segala hal dan berkembang. Tampilan avatar gambar 3 lebih fokus pada gaya berpakaian dengan nuansa cerah dan atribut lucu seperti pita dan tas yang menampilkan seorang anak kecil yang ceria dan polos.

Pola gaya yang terlihat adalah akun @kinnyichi melakukan *branding* atau representasi identitas dia dengan gambaran anak kecil. Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap elemen visual yang ada, tidak hanya berfungsi sebagai dekorasi melainkan sebagai tanda untuk menyusun suatu identitas tertentu. Hal ini sejalan dengan konsep identitas digital bahwa identitas yang ada di dalam media sosial bukan sesuatu yang ada secara alami melainkan sesuatu yang sengaja dibentuk.

Kreator menampilkan dirinya yang berbeda dengan yang asli, agar sesuai dengan apa yang diinginkan dan mendapat target audies yang sudah ditentukan. Melalui teori presentasi diri Goffman pada penelitian (Jande et al., 2020) yang berpandangan bahwa kehidupan sosial merupakan panggung pertunjukan yakni tempat individu bertindak sebagai aktor yang mengelola kesan. Kasus pada akun @kinnyichi menunjukkan bagaimana kreator membangun citra diri nya dihadapan audiens dengan melakukan berbagai macam strategi untuk membangun kesan (Amelia & Amin, 2022).

Citra ini dibangun dengan penggunaan avatar dan atribut dalam merepresentasikan diri sehingga terbentuk identitas baru. Ketika mengolah sebuah kesan dalam teori presentasi diri Goffman, terdapat beberapa komponen yakni *performance* atau aktivitas membuat kesan, *setting* atau alat yang digunakan dalam membuat kesan, *appearance* atau sesuatu yang menunjang pertunjukan dan *manner* atau perilaku individu (Hutagalung, 2022). Cara @kinnyichi membangun sebuah identitas dapat terlihat dari keempat komponen ini.

Pada komponen *Appearance* terlihat melalui pemilihan gaya avatar lucu bergaya *chibi* pada tabel 1 yang menunjang pertunjukan atau *performance*, kemudian komponen *setting* yakni berupa konten dalam dunia virtual Roblox yang diunggah di media sosial. Adanya dua tempat yang terlibat yakni dunia virtual Roblox dan media sosial menjadi panggung pertunjukan kreator dalam menampilkan identitas yang dibuat. Berkaitan dengan komponen *performance* dalam teori Goffman terdapat juga istilah pendekatan dramaturgi yaitu *front stage* atau panggung depan yang bermakna tempat pertunjukkan disaksikan audiens, dalam kasus ini, platform media sosial menjadi alatnya (Wicaksono & Fitriyani, 2021).

Berkebalikan dengan *front stage* terdapat istilah *back stage* yakni tempat dimana aktor melakukan persiapan. Akun @kinnyichi melakukan persiapan berupa mempersiapkan penampilan visual dari segi avatar yang bermacam-macam, dialog dalam konten dan konsep video yang ditampilkan. Pemilihan representasi akun @kinnyichi, menggunakan avatar ekspresi yang menunjukkan kesan lucu dan imut (gambar 4).

Gaya visualnya menggunakan kategori elemen *chibi*, yang identik dengan dengan gaya anak-anak yang lucu (Pusposari & Lakoro, 2016). Karakter *chibi* adalah ukuran kepala lebih besar daripada badan sehingga memberikan kesan menggemaskan seperti anak kecil (Anwar et al., 2022). Istilah *chibi* terkenal dikalangan para penggemar budaya Jepang, yang dalam bahasa Jepang memiliki arti orang pendek atau anak kecil.

Penggunaan elemen bergaya *chibi* ini akan mempermudah *creator* dalam mendukung konstruksi identitasnya sebagai anak kecil untuk tampil di mata publik dalam membuat konten. Pada tingkatan makna mitos, tampilan avatar pada akun @kinnyichi menampilkan makna gaya yang sudah menjadi hal biasa sehingga audiens langsung mengenalinya. Keseluruhan model avatar, estetika tubuh kecil dan *chibi* membuat makna mitos pada komunitas Roblox yang menganggap badan yang kecil dan bulat sebagai identitas standar untuk bermain peran atau *roleplay* sebagai anak kecil.

