



Analisis Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam Interaksi Sosial di Instagram

Afiyah Tasya Bitha¹, Dila Syaffira², Hilwa Nafiah Azzahra³, Indah Purnama⁴,
Darmawati^{5*}

¹⁻⁴Bimbingan Konseling Islam, Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

⁵Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Email: afiyahbitha19@gmail.com¹, dilasyafira969@gmail.com², hilwanafiahzahra@gmail.com³,
indahpurnama2225@gmail.com⁴, darmawati@uin-suska.ac.id⁵

*Penulis Korespondensi: darmawati@uin-suska.ac.id

Abstract. *This research seeks to examine the types and trends of both verbal and nonverbal communication on the social media site Instagram. A qualitative descriptive approach was taken for this study, utilizing methods such as observing the Instagram profiles of public figures, gathering documentation, and conducting interviews with active participants, specifically teenagers and students. The analysis of the data was conducted using an interactive model that included data reduction, presentation, and drawing conclusions. The findings reveal that interactions on Instagram represent a seamless integration of both verbal and nonverbal components. Verbal exchanges are characterized by informal, brief, and vivid language, whereas nonverbal communication, conveyed through emojis and visual symbols, significantly enhances the emotional undertones of the messages. This study concludes that digital technology has enhanced individuals' ability to express themselves in a way that is both efficient and rich in social connotations. Future investigations are recommended to examine the psychological effects of the overuse of nonverbal symbols in digital communication*

Keywords: *Instagram; Nonverbal Communication; Social Interaction; Social Media; Verbal Communication.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki tipe dan pola interaksi komunikasi lisan serta nonlisan yang terjadi di media sosial Instagram. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan cara pengumpulan data melalui observasi akun Instagram tokoh publik, dokumentasi, dan wawancara dengan pengguna aktif (remaja dan mahasiswa). Analisis data dilakukan dengan model interaktif yang mencakup pengurangan data, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa interaksi di Instagram adalah kombinasi yang seimbang antara unsur verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal biasanya menggunakan bahasa yang santai, ringkas, dan ekspresif, sedangkan komunikasi nonverbal yang melibatkan emoji dan simbol visual memiliki peran penting dalam memperkuat makna emosional dari pesan yang disampaikan. Dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah cara orang mengekspresikan diri sehingga lebih efektif namun tetap mengandung banyak makna sosial. Penelitian di masa depan dianjurkan untuk menyelidiki dampak psikologis dari penggunaan simbol nonverbal yang berlebihan dalam komunikasi digital.

Kata Kunci: Instagram; Interaksi Sosial; Komunikasi Nonverbal; Komunikasi Verbal; Media Sosial.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi komunikasi dalam zaman digital telah mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain secara signifikan. Media sosial muncul sebagai salah satu alat yang paling digemari untuk berkomunikasi, terutama di kalangan anak muda. Salah satu platform media sosial yang sangat dikenal adalah Instagram. Melalui Instagram, pengguna dapat berinteraksi menggunakan foto, video, caption, emoji, komentar, pesan langsung, serta fitur reels dan stories. Adanya berbagai fitur ini memungkinkan komunikasi tidak hanya dilakukan secara lisan melalui tulisan atau ucapan, tetapi juga secara nonverbal melalui tampilan visual, simbol, warna, gerakan, dan penggunaan emoji. Komunikasi verbal adalah jenis komunikasi

yang melibatkan penggunaan kata-kata, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, untuk mengungkapkan pesan kepada orang lain. Di sisi lain, komunikasi nonverbal adalah cara berkomunikasi yang tidak melibatkan kata-kata, seperti ekspresi muka, gerakan tubuh, simbol visual, nada suara, atau tanda-tanda tertentu yang dapat memengaruhi arti pesan (Sambo et al., 2019). Di platform media sosial Instagram, kedua jenis komunikasi ini sering kali digunakan bersamaan untuk menciptakan interaksi sosial di antara para pengguna. Penggunaan komunikasi lisan dan tidak lisan di Instagram dapat dilihat melalui keterangan, tanggapan, pemakaian emoji, meme, video pendek, maupun gambar yang diunggah oleh pengguna. Banyak pengguna Instagram memanfaatkan elemen visual untuk menegaskan pesan yang ingin mereka sampaikan agar interaksi menjadi lebih menarik dan interaktif. Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa komunikasi tidak lisan di Instagram berpengaruh terhadap pemahaman isi pesan serta keberhasilan interaksi sosial di platform digital.

