

## TRANSFORMASI IDENTITAS VIRTUAL PRA DAN PASCA PERCERAIAN: ANALISIS KONTEN INSTAGRAM *MICROCELEBRITY*

**Febriansyah Kulau, Awanis Akalili**

Universitas Gadjah Mada, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
Universitas Negeri Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
febriansyahkulau@mail.ugm.ac.id

### **Abstract**

*Identity is a reflection of the reality of oneself. This reflection can be represented in the real world or the cyber world. But in cyberculture, the debate about real and virtual reality is a separate discourse. So that the identity represented in the cyber world is often referred to as a virtual identity. With the cyber world, identity is easy to transform, depending on the interests of the owner of the identity. This article will try to discuss the virtual identity transformation carried out by microcelebrity. The transformation is marked by the momentum of the divorce from the microcelebrity. Using qualitative content analysis, this article analyzes the uploads of two microcelebrity, namely Rachel Venya and Vicky Alaydrus on her Instagram. The findings of this article show that both Rachel Venya and Vicky Alaydrus experienced a virtual identity transformation after the divorce. But it was found that in this transformation, Vicky Alaydrus placed himself more as part of the microcelebrity than Rachel Venya. In the first few posts, Rachel Venya put herself as an individual without any soft selling that followed the reveal of her new virtual identity as a microcelebrity.*

**Keywords :** *Virtual identity; Divorce; Microcelebrity; Instagram*

### **Abstrak**

Identitas merupakan cerminan atas realitas diri. Cerminan tersebut dapat direpresentasikan pada dunia nyata ataupun dunia siber. Tetapi dalam budaya siber, perdebatan mengenai realitas nyata dan maya merupakan diskursus tersendiri. Sehingga identitas yang direpresentasikan pada dunia siber sering disebut sebagai identitas virtual. Dengan adanya dunia siber, identitas mudah untuk ditransformasikan, bergantung kepada kepentingan pemilik identitas tersebut. Artikel ini akan mencoba mendiskusikan mengenai transformasi identitas virtual yang dilakukan oleh *microcelebrity*. Transformasi tersebut ditandai dengan momentum perceraian dari *microcelebrity* tersebut. Dengan menggunakan analisis konten kualitatif, artikel ini menganalisis unggahan dua orang *microcelebrity*, yaitu Rachel Venya dan Vicky Alaydrus pada Instagram miliknya. Temuan artikel ini menunjukkan bahwa baik Rachel Venya maupun Vicky Alaydrus mengalami transformasi identitas virtual pasca perceraian. Tetapi ditemukan bahwa pada transformasi tersebut, Vicky Alaydrus lebih menempatkan dirinya sebagai bagian dari *microcelebrity* dibandingkan dengan Rachel Venya. Pada beberapa postingan awal, Rachel Venya menempatkan dirinya sebagai individu tanpa ada promosi yang mengikuti pengungkapan identitas virtual barunya sebagai seorang *microcelebrity*.

**Kata Kunci :** *Identitas virtual; Perceraian; Microcelebrity; Instagram*

## **Pendahuluan**

Perceraian merupakan masa yang sangat sensitif pada setiap fase kehidupan siapapun. Bagi sebagian orang perceraian merupakan fase yang sulit dihadapi karena rencana yang telah disusun mengalami kegagalan. Perceraian dapat mengubah cara pandang seseorang atas dunia dan sistem di dalamnya. Perceraian ini terjadi jika konflik pada sebuah hubungan dapat teresolusi dengan jalan perpisahan. Banyak masalah yang melatarbelakangi terjadinya perceraian, seperti motif ekonomi, kekerasan, campur tangannya pihak luar dan perselingkuhan. Perceraian adalah proses pemutusan hubungan pernikahan yang dilatarbelakangi oleh berbagai macam alasan (öksüzler cabilar & yilmaz, 2022). Setiap perceraian merupakan pengalaman individu yang bersifat multidimensi dengan aspek-aspek unik yang membersamai proses tersebut serta memiliki efek pada tingkatan individu dan sosial (Canbulat, 2017).

Bagi banyak hubungan, perceraian bukan menjadi pilihan walau masalah seperti di atas kerap kali terjadi. Banyak alasan yang mendasari hal tersebut, mulai dari anak sampai motif ekonomi (Manna et al., 2021). Perempuan yang tidak mandiri dari sisi finansial sering kali sulit mengambil keputusan untuk berpisah walau sudah sering mendapatkan perlakuan yang tidak nyaman (Finch & Groves, 2022). Fase pra-perceraian, perceraian memang masa sulit yang dihadapi tetapi masalah lain akan timbul pada fase pasca perceraian.

Salah satu masalah yang timbul pasca perceraian adalah cara pandang masyarakat terhadap individu yang melakukan perceraian. Pihak yang paling banyak mengalami stigma atas perceraian ialah pihak perempuan. Hal ini tidak terlepas dari konstruksi budaya dan agama yang ada di Indonesia, yang masih menganggap bahwa perceraian ialah perilaku yang tabu untuk dilakukan. Atas dasar tabu tersebutlah masyarakat menempatkan janda sebagai individu yang tidak pantas berteman dengan laki-laki yang menjalin relasi karena dapat menjadi perusak hubungan (Nurlian et al., 2019). Pandangan ini akhirnya bermuara pada stereotip kepada janda, sedangkan pandangan tersebut tidak berlaku bagi pihak laki-laki yang kerap dilabeli sebagai duda keren.

Glorifikasi atas pandangan duda keren ini bermuara pada budaya yang menganggap bahwa laki-laki merupakan sosok pemimpin dan pelengkap hidup perempuan (Jelly, 2019). Berbeda dengan pandangan yang didapatkan oleh perempuan. Hal ini dikarenakan perempuan mendapatkan stereotip negatif karena adanya ketidakadilan penilaian dari

masyarakat itu sendiri. Akhirnya jika perceraian tersebut terjadi, perempuan dianggap sebagai sosok yang tidak sempurna lagi karena telah kehilangan sosok pemimpinnya. Stigmatisasi dan diskriminasi ini akan menempatkan perempuan pada posisi subordinat di masyarakat (Dasgupta, 2017; G. Kim et al., 2020; C. C. S. Putri, 2020).

Atas glorifikasi tersebutlah banyak perempuan yang mencoba keluar dari identitas dirinya sebelum pernikahan. Karena dirinya tidak lagi ingin dikaitkan dengan kehidupan bersama pasangan sebelumnya. Identitas ialah perspektif personal dan sosial yang dapat berupa kesamaan atau perbedaan seorang individu dengan orang lain (Barker, 2004). Identitas tersebut dapat dibentuk sesuai dengan kebutuhan dari individu tersebut. Proses pembentukan identitas ini sering disebut konstruksi identitas dan dekonstruksi identitas. Identitas yang dibentuk tidak hanya bersifat personal, tetapi juga komunal, sehingga identitas tersebut perlu direpresentasikan sehingga dapat dipahami oleh individu lain (Berger & Luckmann, 1990).