✿ Kepala Chibi Tenang
Sederhana Animasi



Cot

Gambar 4. Tampilan ekspresi yang digunakan @kinnyiichi
(Sumber: <https://www.roblox.com/id/catalog/15923485954/Animated-Simple-Calm-Chibi-Head-Dynamic-Head>)

Komponen selanjutnya adalah *manner*, tercermin dalam gaya bahasa manis, nada berbicara yang polos, serta cara kreator berinteraksi dengan pemain lain dalam *roleplay* keluarga. Melalui kombinasi *setting*, *appearance*, dan *manner* yang konsisten, @kinnyiichi menyajikan pertunjukan identitas yang stabil dan meyakinkan sehingga peran sebagai “anak kecil” dapat diterima secara natural oleh pengikutnya. Dengan demikian, apa yang tampak pada avatar bukan sekadar estetika visual, tetapi strategi pengelolaan kesan. Dalam menganalisis rekonstruksi identitas pada akun @kinnyiichi tidak hanya terbatas dengan penampillan avatar yang memperkuat identitas baru yang dibuat, tetapi juga mencakup penggunaan *caption* serta isi konten yang ada. Berikut salah satu konten dan *caption* yang memperkuat kesan identitas baru yang dibuat (Gambar 5).



Gambar 5. Posting-an berupa *feed*
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/DPdJIeRjzoP/?igsh=MXAxbGxoeTR4djgyMg>)

Gambar 5 memperlihatkan sebuah *posting-an feed* instagram berupa foto dari avatar orang lain termasuk milik akun @kinnyiichi dengan *caption* “my family”. Postingan ini memiliki makna denotasi berupa tampilan avatar yang berbeda-beda dengan komposisi yang berada dalam satu barisan, selain itu terdapat perbedaan tampilan tinggi badan satu avatar dengan avatar lainnya. Dalam gambar 5 terlihat pada sisi paling kanan dan kiri ada dua sosok yang berbadan tinggi menghimpit tiga avatar dengan tubuh kecil dan bulat, Kemudian konteks makna konotasi *pose* yang ada pada gambar 5 menunjukkan *pose* sebuah keluarga karena penggunaan avatar bertubuh pendek yang berada ditengah menampilkan kesan seorang anak sedangkan dua orang pada sisi kanan dan kiri sebagai orang tua dari tiga anak tersebut.

Representasi orang tua pada avatar yang berada paling kiri dan kanan dapat dilihat dari penggunaan elemen pakaian yang senada yakni putih layaknya pasangan. Tak hanya itu avatar dengan postur paling tinggi terlihat menggunakan sebuah tudung putih, atribut yang biasa digunakan saat pernikahan, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa avatar paling kiri dan paling kanan adalah pasangan. *Pose* yang terlihat dalam postingan juga memberikan arti umum

sebagai *pose* sebuah keluarga di kalangan masyarakat. Pada makna mitos gambar 5 menampilkan sebuah interaksi digital berupa keluarga pada platform digital sehingga arti sebuah keluarga bukan hanya terkait pada hubungan biologis tetapi dapat dibangun melalui sebuah interaksi sosial. *Caption posting-an* yang bertuliskan “my family” yang berarti “keluarga ku” dalam bahasa Indonesia. Foto dan *caption* menunjukkan keselarasan dalam memperkuat identitas yang dibuat akun @kinnyichi.

Analisis Isi Konten dan Komentar

Data berupa *posting-an* dan *caption* pada akun @kinnyichi yang dianggap mendukung adanya konstruksi identitas. Sebagaimana tampak dalam gambar 6, sebuah *posting-an* berupa video kolaborasi berdurasi sekitar 18 detik yang terdiri dari dua orang yang berinteraksi sedangkan pada gambar 7 menampilkan *caption* serta tagar yang digunakan kreator. Konten pada gambar 6 menunjukkan kreator melakukan sebuah interaksi dengan *player* lain yang berperan sebagai ayah. Hal ini dapat dilihat dari teks atau dialog awal konten yang berbunyi “Adek pergi cari papa baru”. Dialog tersebut umumnya merujuk pada interaksi antara anak dan orang tuanya yang dapat lihat dari segi penyebutan identitas dengan sebutan “papa” yang bermakna orang tua laki-laki dan kata “adek” yang berarti seseorang yang lebih muda atau anak-anak.