Selain itu, cara orang berkomunikasi di Instagram mempengaruhi bagaimana mereka membentuk citra diri, menjalin hubungan sosial, serta reaksi audiens terhadap konten tertentu. Interaksi sosial di Instagram bukan sekadar pertukaran data, tetapi juga berfungsi sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dan membentuk identitas sosial. Penggunaan simbol visual dan bahasa digital seperti emoji, stiker, serta gerakan dalam video reels menjadi unsur krusial dalam komunikasi saat ini. Fenomena ini menarik untuk dianalisis karena komunikasi lewat kata dan isyarat di Instagram memiliki ciri yang berbeda dari komunikasi langsung. Dalam dunia digital, pengguna perlu memahami arti pesan dengan teks dan gambar secara serentak agar tidak terjadinya salah paham dalam hubungan sosial. Oleh sebab itu, penelitian tentang “Analisis Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam Interaksi Sosial di Instagram” sangat penting dilakukan untuk memahami bagaimana bentuk-bentuk komunikasi ini diterapkan serta dampaknya terhadap hubungan antar pengguna media sosial (Adellia et al., 2024).

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima dengan tujuan tertentu, baik untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi, atau membangun hubungan sosial. Berdasarkan teori komunikasi, pesan bisa disampaikan dalam dua cara utama, yaitu melalui komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Dalam dunia media sosial, komunikasi menjadi lebih rumit karena terjadi melalui platform digital yang menggabungkan teks, gambar, suara, dan video dalam satu tempat. Instagram sebagai platform media sosial masa kini memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berkomunikasi secara interaktif dengan berbagai fitur seperti keterangan, komentar, video pendek, cerita, dan pesan langsung.

Interaksi ini menunjukkan bahwa komunikasi di Instagram tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga bersifat ekspresif dan persuasif (Chen, 2024). Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan kata-kata, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, untuk menyampaikan informasi (Siahaan et al., 2022). Di platform media sosial Instagram, komunikasi verbal dapat ditemukan dalam caption, komentar, hashtag, pesan langsung, serta teks dalam video. Penggunaan bahasa dalam komunikasi verbal di Instagram biasanya mengikuti gaya digital yang lebih singkat, santai, dan interaktif. Fungsi dari komunikasi verbal adalah untuk memberikan penjelasan informasi, menyampaikan pandangan, serta menjalin hubungan sosial di antara pengguna media sosial (Aripadono, 2020). Pemilihan kata yang tepat dalam caption atau komentar dapat berdampak pada reaksi audiens dan tingkat partisipasi pengguna terhadap suatu postingan.

Komunikasi Nonverbal adalah bentuk komunikasi yang tidak melibatkan penggunaan verbal. Bentuk-bentuk komunikasi Nonverbal ini mencakup ekspresi wajah, bahasa tubuh, simbol, warna, gambar, emoji, gerakan, serta nada suara. Di platform Instagram, komunikasi Nonverbal dapat dilihat melalui pemakaian foto, video, emoji, filter, stiker, dan elemen visual lainnya. Komunikasi Nonverbal berperan untuk memperkuat pesan yang diucapkan, sehingga arti pesan menjadi lebih jelas dan menarik. Penggunaan emoji atau gambar tertentu sering digunakan oleh pengguna Instagram untuk mengekspresikan perasaan, suasana hati, atau reaksi terhadap suatu postingan. Selain itu, visual yang menarik juga berpotensi meningkatkan perhatian audiens terhadap pesan yang ingin disampaikan (Putri et al., 2024).

Interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang terjadi antara orang atau kelompok melalui proses komunikasi. Di platform media sosial Instagram, interaksi sosial dapat berlangsung melalui kegiatan seperti memberi komentar, menyukai konten, membalas cerita, berbagi materi, atau mengirim pesan secara langsung. Instagram berfungsi sebagai ruang virtual yang memungkinkan pengguna untuk menjalin hubungan sosial tanpa terhalang oleh ruang dan waktu. Interaksi sosial di Instagram juga dipengaruhi oleh penerapan komunikasi verbal dan nonverbal secara bersamaan. Jika caption menarik, hal itu akan lebih efektif jika didukung oleh gambar atau video yang relevan, sehingga dapat menghasilkan keterlibatan yang tinggi dengan audiens (Firsanty et al., 2025).