Terdapat banyak cara agar identitas dapat direpresentasikan salah satunya menggunakan media sosial sebagai salurannya. Identitas yang disajikan melalui media sosial sudah menjadi diskursus yang sering dibicarakan oleh para peneliti sebelumnya. Tetapi bagaimana identitas dibentuk oleh individu pasca-perceraian belum banyak dilakukan. Terlebih identitas tersebut didekonstruksi sedemikian rupa. Hal ini semakin menarik untuk dapat dilihat, mengingat fakta bahwa perempuan yang melewati perceraian akan mendapatkan stigma dan diskriminasi masyarakat.

Salah satu figur publik yang akhir-akhir ini sering dibicarakan akibat keputusannya melepas identitas jilbabnya pasca perceraian ialah Rachel Venya dan Vicky Alaydrus. Rachel dan Vicky secara eksplisit merepresentasikan identitas barunya sebagai perempuan tidak berjilbab pasca pernikahannya. Hal ini lebih menarik dilihat dari sisi Vicky, karena dirinya didaku sebagai keturunan nabi, tetapi ia memilih jalan yang tidak umum dipilih oleh anggota keluarga lainnya.

Jika ditarik dari sisi historisnya, Rachel merupakan sosok yang lebih dahulu untuk memutuskan melepas jilbabnya dan disebarcan melalui instagram pada 22 Desember 2020 lalu diikuti Vicky pada 3 Oktober 2021. Jalan yang dipilih oleh keduanya pun menimbulkan respon yang beragam, mulai dari mendukung hingga menghujat. Berikut merupakan unggahan dari Rachel dan Vicky di saat pertama kali mempublikasikan identitas mereka sebagai perempuan tidak berjilbab.



Gambar 1. Unggahan Vicky dan Rachel pada Instagram Pribadi Mereka

Pada gambar 1 di atas dapat dilihat bahwa keduanya mendapatkan ribuan komentar atas identitas yang mereka bangun. Ragam nuansa komentar yang ditampilkan oleh khalayak mereka, mulai dari positif hingga negatif.

Keberhasilan keduanya mendobrak dominansi wacana yang ada di tengah masyarakat Indonesia perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut oleh pengkaji komunikasi. Perempuan yang melepas jilbab sering dianggap sebagai bukan perempuan muslimah yang baik-baik, karena tidak menjalankan perintah agama dengan kafah. Bahkan mereka kerap diposisikan lebih rendah dibandingkan perempuan yang tidak memutuskan untuk berjilbab.

Persoalan mengenai identitas Rachel dan Vicky semakin menarik dengan mengingat fakta bahwa mereka merupakan sosok perempuan yang baru melewati fase perceraian. Tentu anggapan mengenai bukan perempuan muslimah yang baik akan semakin dilabelkan kepada mereka berdua oleh sebagian pihak. Masalah ini bukanlah persoalan mengenai identitas seseorang belaka, fakta bahwa Rachel dan Vicky merupakan publik figur tidak dapat dilepaskan oleh mereka berdua. Pada beberapa komentar, menunjukkan kekhawatiran mereka akan menjadi inspirasi yang buruk bagi orang lain.

David Bell (2006) mengungkapkan bahwa identitas yang disajikan di dunia maya (virtual) penting untuk dibicarakan karena relasinya yang sangat kompleks dengan identitas dunia nyata. Maraknya penggunaan media sosial sebagai sarana berkomunikasi menjadikan media sosial, khususnya Instagram sering dijadikan cerminan atas realitas diri, tetapi karena sifatnya yang virtual, oleh karenanya realitas identitas ini sering disebut sebagai *virtual reality* atau realitas virtual.

Berdasarkan persoalan di atas menjadi menarik untuk melihat identitas yang disajikan oleh Rachel dan Vicky kepada publik. Oleh karenanya tulisan ini akan mengeksplorasi mengenai identitas yang dibentuk oleh Rachel dan Vicky sebagai wacana tandingan atas dominansi wacana perempuan janda yang melepas jilbab.

## **Literature Review**

### ***Microcelebrity* pada Media Sosial**

Media sosial yang merupakan bagian dari media baru mengalami transformasi pada segala bidang dibandingkan dengan media konvensional. Membawa beberapa perubahan mendasar, tidak hanya dari sisi medianya, tetapi juga dari sisi aktor di dalamnya. Media sosial menawarkan kemudahan konektivitas antar penggunanya, kemudahan ini tidak dimiliki oleh media konvensional (Van Dijck, 2013). Kemudahan ini disinyalir menjadi alasan ada transformasi pada selebriti pada media sosial.

Ellis (2002) mengungkapkan bahwa selebriti yang ada pada media konvensional seperti selebriti televisi akan berupaya untuk menyajikan citra yang sempurna akan dirinya serta menampilkan dirinya sebagai individu yang paling ideal. Hal ini nyatanya mengalami transformasi pada media sosial, di mana selebriti pada media sosial lebih berfokus kepada menampilkan dirinya yang apa adanya. Selebriti pada media sosial juga akan berupaya untuk menyajikan diri sebagai individu yang sama selayaknya penontonnya. Selebriti saat ini juga akan membawa penontonnya untuk dapat mengonsumsi kehidupan pribadi mereka dan sering tampil di media miliknya sendiri (Turner, 2013).

Pada kajian *cyberculture*, selebriti pada media sosial dikenal dengan istilah *microcelebrity* atau mikroselebriti. Konsep mengenai *microcelebrity* pertama kali dikenalkan oleh Senft (2008) yang mengungkapkan definisi *microcelebrity* sebagai sistem kerja baru yang berasal pada sistem kerja *online* yang melibatkan individu yang berusaha untuk dapat meningkatkan popularitas mereka melalui web menggunakan teknologi seperti video, blog, dan situs jejaring sosial. Definisi lain dari *microcelebrity* ialah individu yang menerapkan sistem kerja yang mengikutsertakan pembentukan citra, penyebaran informasi yang bersifat personal ke khalayak luas, pembuatan ilusi kedekatan dengan khalayak, pengakuan keberadaan khalayak yang dimaksudkan untuk menjaga loyalitas khalayak tersebut (Marwick & Boyd, 2011).

Berdasarkan definisi yang diungkapkan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *microcelebrity* ialah seseorang yang menerapkan pekerjaan berbasis *online* atau digital guna mendapatkan popularitas dengan memanfaatkan informasi personal yang menyebabkan penonton merasakan kedekatan yang bersifat semu dengan seseorang yang ia tonton. Oleh karenanya seorang *influencer*, *youtuber*, *selebgram*, seleb tik tok, atau apapun sebutan untuk selebriti yang terkenal melalui media sosial disebut sebagai *microcelebrity*.