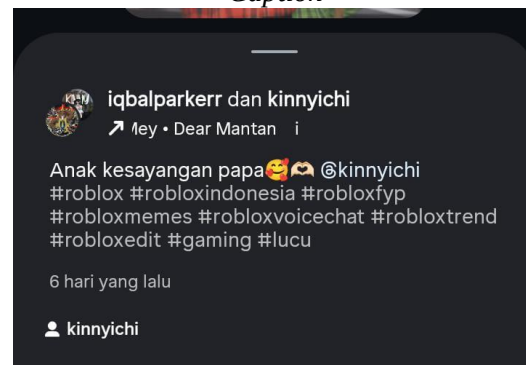
Posting-an tersebut juga memperlihatkan penggunaan *caption* yang memperkuat makna interaksi berupa tulisan “anak kesayangan papa” yang merujuk pada ungkapan kasih sayang seseorang kepada orang lain. Dalam *caption* tersebut maksud dari anak yang disayangi adalah @kinnyichi yang merupakan representasi dari anak yang dimaksud dan akun @iqbalparker sebagai ayahnya. Penggunaan tagar dapat memberi makna bahwa konten tersebut merupakan sebuah permainan yang ada pada aplikasi Roblox sehingga menciptakan sebuah interaksi dan hubungan sosial yang terjalin di dalam sebuah dunia virtual dan menjadi suatu *branding* media sosial yang disebut konten kreator Roblox.

Postingan



Gambar 6. Konten instagram
(Sumber: <https://www.instagram.com/reel/DRgaNsEj9t1/?igsh=eGhpajNxNWw4eWxy>)

Caption

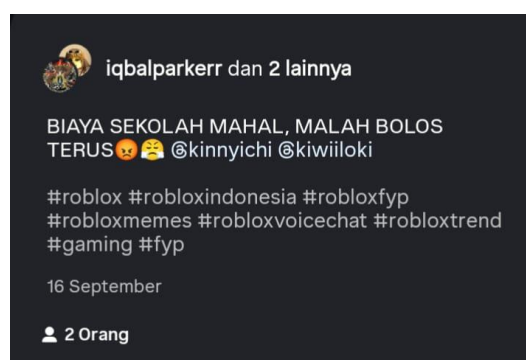


Gambar 7. Caption pada konten gambar 6



Gambar 8. Konten drama keluarga

(Sumber: https://www.instagram.com/reel/DOp9_Fqj4Y5/?igsh=ODAwNmduybjkwdGt5)



Gambar 9. Caption Gambar 8

Selanjutnya pada gambar 8 menampilkan sebuah video kolaborasi dengan tiga orang termasuk @kinnyichi. Judul konten yang bertuliskan “ketika aku dan mommy nyari kinny yang bilang mau pergi sekolah tapi dia malah..” mempunyai makna denotasi yakni kalimat tersebut menyampaikan tentang dua orang yang mencari seseorang karena perkataannya yang tidak sesuai. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata “aku dan mommy”.

Kata “aku” merujuk pada satu akun yang berkolaborasi termasuk @kinnyichi itu sendiri, namun kata “kinny” pada judul sudah mewakili akun @kinnyichi, tetapi dapat diperhatikan pada konten gambar 6 dan gambar 7 menyatakan bahwa akun @iqbalparker berperan sebagai ayah dari kinny, sehingga kata “mommy” pada judul otomatis merujuk pada satu akun yang tersisa yakni @kiwiiloki sebagai representasi dari tokoh ibu.

Kalimat pada judul menunjukkan adanya makna konotasi kekecewaan karena perkataan yang tidak sesuai atau sikap tidak jujur. Hal ini diperkuat dengan kata “malah..” yang menunjukkan sebuah sindiran halus. Kalimat ini berimplikasi bahwa Kinny atau @kinnyichi melalaikan sebuah kewajiban, jika dilihat dari peran anak yang diperankan.

Pada makna yang ketiga yakni mitos, kalimat pada judul konten menunjukkan adanya mitos atau persepsi bahwa peran orang tua adalah mengawasi anaknya. Interaksi yang ada pada konten menggambarkan bagaimana setiap kreator yang terlibat memainkan peran sebagai sebuah keluarga, selain itu pada *caption posting*-an terdapat suatu kalimat atau dialog ekspresi kecewa yang bertuliskan “Biaya sekolah mahal, malah bolos terus” apabila dikaitkan dengan realitas yang ada menggambarkan peran orang tua dalam pemenuhan tanggung jawab pendidikan seorang anak.

Rekonstruksi identitas yang terjadi di dalam pembuatan konten merupakan bagian dari komponen dramaturgi Roland Barthes yakni *manner* atau perilaku yang di pentaskan. *Manner* yang diperlihatkan tidak hanya sebatas pada konten yang dibuat tetapi dapat dilihat melalui sebuah *caption* dan komentar sebagai tanda penerimaan identitas yang dibuat serta interaksi konten kreator dengan audiennya. Setiap elemen yang ada pada *caption* dan komentar menjadi sistem penanda yang diartikan untuk memahami identitas yang dibuat. Berikut ditampilkan beberapa interaksi pada postingan @kinnyichi. Berikut ditampilkan beberapa interaksi pada postingan @kinnyichi.