Teori interaksionisme simbolik menyatakan bahwa individu berkomunikasi dengan memanfaatkan simbol-simbol yang memiliki arti khusus. Di Instagram, simbol-simbol ini dapat berupa emoji, gambar, warna, gerakan dalam video, atau teks yang digunakan oleh para pengguna. Pemahaman terhadap makna simbol-simbol ini terjadi melalui interaksi sosial di antara pengguna platform media sosial. Teori ini sangat sesuai untuk penelitian yang

membahas komunikasi lisan dan tidak lisan di Instagram karena pengguna sering kali memahami pesan berdasarkan simbol-simbol visual dan tulisan yang ada dalam postingan media sosial (Simbolik et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk memahami makna serta pola komunikasi baik yang bersifat verbal maupun nonverbal, yang muncul secara alami dalam interaksi antar pengguna di media sosial Instagram.

Analisis isi dilakukan dengan cara yang terstruktur terhadap komentar-komentar pada postingan yang menjadi fokus penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengenali, mengkategorikan, dan menafsirkan bentuk komunikasi yang diterapkan pengguna dalam berinteraksi secara digital.

Objek dan Subjek Penelitian

Objek dari studi ini adalah tanggapan yang muncul di kolom komentar pada unggahan konten di media sosial seperti Instagram. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna yang aktif berkomentar pada konten yang telah dipilih sebagai sampel, termasuk pemilik akun atau pencipta konten yang menjawab komentar tersebut. Alasan pemilihan platform Instagram adalah karena tingginya tingkat interaksi sosial dan beragamnya jenis komunikasi yang digunakan, mulai dari teks, emoji, hingga simbol visual nonverbal lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Data diambil melalui metode dokumentasi dengan cara mengambil tangkapan layar dari kolom komentar pada unggahan tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan yang sengaja, yaitu dengan memilih unggahan yang menunjukkan tingkat interaksi tinggi dan beragam jenis komunikasi baik verbal maupun nonverbal.

Berikut adalah langkah-langkah yang dilalui dalam pengumpulan data: Mengidentifikasi akun media sosial yang menjadi sumber informasi untuk penelitian. Melakukan dokumentasi dengan mengambil tangkapan layar dari kolom komentar yang sesuai. Memindahkan data visual ke dalam tabel transkripsi agar lebih mudah dalam proses analisis. Memastikan keaslian dan konteks data sebelum melanjutkan dengan analisis yang lebih mendalam. Berikut bukti dokumentasi dalam bentuk tangkapan layar disertakan di bagian metode penelitian ini (Gambar 1 sampai Gambar 4).



Gambar 1. Komentar Pertama.



Gambar 2. Komentar Kedua.



Gambar 3. Komentar Ketiga.



Gambar 4. Komentar Keempat.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam studi ini adalah peneliti itu sendiri (instrumen manusia), yang didukung oleh panduan analisis dalam bentuk tabel klasifikasi data. Tabel klasifikasi ini memiliki kolom-kolom yang mencakup: nomor urut, nama pengguna, konten komentar, tipe komunikasi (verbal/nonverbal/kombinasi), kategori komunikasi, dan sumber gambar sebagai bukti.



















Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam studi ini menerapkan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2019) yang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu: Reduksi Data: Di tahap ini, peneliti memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengelompokkan informasi komentar yang relevan dari interaksi pengguna Instagram berdasarkan kategori komunikasi verbal dan nonverbal. Penyajian Data: Data yang sudah direduksi selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel klasifikasi dan deskripsi agar pola komunikasi bisa dianalisis secara sistematis. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi: Pada tahap akhir, hasil penemuan diinterpretasikan menggunakan teori komunikasi verbal dan nonverbal untuk mendapatkan kesimpulan yang tepat. Dalam pengklasifikasian komunikasi nonverbal di konteks media digital, penelitian ini merujuk pada teori yang dikembangkan oleh Matsumoto, Hwang, dan Frank (2016) yang menjelaskan bahwa komunikasi nonverbal meliputi pengiriman pesan tanpa penggunaan kata-kata, termasuk ekspresi wajah, simbol visual, serta penggunaan emoji dalam komunikasi digital.

Tabel Klasifikasi Data Penelitian

Berikut adalah tabel hasil klasifikasi data komentar yang dikumpulkan dari kolom komentar platform Instagram.

Tabel 1. Klasifikasi Data Penelitian.