### **Representasi Identitas: Fenomena dalam Pendefinisian Melalui Narasi pada Konten**

Media sosial saat ini sering digunakan sebagai sarana representasi identitas diri. Menurut Giddens (1991) hal ini dikarenakan internet merupakan lingkungan yang ideal untuk dapat merepresentasikan diri karena sifatnya yang terbuka dan plural. Atas dasar tersebut banyak identitas yang dapat dinegosiasikan. Scott (2016) mengungkapkan bahwa negosiasi identitas dapat mudah terjadi pada era sosial media. Hal tersebut nyataanya didukung oleh banyak penelitian seperti Andreallo (2020) dan Young dkk (2015). Negosiasi yang mudah dilakukan pada sosial media tersebut, memperkuat asumsi bahwa identitas memiliki sifat yang dinamis dan sangat cair (Bradatan et al., 2010).

Pada konteks media sosial seperti Instagram, identitas diri direpresentasikan secara visual menggunakan platform tersebut (Wendt, 2014). Penggunaan Instagram dalam menyebarkan visualisasi kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini tidaklah sesederhana yang dibayangkan, karena proses penyebaran konten visual nyataanya sangat terkait dengan pengalaman masa lalu (Van Dijck, 2013) sehingga menimbulkan sifat yang selektif. Konten visual menjadi ekspresi visual yang sifatnya lebih sementara, daripada kenangan permanen (Van Dijck, 2013).

Oleh karenanya konten visual yang disajikan melalui instagram akan mudah untuk berubah. Karena hal tersebut menjadi rasional jika seseorang bisa mengubah visualnya pada instagram yang awalnya menggunakan jilbab menjadi tidak menggunakan. Representasi tersebut akhirnya dapat membentuk sesuatu yang disebut dengan identitas virtual. Identitas virtual merupakan representasi diri seorang individu pada dunia *online* (Van Kokswijk, 2007) . Proses pembentukan identitas virtual ini akan diikuti dengan internalisasi nilai-nilai pada kehidupan nyata dengan media sosial. Proses atas transformasi identitas diri terjadi dikarenakan adanya interaksi dengan kekuatan media sosial. Di mana konten yang diunggah ke media secara konsisten mampu menghadirkan

penilaian bagi pengikut maupun identitas diri bagi diri sendiri (Çöteli, 2019; Gündüz, 2017).

Perempuan berjilbab pada sosial media instagram di konstruksikan sebagai seorang muslimah yang ideal (Baulch & Pramiyanti, 2018). Padahal jilbab disimbolkan bagi sebagian orang sebagai bentuk pengekangan dan opresi terhadap perempuan (Jackson & Monk-Turner, 2015; Ruby, 2006). Sehingga bagi sebagian perempuan guna merepresentasikan dirinya terbebas atas pengekangan dan opresi, mereka mengekspresikan diri untuk tidak menampilkan jilbab pada identitasnya.

Ekspresi diri ialah aktualisasi pikiran dan perasaan seorang individu melalui pilihan kata atau perilaku (Kim & Ko, 2011). Ekpresi diri yang dilakukan oleh perempuan, lebih sering mengalami kesulitan dikarenakan akan dihadapkan dengan realitas budaya (Siddiqi, 2021). Oleh karenanya ekspresi diri dengan melepaskan jilbab sering mendapatkan cibiran oleh publik dikarenakan mereka dianggap melanggar norma sosial yang ada.


Terdapat beberapa ekspresi diri yang dilakukan oleh perempuan melalui narasi-narasi perlawanannya di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Frankel dkk (2022) yang mengeksplorasi mengenai perempuan bertato menggunakan media sosialnya guna sebagai sarana mengekspresikan diri. Ekspresi diri dilakukan dengan representasi diri yang dilakukan menggunakan media sosial. Frankel dkk (2022) mengungkapkan bahwa kehadiran perempuan bertato pada media sosial mendapatkan tekanan dari publik yang menganggap bahwa perempuan bertato melanggar standar feminitas yang ada. Padahal memiliki tato sebagai sarana ekspresi diri merupakan hak atas diri mereka sendiri. Tetapi publik kerap kali memaksakan pandangan mereka, sehingga mengopresi seorang perempuan yang mencoba mengekspresikan dirinya. Tetapi nyatanya pandangan ini bukan menjadi paradigma mayoritas di Indonesia. Padahal tato dan sama halnya dengan jilbab, merupakan otonomi seorang wanita atas tubuhnya sendiri.

## **Metode Penelitian**

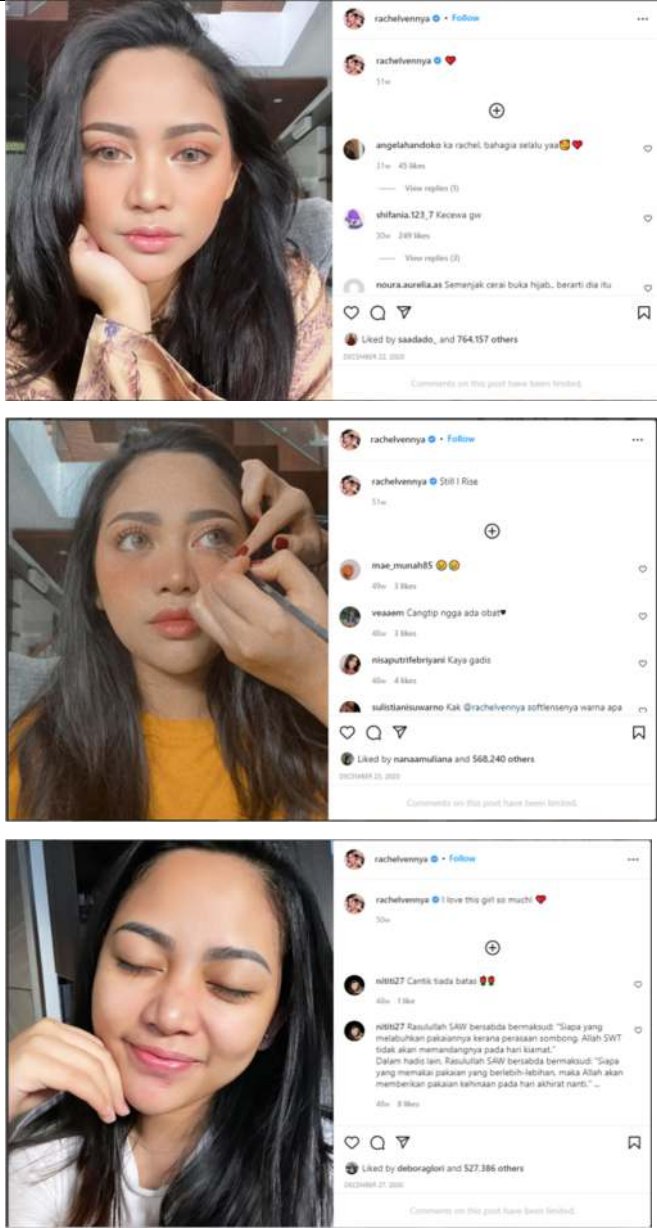

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan penelitian kualitatif memungkinkan untuk memahami fenomena berdasarkan makna yang diberikan oleh manusia ke atasnya (Denzin & Lincoln, 2011). Seperti yang telah dijelaskan artikel ini mencoba memaknai transformasi identitas yang dilakukan oleh Rachel dan Vicky.