Gambar 10 dan gambar 11 memperlihatkan bagaimana kreator atau @kinnyichi menanggapi setiap komentar di *posting*-annya dan interaksi yang muncul didominasi oleh candaan, seperti komentar tentang popok besar atau ketidaksamaan wajah dengan “ema bapa” atau ayah ibu, yang secara konsisten memperkuat konstruksi identitas Kinny sebagai sosok anak kecil dalam lingkungan keluarga. Panggung pertunjukan tidak hanya dapat dilihat melalui konten yang diunggah, tapi dapat melalui interaksi dengan tokoh pemeran lainnya seperti pada gambar 12 yang menunjukkan akun @kiwiiloki yang jika kita lihat pada gambar 7-9 memainkan peran sebagai ibu dari kinny.

Jika di analisis dengan strategi yang dimaksud Goffman maka kolom komentar menjadi *front stage* atau panggung tempat aktor menampilkan perannya. Selain penggunaan teori presentasi diri oleh Goffman, konstruksi identitas pada akun @kinnyichi mengikuti konsep performativitas Judith Butler yang menekankan bahwa identitas terbentuk melalui tindakan berulang.



Gambar 10. Interaksi kreator dengan audiens



Gambar 11. Interaksi kreator dengan audiens



Gambar 12. Interaksi dengan kreator roblox di kolom komentar
(Sumber: www.instagram.com/kinnyichi?igsh=bHVtM2E0NDRibGxy)

Peneliti mengamati avatar yang menampilkan sosok anak kecil dengan pakaian sekolah atau pramuka, tubuh bulat, serta aksesoris dengan warna yang menonjol. Visual ini membangun performa yang konsisten dan menciptakan kesan identitas kekanak-kanakan yang tampak natural. Penggunaan bahasa oleh kreator memperkuat konstruksi tersebut.

Kreator memakai gaya tutur sederhana seperti “ku hoang haya” atau respons singkat “alhamdulillah” yang memberi efek polos. Performa linguistik ini memproduksi tindakan berbahasa yang menegaskan peran sebagai anak kecil. Respons netizen ikut membentuk dan meneguhkan identitas tersebut.

Komentar yang menyebut popok, peran “mama”, atau candaan mengenai orang tua memberikan ruang bagi kreator untuk terus memainkan karakter yang sama. Interaksi ini menciptakan proses *co-performance* yang membuat identitas tersebut tampak stabil. Rangkaian tindakan visual, verbal, dan interaksi sosial menghasilkan identitas anak kecil sebagai efek performatif.

Kreator mengulang simbol dan gaya dengan konsisten sehingga publik melihat identitas tersebut sebagai sesuatu yang wajar. Pola ini menunjukkan bahwa identitas pada akun @kinnyichi muncul melalui konstruksi sosial yang berlangsung terus-menerus. Interaksi yang ada pada media sosial menjadi alat pendorong bagi kreator dalam menambah kesan sebuah peran yang dibawah karena media sosial menawarkan kebebasan untuk merekonstruksi identitas sesuai kepentingan (Octaviani & Noviani, 2021).

Akun kinnyichi merupakan konten kreator Roblox yang menghadirkan konten berupa komedi, drama kehidupan sehingga perlu adanya rekonstruksi identitas dalam pembuatan konten. Interaksi audiens mendorong kreator untuk menguatkan peran tersebut melalui visual, bahasa, dan pola komunikasi yang konsisten. Kreator akun @kinnyichi membangun citra anak kecil dan didorong dengan berbagai hal salah satunya interaksi dan visual.

Kreator mengulangi gaya tutur polos agar identitas bisa diterima di mata pengikutnya. Pengulangan tersebut menghasilkan kesan bahwa identitas anak kecil bukan sekadar pilihan estetika, tetapi menjadi bagian dari persona yang kreator tampilkan dalam setiap unggahan. Publik memberi komentar yang menempatkan @kinnyichi sebagai “anak”, sehingga kreator memperkuat karakter tersebut dalam balasan.

Interaksi ini memperlihatkan proses *Co-performativitas* identitas karena kreator dan audiens bersama-sama membentuk dan menstabilkan citra yang dibuat. Penampilan avatar dan interaksi sosial bukan satu-satunya cara @kinnyichi memperkuat kesan identitas baru nya. Tokoh anak kecil yang dijadikan sebagai model untuk identitas memiliki suara yang tentunya berbeda dengan orang yang sudah dewasa.