No	Username	Isi Komentar	Jenis Komunikasi	Kategori	Sumber
1	home_living_jepara		Nonverbal (Emoji)	Ekspresi kasih sayang	Gambar 1
2	agustina_widiyastuti	Masyaallah selalu cantik 	Verbal+ Nonverbal	Pujian & ekspresi religius	Gambar 1
3	_120522	Gentle woman ga salah pilih BA si	Verbal	Apresiasi gaya/penampilan	Gambar 1
4	maymay_hutahean	Keren gi 	Verbal+ Nonverbal	Pujian & ekspresi religius	Gambar 1
5	bellmirs	Cantik bangetttt pangling	Verbal	Pujian positif	Gambar 2
6	amallahkartyka	Masyaallah cantik  	Verbal+ Nonverbal	Pujian & ekspresi religius	Gambar 2
7	afifahpr	Perpaduan irish bella dan nabila shakib 	Verbal+ No	Perbandingan figur publik	Gambar 2
8	hamimahdaulay		Nonverbal (Emoji)	Ekspresi kekaguman	Gambar 3
9	lailihidayah_n		Nonverbal (Emoji)	Ekspresi kekaguman	Gambar 3
10	zeenafwal17_	Cantik euy dua2 nya  	Verbal+ Nonverbal	Pujian positif	Gambar 3
11	syifaauliazz._	Cantik bgtt kaka2 inii Masyaallah   	Verbal+ Nonverbal	Pujian & ekspresi religius	Gambar 3
12	putryyyyy.rc	Kak icis kayak kak irisbella nggak sih 	Verbal+ Nonverbal	Perbandingan figur publik	Gambar 3
13	pipit_gallerymslmh	Ria ricis jd mirip @shahilahisyam	Verbal	Perbandingan figur publik	Gambar 3
14	afyyah_		Nonverbal (Emoji)	Ekspresi netral/ambigu	Gambar 4
15	nitavior	otw	Verbal	Pernyataan niat interaksi	Gambar 4
16	fuji_an	Ditunggu ditingukan	Verbal	Humor/sindiran (creator)	Gambar 4
17	alfujifashion		Nonverbal (Emoji)	Dukungan emosional	Gambar 4
18	uty_syggala		Nonverbal (Emoji)	Dukungan emosional	Gambar 4
19	Superbclinic.id		Nonverbal (Emoji)		Gambar 4

Sumber: Data primer, hasil dokumentasi kolom komentar Instagram, 2026

Keabsahan data

Keabsahan data dipastikan dengan menggunakan metode triangulasi sumber, yang melibatkan perbandingan data dari beberapa unggahan yang berbeda untuk menjamin konsistensi hasil. Bukti empiris berupa gambar layar (screenshot) digunakan sebagai referensi

yang bisa dipertanggungjawabkan dan akan disertakan sebagai lampiran dalam laporan penelitian ini.









4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial merupakan platform di dunia maya yang memungkinkan individu untuk saling berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain melalui internet. Sejarah media sosial telah dimulai jauh sebelum munculnya internet. Contohnya, Internet Relay Chat (IRC) muncul pertama kali pada tahun 1988 dan mulai dikenal luas pada tahun 1990-an. Ini adalah sistem untuk mengobrol secara online dalam kelompok pengguna tertentu (Thomas et al., 2024). Usenet juga merupakan ruang obrolan online yang memberi kesempatan bagi penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan mengenai berbagai masalah. Awal Mula Media Sosial Friendster diluncurkan pada tahun 2002, menjadi platform pertemanan online pertama yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk membuat profil dan menjalin jaringan dengan pengguna lainnya. MySpace muncul pada tahun 2003, dan segera menjadi terkenal sebagai platform untuk berbagi musik serta profil pengguna yang bisa disesuaikan.

Masa Kejayaan Media Sosial. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004 dan dengan cepat menjadi salah satu platform media sosial paling besar dan berpengaruh di dunia. Sejak saat itu, perkembangan media sosial tidak pernah berhenti dengan hadirnya platform serta fitur baru yang inovatif. Media sosial telah menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari banyak orang di seluruh dunia, mempengaruhi cara orang berkomunikasi, membagikan informasi, dan membangun komunitas di dunia maya. Saat ini, media sosial adalah yang paling banyak digunakan karena memudahkan akses informasi atau berita secara cepat, tanpa memerlukan waktu lama untuk mencari konten. Hanya memerlukan satu hal yang sangat penting, yaitu internet (Iskandar et al., 2022). Interaksi sosial di platform digital saat ini menunjukkan transformasi yang cukup besar, terutama dalam cara orang menyampaikan pesan atau komentar didalam platform instagram.