Dikarenakan penelitian ini akan meneliti kedua subjek tersebut, maka penelitian ini tergolong sebagai penelitian studi kasus. Sebuah kasus dapat berupa seorang individu, satu kelompok sosial, satu keluarga, satu kelas sosial, satu perusahaan, satu komunitas, atau satu budaya yang khas/terbatas (*bounded phenomenon*) (Gilham, 2000).

Pada penelitian ini juga memakai metode analisis konten kualitatif. Analisis konten kualitatif memungkinkan untuk mengumpulkan data teks dalam bentuk kata, makna, simbol, ide, tema dan bentuk pesan komunikasi lainnya (Neuman, 2011). Teks yang dimaksud dalam analisis konten kualitatif memungkinkan konten yang terdapat pada media komunikasi direkam dan dianalisis lebih lanjut (Neuman, 2011). Sebelum dianalisis, data akan dipilih dengan teknik *purposive sampling* lalu data akan dianalisis menggunakan teknik analisis konten kualitatif untuk dapat membantu peneliti dalam menyelami lebih lanjut konten yang disajikan oleh Rachel dan Vicky. Dalam melakukan klasifikasi temuan data, penulis menggunakan bantuan berupa *coding sheet* yang disesuaikan dengan kriteria. Di mana melalui coding sheet dilakukan pula rekapan atas *visual*, *caption*, hingga jumlah *likes*. Sedangkan dalam proses mengolah dan menganalisis data, penulis menggunakan tahapan dari Miles & Huberman (1992) berupa reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan maupun verifikasi. Terkait dengan unit analisis pada penelitian ini yaitu:

No	Akun Instagram	Konten
1	Rachel Venya (@rachelvennya)	Konten saat pra-perceraian 



		<p>Konten saat pasca-perceraian</p> 
2	<p>Vicky Alaydrus                  (@vickyalaydrus)</p>	<p>Konten saat pra-perceraian</p> 

	Konten saat pasca-perceraian
	
	
	

Tabel 1. Unit analisis penelitian

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Hasil

Bagian ini akan memaparkan secara umum hasil yang menjadi temuan pada penelitian ini. Penelitian ini menemukan terdapat transformasi pada identitas yang disajikan oleh Rachel Venya dan Vicky Alaydrus. Identitas yang representasikan pada instagram keduanya mengalami perubahan yang cukup drastis. Hal ini menyebabkan

munculnya berbagai macam respon dari masyarakat pengguna instagram dengan mengomentari postingan keduanya di saat pertama kali menunjukkan dirinya melepas jilbab.

Ditemukan bahwa Rachel menggugat cerai pasangannya secara agama pada Agustus 2020 (Sumarni, 2021a), sedangkan Vicky menggugat cerai pasangannya pada 5 Januari 2021 (Sumarni, 2021b). Ditemukan selama bulan agustus, dimana pada bulan tersebut, perceraian secara agama tersebut dilakukan. Rachel ditemukan sama sekali tidak mengunggah foto bersama sang suaminya pada bulan agustus. Identitas yang disajikan oleh Rachel pada bulan tersebut masih berkelindan dengan anak dan dirinya dengan jilbab. Begitupula dengan Vicky pun tidak ada mengunggah foto dengan suami dan berfokus kepada foto-foto anaknya. Tetapi terdapat hal yang menarik pada postingan 14 Februari 2021, dimana Vicky mengucapkan ulang tahun kepada mantan suaminya, tetapi tidak dengan narasi “suami” atau “mantan suami” melainkan ayah dari kedua anak-anaknya.

Penelitian ini menemukan bahwa Rachel Venya memposting identitas virtual dirinya tanpa menggunakan jilbab pada 22 Desember 2020. Pada konten yang disebar oleh Rachel pada 22 Desember 2020 menggunakan *emoticon* “love” sebagai keterangan dan gambaran dirinya tanpa menggunakan jilbab. Konten selanjutnya pada 23 Desember 2020, Rachel menyebarkan sebuah konten dengan diikuti keterangan “*Still I Rise*” diikuti dengan gambaran dirinya tanpa menggunakan jilbab. Selanjutnya, pada 27 Desember 2020, Rachel menyebarkan konten dengan diikuti keterangan “*I love this girl so much!*” dengan diikuti gambaran dirinya tanpa menggunakan jilbab.

Selanjutnya penelitian ini menemukan bahwa Vicky menyebarkan identitas virtualnya tanpa menggunakan jilbab pertama kali pada 3 Oktober 2021. Terdapat perbedaan antara apa yang disajikan oleh Vicky dengan Rachel. Vicky pada tiga postingan pertamanya, yang menunjukkan identitas dirinya tanpa menggunakan jilbab tidak diikuti keterangan layaknya Rachel. Keterangan yang disajikan oleh Vicky pada postingan tanggal 3 Oktober, 5 Oktober, dan 8 Oktober 2021 merujuk pada *soft selling* produk tertentu. Hal tersebut ditunjukkan dengan Vicky menuliskan nama produk pada postingannya.

## **Pembahasan dan Diskusi**

### **a. Identitas Virtual Pra Perceraian**

Instagram sebagai salah satu media yang sering digunakan untuk mengkonstruksi sebuah identitas (Perera et al., 2021), memberikan beragam kemudahan untuk membentuk dan membongkar identitas yang ada. Putri (2016) mengungkapkan bahwa instagram mengutamakan moda visual sebagai kekuatannya, oleh karenanya penggunanya sering menggunakannya sebagai panggung visual. Begitu pula pada konteks artikel ini, identitas yang disajikan oleh Rachel dan Vicky melalui beberapa postingan sebelum perceraian memiliki simbol-simbol visual tertentu yang menarik untuk dibahas lebih lanjut.



Gambar 2. Unggahan Rachel Saat Mengenakan Jilbab

Rachel pada tahun pernikahannya dengan Okin, mantan suaminya pada 2017, merepresentasikan dirinya sebagai individu yang tidak menggunakan jilbab. Tetapi pada tahun 2018, ia memutuskan untuk menggunakan jilbab dan diberitakan menuai banyak pujian (Amarilisyah, 2018). Pujian tersebut tidak terlepas dari stereotip masyarakat Indonesia kebanyakan yang menganggap bahwa jika individu menggunakan jilbab maka ia memiliki tingkatan keagamaan yang baik (Iqbal, 2021). Jilbab sebagai salah satu unsur yang digunakan dalam pakaian seseorang dianggap dapat memberikan gambaran atas tingkatan spritualitas penggunanya (nn, 2021).