Permainan Roblox sendiri memfasilitasi pemain dengan fitur pesan suara untuk berkomunikasi dengan *player* lainnya (Budiputra et al., 2025). Fitur ini banyak digunakan @kinnyichi dalam membuat konten. Lewat fitur suara inilah kesan identitas yang dibuat akan semakin kuat.



Gambar 13. Komentar netizen yang merepetisi apa yang di dengar
(Sumber: https://www.instagram.com/reel/DQ4JwrBj_tj/?igsh=MWk5M2JtcDhhZjlq)

Komentar pada unggahan tersebut memperlihatkan bagaimana bahasa dan intonasi suara ikut membentuk konstruksi identitas kreator. Intonasi suara dibuat sedemikian rupa untuk mencapai gaya suara yang serupa dengan anak-anak, misalnya pada gambar 13 terlihat audiens menulis ulang frasa “pucing pala ade, pala ade, pucing pala adek” sebagai bentuk repetisi suara yang mereka dengar dalam video.

Repetisi ini menunjukkan bahwa audiens menangkap gaya tutur lucu, cadel, dan kekanak-kekanakan sebagai bagian penting dari karakter @kinnyichi. Audiens kemudian mereproduksi pola suara tersebut dalam komentar sehingga identitas anak kecil tidak hanya tampil melalui visual, tetapi juga melalui performa vokal yang diingat dan diulang oleh publik. Proses ini membuat bahasa dan suara berfungsi sebagai alat performatif yang menguatkan persona anak kecil karena audiens ikut menegaskan dan menyebarkan cara berbicara tersebut.

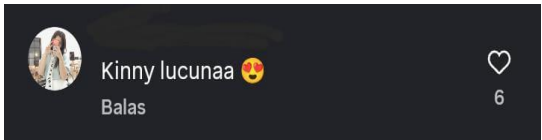
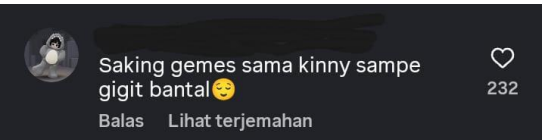
Tindakan audiens meniru suara itu pada kolom komentar memperkuat bahwa identitas tidak dibentuk secara sepihak oleh kreator, tetapi merupakan hasil interaksi antara konten dan respons publik. Ketika audiens mereproduksi cara bicara anak kecil, mereka secara tidak langsung ikut menjaga konsistensi karakter yang sedang dibangun. Pada titik ini, bahasa dan suara bertindak sebagai *penanda (signifier)* dalam kerangka semiotika, yakni simbol yang merujuk pada sifat kekanak-kekanakan yang ingin dihadirkan @kinnyichi.

Selain itu, peniruan yang dilakukan penonton menunjukkan bahwa pembentukan identitas di media sosial itu sifatnya saling melibatkan. Kreator membuat konten, tetapi audiens ikut menegaskan dan memperluas maknanya lewat komentar. Karena itu, karakter anak kecil yang ditampilkan kreator bukan hanya hasil dari strategi konten, tetapi juga terbentuk dari apa yang disukai dan direspons oleh penonton.

Interaksi seperti ini membuat citra “anak kecil” semakin kuat dan terus muncul kembali karena didukung oleh komunitas yang menikmati dan mengulangnya. Berikut beberapa komentar yang menunjukkan keberhasilan konstruksi identitas yang dilakukan kreator.

Tabel 2. Analisis Komentar

Komentar	Deskripsi
Gambar 14. Komentar	Komentar pada gambar 14 menunjukkan adanya penerimaan identitas didukung dengan suara yang di dengar

 Kinny lucunaa 🤪 Balas 6 Gambar 15. Komentar	Komentar pada gambar 15 memperlihatkan bagaimana konstruksi identitas anak kecil yang dilakukan berhasil
 Saking gemes sama kinny sampe gigit bantal 🤪 Balas Lihat terjemahan 232 Gambar 16. Komentar	Komentar pada gambar 16 memperlihatkan bagaimana audiens mencerminkan ekspresi dalam menanggapi konstruksi identitas yang terjadi

(Sumber: www.instagram.com/kinnyichi?igsh=bHVtM2E0NDRibGxy)

Strategi penerimaan suatu identitas bukan hanya terjadi karena upaya kreator, baik yang sadar maupun tidak sadar, tetapi juga karena respons penonton. Tabel 2 menunjukkan banyaknya komentar yang menyebut karakter kreator sebagai “lucu” dan “gemes” menunjukkan bahwa identitas anak kecil yang ditampilkan telah diterima, dipahami, dan diakui oleh audiens. Gambar 14 menunjukkan adanya keterkaitan antara identitas dan suara dari kreator. Audiens menyampaikan keraguan terkait suara asli dari kreator yang terdengar menggemaska.