Identitas virtual dengan menggunakan jilbab selain untuk menguatkan tingkat spiritualitas seseorang, juga dapat berperan sebagai identitas seorang Muslimah (Alfi'ah et al., 2020). Terdapat hal yang menarik dari identitas virtual yang disajikan oleh Rachel dan Vicky dalam menggunakan jilbab. Mereka kedua memiliki kecenderungan tidak

menampilkan identitas yang menggunakan jilbab yang bersifat syar'i. Penilaian syar'i ini dilandaskan pada asumsi umum masyarakat yang mengatakan bahwa jika jilbab tidak menutup dada perempuan maka jilbab tersebut tidak dapat digolongkan sebagai jilbab yang syar'i (Taufik & Taufik, 2020).

Jika ditelisik lebih lanjut, identitas jilbab syar'i di realitas virtual kerap dikaitkan dengan kelompok tertentu (Afifah, 2019). Hal ini dikarenakan kelompok tersebut kerap memberikan komentar pada postingan wanita yang tidak menggunakan jilbab layaknya standar mereka dengan tendensi menghujat dengan dibalut dengan "sekadar mengingatkan". Dalih akan mengingatkan ini seolah menjadi pembenaran bagi kelompok tersebut untuk mencampuri urusan domestik seseorang. Identitas pada realitas virtual ini semestinya bersifat privat dan domestik pun menjadi sasaran untuk dikomentari. Utopia yang disampaikan oleh Habermas, (2005) mengenai ruang publik yang layak, seolah kehilangan esensinya dengan hadirnya kelompok ini.

Identitas virtual mengenai representasi jilbab yang tidak memenuhi standar syar'i ini bisa dinilai sebagai bentuk tidak mendukung kelompok tersebut. Atau bentuk penolakan atas gerakan tersebut. Hal ini dikarenakan identitas keagamaan sekarang telah bertransformasi, di mana menurut Azra (dalam Saudi, 2018) menjadi sebuah gerakan sosial yang bermuara pada komodifikasi simbol-simbol keagamaan. Sehingga tindakan untuk menghindari identitas virtual tertentu dapat diasumsikan sebagai *counter* akan gerakan tersebut.

Mengingat trajektori dari Rachel yang baru menyajikan identitas jilbab pada instagramnya pada tahun 2018 setelah menikah dengan mantan suaminya. Sedangkan untuk Vicky memiliki kecenderungan tidak pernah merepresentasikan identitas tersebut, walau ia merupakan keturunan berdarah arab, yang kerap diidentikan dengan pendukung jilbab syar'i.

Pada sisi lain penggunaan jilbab yang tidak syar'i dapat dikatakan sebagai bentuk transformasi identitas virtual jilbab yang bukan lagi sebagai sebuah identitas pada realitas virtual semata. Tetapi identitas virtual jilbab telah menjadi bagian dari *trend fashion* (Mun'im, 2017). Hal ini tidak terlepas dari fakta bahwa jilbab sebagai produk budaya tentu akan mengikuti perkembangan penggunaannya.



Gambar 3. Postingan Vicky pada tanggal 18 Februari 2021

Berdasarkan pada gambar 2 dan gambar 3, dapat terlihat jilbab ditempatkan sebagai identitas yang mendukung *trend* fashion dari Rachel dan Vicky. Pada kedua gambar tersebut terlihat bahwa Rachel dan Vicky sama-sama memperlihatkan punggung kaki mereka. Punggung kaki dianggap sebagai salah satu aurat yang harus ditutup oleh seorang perempuan. Tetapi nyatanya hal ini dinegosiasikan oleh Rachel dan Vicky berdua guna mendukung identitas virtual yang sedang mereka bangun.

Pada kedua gambar tersebut juga dapat terlihat jika Rachel dan Vicky sama sama menggunakan pakaian yang cenderung tidak longgar dengan memperlihatkan lekuk tubuh. Padahal bagi sekelompok orang, tabu bagi seorang yang menggunakan identitas virtual jilbab untuk menunjukkan lekuk tubuhnya (Fauzi, 2016). Identitas yang disajikan melalui instagram seolah sangat diperhentikan oleh mereka guna menunjang fungsi mereka sebagai *microcelebrity*.

### **b. Identitas Virtual Pasca Perceraian**

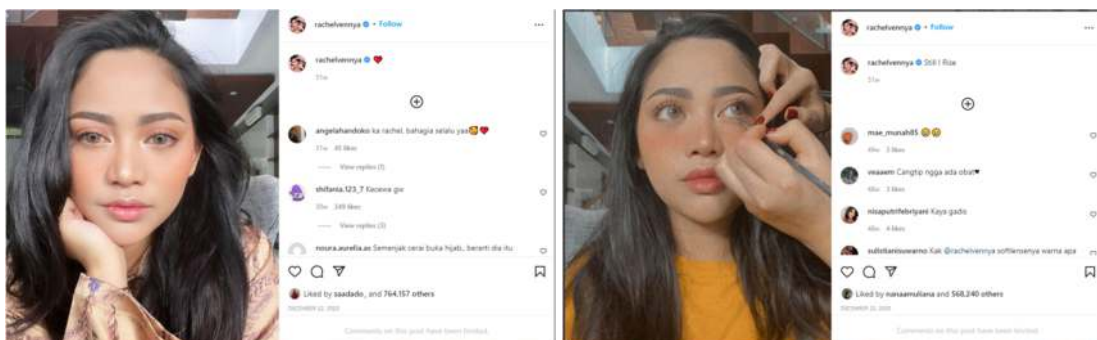
Identitas virtual yang mengalami transformasi pasca perceraian pada Rachel dan Vicky ialah memilih untuk tidak menggunakan jilbab. Rachel merupakan sosok yang lebih dahulu menampilkan identitas virtualnya tanpa menggunakan jilbab melalui instagram pada 22 Desember 2020 lalu diikuti Vicky pada 3 Oktober 2021. Keputusan keduanya untuk menampilkan identitas pada realitas virtual melalui instagram milik mereka berdua, nyatanya tidak luput dari hujatan netizen. Hal ini dikarenakan identitas yang diekspresikan oleh seorang perempuan, lebih sering mengalami kesulitan dikarenakan akan dihadapkan dengan realitas budaya (Siddiqi, 2021). Realitas budaya dominan Indonesia ini belum dapat menerima dengan baik fakta bahwa terdapat wanita

yang memilih identitas tidak menggunakan jilbab, hal tersebut tefasilitasi pada realitas virtual pada instagram keduanya.

Keputusan Rachel dan Vicky untuk mentransfromasikan identitas virtual mereka dengan tidak menggunakan jilbab dapat dikatakan sebagai bentuk kebebasan. Hal ini dikarenakan jilbab dapat disimbolkan sebagai bentuk pengekangan dan operasi terhadap perempuan (Jackson & Monk-Turner, 2015; Ruby, 2006). Pilihan untuk tidak menyajikan identitas virtual tanpa jilbab dapat dimaknai bahwa Rachel dan Vicky telah terbebas dari pengekangan dan opresi yang mereka rasakan selama masa pernikahan mereka.

Transformasi identitas virtual ini juga dapat dimaknai sebagai bentuk penolakan mereka atas politik tubuh yang dimainkan dalam narasi identitas jilbab. Transformasi identitas ini menunjukkan bahwa Rachel dan Vicky memiliki kuasa penuh atas tubuh mereka, bukanlah mantan suami atau orang lain. Seperti yang telah diungkap pada pembahasan sebelumnya bahwa, terdapat kelompok orang yang memainkan narasi untuk mengatur tubuh orang lain. Tetapi dengan adanya identitas virtual yang direpresentasikan oleh Rachel dan Vicky, seolah menjadi counter akan narasi kelompok tersebut.

Jika dilihat pada konten yang disajikan oleh kedua tokoh tersebut terdapat hal yang menarik untuk dapat dilihat lebih lanjut. Terdapat perbedaan pada beberapa konten yang disajikan oleh Rachel dan Vicky. Perbedaan tersebut terlihat pada konten yang disajikan pada masa awal mereka merepresentasikan identitas virtual diri mereka yang tidak menggunakan jilbab.





Gambar 4. Beberapa Unggahan Rachel Pasca Tidak Mengenakan Jilbab

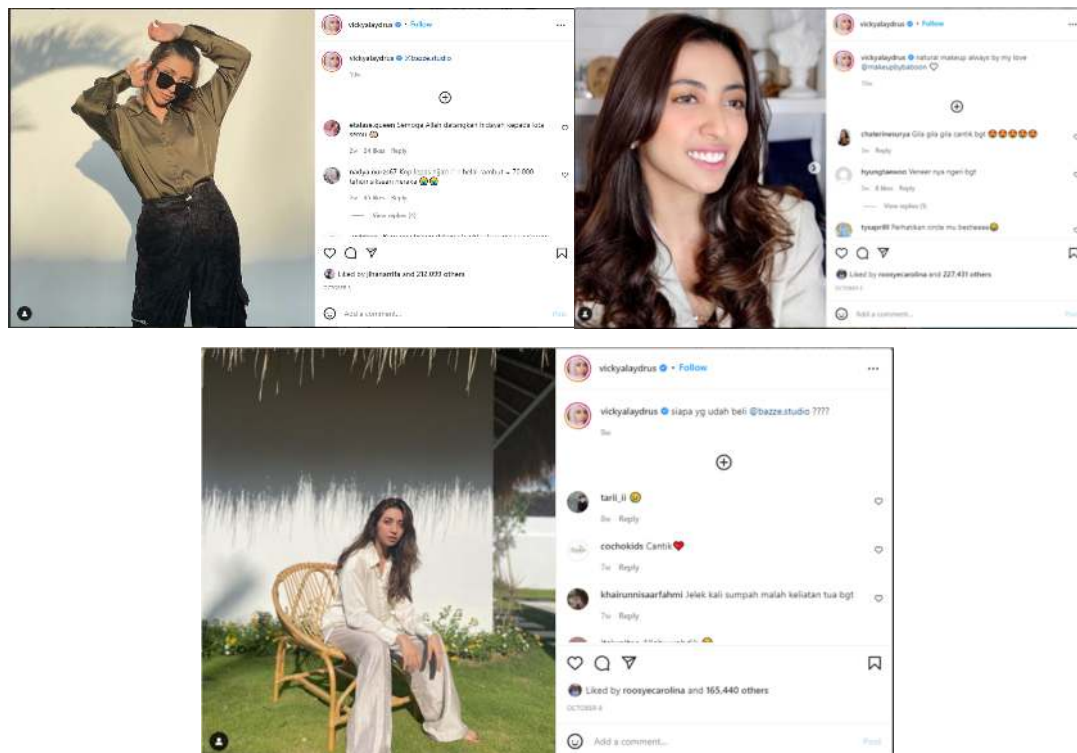
Beberapa unggahan yang ada pada gambar 4 merupakan unggahan awal saat Rachel pertama kali menyebarkan fotonya tanpa mengenakan jilbab. Pada gambar 4 dapat terlihat postingan yang disebar oleh Rachel pada 22 Desember 2020 menggunakan *emoticon* “hati” sebagai keterangan dan gambaran dirinya tanpa menggunakan jilbab. Konten selanjutnya pada 23 Desember 2020, Rachel menyebarkan sebuah konten dengan diikuti keterangan “*Still I Rise*” diikuti dengan gambaran dirinya tanpa menggunakan jilbab. Selanjutnya, pada 27 Desember 2020, Rachel menyebarkan konten dengan diikuti keterangan “*I love this girl so much!*” dengan diikuti gambaran dirinya tanpa menggunakan jilbab.

Berdasarkan gambar di atas dapat terlihat bahwa Rachel mencoba membangun identitas pada realitas virtual miliknya bahwa ia sangat mencintai dirinya. Pada postingan tanggal 22 Desember 2021 terlihat ia menggunakan *emoticon* hati dengan diikuti postingan dirinya. *Emoticon love* dapat dimaknai sebagai bentuk cinta (Setiawan, 2017) dan memiliki makna emosi yang bersifat positif (Brito et al., 2019). Rachel seolah ingin menunjukkan bahwa melalui keputusannya mentransformasikan identitas virtualnya bisa mendapatkan cinta dan emosi yang positif dari orang lain.

Lebih lanjut terlihat pada postingan 23 Desember 2020, Rachel menyebarkan foto dengan diikuti tulisan “*Still I Rise*” atau dapat diartikan Rachel masih dapat bangkit. Jika dikaitkan dengan konteks yang terjadi saat foto itu disebar yang tidak jauh dari momen perceraian dengan mantan suami, maka dapat dimaknai bahwa Rachel dapat bangkit setelah melewati momen tersebut. Foto yang mengikutinya pun memvisualisasikan dirinya yang tidak menggunakan jilbab yang seperti dijelaskan di atas, merupakan bentuk pelepasan. Seolah Rachel ingin menyampaikan bahwa dirinya telah lepas dari pelepasan dan ia dapat bangkit setelah melewatinya.



Pada tanggal 27 Desember 2020, Rachel menyebarkan foto dengan diikuti dengan tulisan “*I love this girl so much!*. Gambar tersebut dapat dimaknai bahwa Rachel ingin membangun identitas virtual dirinya yang mencintai dirinya sendiri.