Kesesuaian antara karakter suara dengan visual avatar membentuk kesan yang konsisten di mata audiens, sehingga identitas anak yang ditampilkan terasa semakin meyakinkan. Respon penerimaan identitas lainnya dapat dilihat dari gambar 15 dan 16 terdapat beberapa kata yang dapat di garis bawahi yakni kata “gemes” dan “lucu”, jika dilihat dari komentar pada setiap postingan maka akan banyak yang menyebut kata tersebut untuk mendeskripsikan apa yang dilihat. Kata sifat yang digunakan untuk mendeskripsikan adalah salah satu ciri khas dari sifat yang dimiliki anak kecil.

Menurut perspektif Judith Butler, identitas terbentuk melalui *performativity*. Akun @kinnyichi memperlihatkan adanya pengulangan tindakan, gaya, atau ekspresi yang akhirnya menghasilkan identitas asli (Wulandari, 2018). Ketika audiens mengulang-ulang respons seperti “gemes banget”, “lucu banget”, atau menirukan suara/intonasi yang muncul dalam konten, mereka ikut memperkuat performa tersebut. Repetisi komentar inilah yang membuat identitas “anak kecil” tidak hanya tampil tetapi diproduksi kembali oleh audiens.

Komentar positif dan konsisten dari penonton berfungsi sebagai bentuk validasi sosial. Pengakuan ini menegaskan bahwa peran “anak kecil” yang dimainkan kreator dianggap meyakinkan, cocok dengan ekspektasi penonton, dan berhasil menghadirkan kesan yang diinginkan. Ketika penonton terus merespons dengan rasa gemes, mereka sedang mengonfirmasi bahwa performa tersebut berhasil dipentaskan. Gabungan dua perspektif ini menunjukkan bahwa identitas anak kecil yang ditampilkan kreator bukan hanya hasil penampilan sepihak, tetapi merupakan hasil interaksi antara apa yang dipentaskan kreator dan bagaimana audiens mengulang, menegaskan, serta memperkuat maknanya sehingga dapat kita pahami audiens memainkan peran penting dalam membentuk pemikiran dan identitas kreator melalui tanggapan yang diberikan (Melani & Zamzamy, 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi identitas digital pada akun @kinnyichi terbentuk melalui praktik multimodal yang mengintegrasikan elemen visual, suara, gaya bahasa, narasi, dan interaksi sosial. Kreator secara konsisten membangun persona “anak kecil” melalui kombinasi tanda visual dan non-visual yang saling mendukung. Analisis semiotika Roland Barthes mengungkap bahwa setiap elemen tersebut berfungsi sebagai sistem tanda yang secara simultan menghasilkan makna identitas yang dapat dikenali oleh audiens.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kreator tidak membentuk identitas secara mandiri, tetapi melibatkan audiens sebagai bagian dari proses konstruksi. Audiens secara aktif

memberikan respons melalui komentar, imitasi bahasa, dan ekspresi emosional yang memperkuat identitas yang ditampilkan. Interaksi ini menciptakan mekanisme afirmasi sosial yang menjaga konsistensi dan stabilitas identitas digital. Kreator dan audiens secara bersama-sama memproduksi dan menegaskan identitas melalui praktik ko-performativitas di ruang digital.

Penelitian ini memperkuat argumen bahwa identitas digital bersifat multimodal, interaktif, dan kontekstual dalam ekosistem media yang terintegrasi antara platform *game* dan media sosial. Temuan ini menempatkan identitas digital sebagai hasil negosiasi makna yang berlangsung secara sosial, bukan sekadar representasi individual. Penelitian ini juga membuka peluang kajian lanjutan terkait konstruksi identitas lintas platform dan penggunaan pendekatan metodologis yang lebih beragam untuk memahami dinamika identitas digital secara lebih komprehensif.