Gambar 5. Beberapa Unggahan Vicky Pasca Tidak Mengenakan Jilbab

Beberapa unggahan yang ada pada gambar 5 merupakan unggahan awal saat Vicky pertama kali menyebarkan fotonya tanpa mengenakan jilbab. Hal yang berbeda dilakukan oleh Vicky dengan Rachel ialah, Vicky tetap menempatkan dirinya sebagai seorang *microcelebrity* dengan menyajikan Keterangan berupa *soft selling* produk pada postingan tanggal 3 Oktober, 5 Oktober, dan 8 Oktober 2021. Jika dilihat dari sisi pemasaran tentu perubahan identitas virtual yang disajikan oleh Vicky ini akan menjadikannya viral dan foto tersebut akan mengundang banyak orang untuk melihatnya. Tentu hal ini merupakan lahan yang baik untuk memasarkan produk tertentu dengan teknik *soft selling*.

Apa yang dilakukan oleh Vicky dalam membentuk identitas virtual barunya dengan produk dapat dikatakan sebagai sarana dirinya untuk membangun persona baru. Persona merupakan salah satu karakteristik penting bagi seorang *microcelebrity* (Marwick & boyd, 2011). Persona sebagai seorang wanita keturunan arab yang memilih identitas tidak menggunakan jilbab tentu menjadi persona yang menarik bagi brand. Tak ayal, unggahan

pertama Vicky yang tidak menggunakan jilbab ia lebih memilih untuk menandai sebuah brand dalam keterangan fotonya.

Geertz (1989) mengungkapkan bahwa perceraian bagi sebagian masyarakat Indonesia merupakan perilaku yang menyimpang dari sisi moralitas. Hal tersebut didukung dengan fakta bahwa, masih terdapat masyarakat yang menilai bahwa perceraian adalah sebuah fakta yang memalukan dan perlu disembunyikan. Tetapi apa yang dilakukan oleh Vicky dan Rachel seolah tidak peduli dengan konteks sosial yang ada mengenai perceraian itu sendiri. Mereka seolah ingin menunjukkan kemerdekaan mereka dalam merepresentasikan identitas diri mereka yang baru sebagai bentuk kebebasan atas belenggu pernikahan yang telah mereka jalani.

Parker (2016) memaparkan bahwa anggapan (stigma) negatif merupakan konstruksi sosial yang dibangun oleh masyarakat. Pandangan mengenai perceraian adalah tabu dan hal yang memalukan adalah fakta sosial bagi masyarakat Indonesia yang masih berstigma negatif bagi perceraian. Hal ini menyebabkan diskusi mengenai perceraian sering dianggap tabu. Tetapi Vicky dan Rachel tetap mewacanakan perceraian mereka dengan merubah tampilan identitas mereka. Apa yang dilakukan oleh mereka berdua seolah menjadi antitesa terhadap stigma negatif dari perceraian itu sendiri. Harapannya semakin sering perceraian didiskusikan dan dilepaskan dari stigmanya, maka perceraian dapat dilihat sebagai perilaku yang objektif.

Selain sebagai antitesa, apa yang dilakukan oleh Vicky dan Rachel juga dapat dilihat dari perspektif relasi identitas dengan konteks sosial. Hogg dan Smith (2007) mengungkapkan bahwa relasi identitas yang coba dibangun sebenarnya tidak dapat dilepaskan dari realitas dan konteks sosial yang ada ditengah masyarakat. Tetapi apa yang dilakukan oleh Rachel dan Vicky seolah ingin menunjukkan bahwa pembangunan identitas yang dilakukan oleh mereka merupakan bentuk independensi mereka. Hal ini disisi lain juga menjawab stigma bahwa perempuan bercerai tidak dapat independen baik secara materi maupun im-materi.

## **Simpulan**

Rachel dan Vicky mengalami transformasi pada identitas virtual mereka. Transformasi tersebut terlihat pada dengan tidak digunakannya lagi jilbab sebagai bagian dari identitas virtual mereka. Momentum perceraian dari mantan suami dari masing-masing mereka

dapat diasumsikan sebagai pemantik adanya transformasi identitas virtual mereka. Masyarakat beranggapan bahwa perceraian merupakan fakta yang negatif, tetapi Vicky dan Rachel seakan tidak memedulikannya. Justru mereka menunjukkan kemerdekaan melalui representasi identitas yang baru sebagai kebebasan terhadap belenggu pernikahan dan memperlihatkan independensi. Rachel disaat proses transformasi identitas virtualnya menempatkan dirinya tidak sebagai seorang *microcelebrity*, berbeda dengan Vicky yang tetap menempatkan dirinya sebagai *microcelebrity*. Instagram sebagai wadah realitas virtual menyajikan kemudahan bagi penggunanya untuk dapat mentransformasikan identitas mereka dengan didukung budaya visual yang ada pada media tersebut. Penelitian kedepan dapat melihat dinamika yang terjadi pada masyarakat dalam merespon perubahan identitas yang dialami seseorang melalui kolom komentar.

#### **Daftar Pustaka**

- Afifah, N. (2019). Pakaian Syar'i, Media dan Konstruksi Kesalehan Perempuan. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 13(1), 61. <https://doi.org/10.14421/jsr.v13i1.1544>
- Alfi'ah, F. R., Rahman, A., & Nurcahyono, O. H. (2020). Hiperrealitas konsumsi tanda dan makna pada trending fashion jilbab oleh mahasiswi. *Fikri : Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 197–209. <https://doi.org/10.25217/jf.v5i2.1151>
- Amarilisya, A. (2018). *Kenakan hijab, penampilan Rachel Vennya langsung tuai banyak pujian*. Brilio. <https://www.brilio.net/selebritis/kenakan-hijab-penampilan-rachel-vennya-langsung-tuai-banyak-pujian-1810187.html>.
- Andreallo, F. (2020). Displaying and negotiating identity through the hair bow: A case study of child celebrity JoJo Siwa and her social media fans. *Fashion, Style & Popular Culture*, 7(1), 51–71. [https://doi.org/10.1386/fspc\\_00005\\_1](https://doi.org/10.1386/fspc_00005_1)
- Barker, C. (2004). *The Sage dictionary of cultural studies*. Sage Publication.
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman. *Social Media + Society*, 4(4), 205630511880030. <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>
- Bell, D. (2006). *An Introduction to Cybercultures*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203192320>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1990). *Tafsir sosial atas kenyataan : risalah tentang sosiologi pengetahuan (Terjemahan)*. LP3ES.

- Bradatan, C., Popan, A., & Melton, R. (2010). Transnationality as a fluid social identity. *Social Identities*, 16(2), 169–178. <https://doi.org/10.1080/13504631003688856>
- Brito, P. Q., Torres, S., & Fernandes, J. (2019). What kind of emotions do emoticons communicate? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(7), 1495–1517. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2019-0136>
- Canbulat, N. (2017). *Boşanmış kadınlarla yürütülen duygu odaklı grupla psikolojik danışmanın etkililiğinin incelenmesi*. [Doktoral Thesis]. Ege Üniversitesi.
- Çöteli, S. (2019). The Impact of New Media on The Forms of Culture: Digital Identity and Digital Culture. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 9(2). <https://doi.org/10.29333/ojcm/5765>
- Dasgupta, P. (2017). Women Alone: The Problems and Challenges of Widows in India. *International Journal of Humanities and Social Sciences (IJHSS)*, 6(6), 35–40.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage.
- Ellis, J. (2002). *Visible Fictions*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203132647>
- Finch, J., & Groves, D. (2022). *A labour of love: Women, work and caring*. Taylor & Francis.
- Frankel, S., Cuevas, L., Lim, H., & Benjamin, S. (2022). Exploring Tattooed Presentation on YouTube: A Case Study of Kat Von D. *Fashion Theory*, 26(3), 419–440. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2021.1882769>
- Geertz, H. (1989). *The Javanese family: A study of kinship and socialization*. Waveland PressInc.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity*. Polity.
- Gilham, B. (2000). *Case Study Research Methods*. Continuum.
- Gündüz, U. (2017). The Effect of Social Media on Identity Construction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(5), 85–92. <https://doi.org/10.1515/mjss-2017-0026>
- Habermas, J. (2005). Religion in the Public Sphere. *Philosophia Africana*, 8(2), 99–109. <https://doi.org/10.5840/philafricana2005823>
- Hogg, M. A., & Smith, J. R. (2007). Attitudes in social context: A social identity perspective. *European Review of Social Psychology*, 18(1), 89–131. <https://doi.org/10.1080/10463280701592070>
- Iqbal, Muh. (2021). Wajah baru pendidikan islam indonesia: Jilbab, Toleransi, dan SKB 3 Menteri. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 13(2), 201–218. <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v13i2.864>

- Jackson, K. E., & Monk-Turner, E. (2015). The Meaning of Hijab: Voices of Muslim Women in Egypt and Yemen. *Journal of International Women's Studies*, 16(2).
- Jelly, J. (2019). Dualitas Stigmatisasi Janda: Realitas Masyarakat Minangkabau yang Mendua. *Handep: Jurnal Sejarah Dan Budaya*, 2(1), 39–58. <https://doi.org/10.33652/handep.v2i1.24>
- Kim, G., Kim, J., Lee, S.-K., Sim, J., Kim, Y., Yun, B.-Y., & Yoon, J.-H. (2020). Multidimensional gender discrimination in workplace and depressive symptoms. *PLOS ONE*, 15(7), e0234415. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0234415>
- Kim, H. S., & Ko, D. (2011). *Culture and self-expression*. In C. Sedikides, & S. Spencer (Eds.), *Frontiers of social psychology: The self*. (C. Sedikides & S. J. Spencer, Eds.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203818572>
- Manna, N. S., Doriza, S., & Oktaviani, M. (2021). Cerai Gugat: Telaah Penyebab Perceraian Pada Keluarga di Indonesia. *JURNAL AL-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.36722/sh.v6i1.443>
- Marwick, A., & boyd, danah. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.
- Mun'im, M. A. (2017). Fenomena jilbab di indonesia: Antara Agama, Budaya, Gaya Hidup dan Gerakan Sosial. . *El-Waroqoh: Jurnal Ushuluddin Dan Filsafat*, 1(1).
- Neuman, W. L. (2011). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (7th ed.)*. Pearson Education.
- nn. (2021). *Religion and Dress*. Encyclopedia of Clothing and Fashion. <https://www.encyclopedia.com/fashion/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/religion-and-dress>
- Nurlian, N., Yana, R. H., & Juraida, I. (2019). Pergeseran Makna Perceraian Bagi Perempuan Pada Masyarakat Aceh Barat. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 5(1), 53–66.
- Öksüzler cabilar, b., & yilmaz, a. E. (2022). Boşanma ve Boşanma Sonrası Uyum: Tanımlar, Modeller ve Uyumun Değerlendirilmesi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.18863/pgy.910766>

- Parker, L. (2016). The theory and context of the stigmatisation of widows and divorcees ( *janda* ) in Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 44(128), 7–26. <https://doi.org/10.1080/13639811.2015.1100863>
- Perera, B. Y., Chaudhury, S. R., Albinsson, P. A., & Nafees, L. (2021). This Is Who I Am: Instagram as Counterspace for Shared Gendered Ethnic Identity Expressions. *Journal of the Association for Consumer Research*, 6(2), 274–285. <https://doi.org/10.1086/713288>
- Putri, C. C. S. (2020). *JANDA MUDA Kekerasan Simbolik pada Janda Muda di Kabupaten Lamongan*. [Skripsi]. Universitas Airlangga.
- Putri, E. (2016). Foto diri, representasi identitas dan masyarakat tontonan di media sosial Instagram. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 80. <https://doi.org/10.22146/jps.v3i1.23528>
- Ruby, T. F. (2006). Listening to the voices of hijab. *Women's Studies International Forum*, 29(1), 54–66. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2005.10.006>
- Saudi, Y. (2018). Media dan Komodifikasi Dakwah. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 37. <https://doi.org/10.31764/jail.v2i1.537>
- Scott, S. (2016). *Negotiating identity: Symbolic interactionist approaches to social identity*. John Wiley & Sons.
- Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks*. Peter Lang.
- Setiawan, S. J. A. B. A. (2017). Studi Etnografi Virtual Pesan Nonverbal tentang Prinsip Menikah Muda dalam Instagram @nikahasik. *Komunikator*, 9(1).
- Siddiqi, N. (2021). Self-Expression in the Cyber World: Challenges for a Woman. *Indian Journal of Gender Studies*, 28(3), 440–452. <https://doi.org/10.1177/09715215211030586>
- Sumarni. (2021a). *Resmi Cerai dari Rachel Venny, Niko Al Hakim Akhirnya Buka Suara*. Suara.Com. <https://www.suara.com/entertainment/2021/02/17/092159/resmi-cerai-dari-rachel-vennya-niko-al-hakim-akhirnya-buka-suara?page=all>
- Sumarni. (2021b). *Vicky Alaydrus dan Hassan Alaydrus Resmi Cerai Secara Verstek*. Suara.Com. <https://www.suara.com/entertainment/2021/02/25/121846/vicky-alaydrus-dan-hassan-alaydrus-resmi-cerai-secara-verstek?page=all>

- Taufik, M., & Taufik, A. (2020). Hijrah and Pop Culture: Hijab and Other Muslim Fashions Among Students in Lombok, West Nusa Tenggara. *Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism*, 8(2), 97–116. <https://doi.org/10.21580/tos.v8i2.5305>
- Turner, G. (2013). *Understanding celebrity*. Sage Publication.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Van Kokswijk, J. (2007). *Digital ego: social and legal aspects of virtual identity*. Eburon Uitgeverij BV.
- Wendt, B. (2014). *The Allure of the Selfie: Instagram and the New Self Portrait (Vol. 8)*. Institute of Network Cultures.
- Young, J. T., Natrajan-Tyagi, R., & Platt, J. J. (2015). Identity in Flux. *Journal of Experiential Education*, 38(2), 175–188. <https://doi.org/10.1177/1053825914531920>