REFERENSI

- Achmad, Z. A., & Arifianto, P. F. (2025). Product Catalog Creation as Visual Identity for Woro Srikandi Batik Pacitan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 8(4), 551–558. <https://doi.org/10.33330/JURDIMAS.V8I4.3586>
- Achmad, Z. A., Arviani, H., Santoso, N. R., & Artaria, M. D. (2025). Visual Ethnography of Global Brands Advertisement in Addressing Social Distancing during Pandemic COVID-19 Crisis. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 41(3), 21–40. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2025-4103-02>
- Achmad, Z. A., Wiranata, I. M. A., & Mardiyah, S. (2016). Teenagers are Subjected to Cyber Bullying in Social Media Ask.fm. *ICoCSPA 2016*, 435–441. <https://doi.org/978-602-18461-4-8>
- Adam, Z., & Yang, Z. (2025). Breaking the mold: how visual atypicality shapes brand-generated image virality. *International Journal of Research in Marketing*. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2025.07.005>
- Adyapradana, G. (2018). Identitas dan Pembentukan Stereotip Pemain Indonesia Dalam Online Game. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 4(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v4i2.8884>
- Aiello, G., & Parry, K. (2020). Visual Communication: Understanding Images in Media Culture. *Visual Communication: Understanding Images in Media Culture*. <https://doi.org/10.4135/9781529721522>
- Aini, H. N., Achmad, Z. A., & Mudianto, C. D. P. (2025). Music Communication in Juicy Luicy's Lyrics: Emotional Voices of Generation Z. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 10(2), 47–61. <https://doi.org/10.35457/JOSAR.V10I2.4528>
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis Self-Presenting dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman pada Tampilan Instagram Mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187. <https://repository.uin-malang.ac.id/10976/2/10976.pdf>
- Anaqhi, A. W., Achmad, Z. A., Zuhri, S., & Arviani, H. (2023). Viralitas Trash-Talking di Tiktok Sebagai Gaya Baru Personal Digital Branding. *Nomosleca*, 9(1), 67–87.
- Anwar, S., Subari, S., & Yahya, S. (2022). Eksplorasi Punokawan Dalam Perancangan Asset Game Bergaya Chibi Untuk Generasi Muda Sebagai Upaya Pelestarian Budaya Nusantara. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 1–6. <https://doi.org/10.32664/mavis.v4i01.519>
- Barthes, R. (1977). *Image Music Text* (S. Heath (Ed.)). Fontana Press.
- Buckingham, D. (2008). *Youth, Identity, and Digital Media*. The MIT Press. <https://doi.org/10.1162/dmal.9780262524834.vii>
- Budiputra, M. A., Mayasari, M., & Rahman, K. A. (2025). Interaksi Melalui Voice Chat di Komunitas Valorant: Studi Netnografi tentang Pengembangan Keterampilan Komunikasi Generasi Z. *Edu Society: Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 307–313. <https://doi.org/10.56832/EDU.V5I3.1830>
- Firdauza, I. A. L., & Chusniyah, T. (2025). Membentuk Identitas Diri Digital di Era Media Sosial: Studi Kualitatif terhadap Guru. *Flourishing Journal*, 5(5), 297–307. <https://doi.org/10.17977/UM070V5I52025P297-307>

- Franzke, A. S., Bechmann, A., Zimmer, M., & Ess, C. M. (2020). *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications and The Open University.
- Hutagalung, A. K. (2022). Analisis Presentasi Diri Musisi dengan Pendekatan Teori Dramaturgi Erving Goffman. *Jurnal Musik*, 2022(1), 1–8.
- Jande, V., Lisa, Aireen Ibrahim, N., & Bahru, J. (2020). The Presentation of Self and Identity Construction in Virtual World: A Case Study of Avakin Life. *LSP International Journal*, 7(2), 107–118. <https://doi.org/10.11113/LSPI.V7.15271>
- Karizat, N., Delmonaco, D., Eslami, M., & Andalibi, N. (2021). Algorithmic Folk Theories and Identity: How TikTok Users Co-Produce Knowledge of Identity and Engage in Algorithmic Resistance. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2). <https://doi.org/10.1145/3476046>
- Kevinia, C., Syahara, P., Aulia, S., & Astari, T. (2022). Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Dalam Film Miracle in Cell No.7 Versi Indonesia. *COMMUSTY Journal of Communication Studies and Society*, 1(2), 38–43. <https://doi.org/10.38043/COMMUSTY.V1I2.4082>
- Kuss, D. J. (2013). Internet gaming addiction: Current perspectives. *Psychology Research and Behavior Management*, 6, 125–137. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S39476>
- Laura, O., & Chairil, A. M. (2025). The Virtual Identity of Play Together Players on Instagram: Identitas Virtual Pemain Play Together di Instagram. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 34–45. <https://doi.org/10.21070/KANAL.V14I1.1861>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Kelly, K., & Grant, I. (2006). Women & media: a critical introduction. In *Choice Reviews Online* (Vol. 44, Issue 04). <https://doi.org/10.5860/choice.44-1949>
- Maros, M., & Basek, F. N. A. (2022). Building Online Social Identity and Fandom Activities of K-pop Fans on Twitter. *3L: Language, Linguistics, Literature*, 28(3), 282–295. <https://doi.org/10.17576/3L-2022-2803-18>
- Maulana, M. R. (2024). Eksplorasi Motivasi Bermain Game pada Generasi Z: Pendekatan Etnografi Exploring Game Playing Motivation in Generation Z: An Ethnographic Approach. *JICOMP: Journal of Informatics and Computer*, 1(2), 15–23.
- Melani, E. R., & Zamzamy, A. (2023). Symbolic Interaction in Tiktok's Live Streaming: A Study of Influencer-Viewers Engagement. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 11(4), 550–561. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v11i4.620>
- Miller, D., & Horst, H. A. (2020). The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology. *Digital Anthropology*. <https://doi.org/10.4324/9781003085201-2>
- Moekajanto, E. A. Z., & Ahmad, A. S. E. (2025). Virtualitas Tubuh Perempuan Ae-Aespa dalam Short Movie SM Culture Universe. *SAKALA: Jurnal Seni Rupa Murni*, 6(1), 83–97.
- Nagy, P., & Koles, B. (2014). The digital transformation of human identity. *Convergence*, 20(3), 276–292. <https://doi.org/10.1177/1354856514531532>
- Octaviani, S. A., & Noviani, R. (2021). Performativitas dan Komodifikasi Androgini di Media Sosial. *Jurnal Kawistara*, 11(2), 186–197. <https://doi.org/10.22146/KAWISTARA.V11I2.65442>
- Ouhnni, H., Btissam, A., Meryam, B., Bouchti, K. El, Yassine, Z. S., Lagmiri, S. N., Rigalma, B., & Ziti, S. (2025). The evolution of virtual identity: a systematic review of avatar customization technologies and their behavioral effects in VR environments. *Frontiers in Virtual Reality*, 6(1496128), 1–18. <https://doi.org/10.3389/FRVIR.2025.1496128/BIBTEX>
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. SAGE.
- Purnomo, A., Alamiyah, S. S., Suratnoaji, C., & Juwito. (2022). Semiotic Analysis of Multiculturalism Representation on Child Characters in the Film “Cuties.” *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 7(1), 67–85. <https://doi.org/10.35457/JOSAR.V8I1.2122>

- Pusposari, A. B., & Lakoro, R. (2016). Perancangan Karakter Game RPG Berdirinya Kerajaan Singosari Untuk Aplikasi Permainan Dengan Gaya Visual Chibi. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 5(2), 127–132. <https://doi.org/10.12962/J23373520.V5I2.19906>
- Putra, D. Y., & Achmad, Z. A. (2022). Interaksi Sosial Virtual dalam Permainan Among Us Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 163–176. <https://doi.org/10.15642/JIK.2022.12.2.163-176>
- Syas, M., & Yahsy, U. S. (2022). Komodifikasi Users pada Platform Game Online Roblox. *Jurnal InterAct*, 11(2), 98–109. <https://doi.org/10.25170/INTERACT.V11I2.3748>
- Tang, M., & Auffrey, C. (2018). Advanced Digital Tools for Updating Overcrowded Rail Stations: Using Eye Tracking, Virtual Reality, and Crowd Simulation to Support Design Decision-making. *Urban Rail Transit*, 4(4), 249–256. <https://doi.org/10.1007/S40864-018-0096-2>
- Turkle, S. (2011). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Simon and Schuster.
- Wicaksono, A. R., & Fitriyani, A. H. D. (2021). Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadan 1442 H. *Acintya*, 13(2), 155–164. <https://doi.org/10.33153/ACY.V13I2.3939>
- Williams, M. (2007). Avatar watching: participant observation in graphical online environments. *Qualitative Research*, 7(5), 5–23. <https://doi.org/10.1177/1468794107071408>
- Wulandari, R. A. (2018). Identitas Homoseksual dalam Novel Tiba Sebelum Berangkat Karya Faisal Oddang (Kajian Teori Queer Judith Butler). *Jurnal Sapala*, 5(1), 1–15. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-sapala/article/view/30709>