Instagram berasal dari kombinasi kata "Insta" dan "Gram". "Insta" berarti cepat, seperti foto polaroid yang dikenal sebagai foto instan pada masanya. Penampilan foto-foto di Instagram juga mirip dengan foto polaroid. Sementara itu, "Gram" diambil dari kata Telegram, yang berfungsi untuk mengirim informasi secara cepat kepada orang lain. Instagram melakukan hal yang sama; ketika pengguna mengunggah foto melalui internet, informasi tersebut dapat diterima dengan cepat. Itulah mengapa Instagram merupakan gabungan dari kata Instan dan Telegram. Instagram adalah media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke platform lain,

termasuk Instagram itu sendiri. Foto atau video yang diunggah akan ditampilkan di feed pengguna lain yang mengikuti akun tersebut (follower). Interaksi antar sesama pengguna Instagram dapat dilakukan dengan memberikan tanda suka (like) atau meninggalkan komentar pada unggahan orang lain. Selain itu, pengguna juga bisa saling bertukar pesan pribadi (Direct Message/DM). Jumlah pengikut menjadi salah satu faktor yang sangat penting, karena jumlah like dari pengikut dapat memengaruhi seberapa terkenal sebuah foto (Aisyah et al., 2022).

Berdasarkan pengamatan di kolom komentar Instagram milik artis ternama yaitu @raffinagita1717, @riaricis1795, @fuji_an, terlihat bahwa komunikasi yang terjadi tidak hanya sebatas teks, tetapi juga ditambah dengan berbagai simbol visual yang menambah kedalaman makna pesan. Dalam ranah komunikasi lisan, pengguna Instagram cenderung memakai bahasa yang lebih santai, ringkas, dan mengikuti tren bahasa terkini. Hal ini terlihat dari penggunaan frasa seperti “cantik bgttt pangling”, “Masyaallah selalu cantik”, hingga singkatan seperti “otw”. Gaya bahasa ini menunjukkan bahwa interaksi di media sosial lebih menekankan pada kecepatan dan keakraban ketimbang ketepatan struktur bahasa formal. Selain itu, sebagian besar isi pesan berisi pujian dan penghargaan terhadap konten yang diupload, mengindikasikan adanya kecenderungan komunikasi yang bersifat positif dan mendukung. Di sisi lain, komunikasi nonverbal juga memiliki peranan yang sangat signifikan. Penggunaan emoji seperti , , , dan  menjadi elemen penting dalam mengungkapkan perasaan pengguna. Bahkan, ada banyak komentar yang hanya terdiri dari rangkaian emoji tanpa teks, tetapi tetap bisa dimengerti maknanya oleh pengguna lain. Emoji ini berfungsi sebagai gambaran perasaan, seperti ketertarikan, kekaguman, atau humor, yang sulit dinyatakan secara singkat hanya dengan kata-kata. Menarik untuk dicatat, komunikasi lisan dan nonverbal dalam interaksi di Instagram tidak berdiri sendiri, melainkan saling mendukung. Contohnya, ungkapan “Masyaallah cantik ” menunjukkan bahwa kata “cantik” sebagai komunikasi verbal diperkuat oleh emoji yang menggambarkan rasa kagum. Dalam contoh lain, penggunaan emoji tunggal seperti  tetap mampu menyampaikan perasaan kasih sayang tanpa memerlukan penjelasan lebih lanjut.

Ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial telah menemukan cara berkomunikasi yang lebih efisien dan ekspresif. Lebih lanjut, interaksi sosial yang terjadi di kolom komentar cenderung bersifat partisipatif dan saling memberi respons. Banyak pengguna yang aktif terlibat dalam diskusi, baik melalui komentar langsung maupun tanggapan dari pemilik akun. Respons seperti “ditunggu ditikungan” menunjukkan adanya usaha untuk mempertahankan kedekatan dan interaksi yang berkelanjutan antar pengguna. Situasi ini menunjukkan bahwa

Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berbagi konten, tetapi juga sebagai wadah untuk membangun hubungan sosial secara virtual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi di Instagram merupakan perpaduan antara elemen verbal dan nonverbal yang saling mendukung dalam menciptakan makna. Pola komunikasi ini mencerminkan karakteristik komunikasi digital saat ini yang cenderung cepat, ekspresif, dan berbasis simbol. Fenomena ini sekaligus menunjukkan bahwa kemajuan teknologi mempengaruhi cara individu berinteraksi dan mengekspresikan diri dalam kehidupan sosial.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan hasil studi, dapat ditarik kesimpulan bahwa interaksi sosial di zaman digital, terutama di platform Instagram, merupakan campuran yang sangat erat antara elemen komunikasi verbal dan nonverbal. Di Instagram, komunikasi verbal ditandai dengan penggunaan bahasa yang santai, singkat, dan penuh nuansa positif, seperti memberikan pujian. Sementara itu, komunikasi nonverbal yang meliputi emoji, gambar, dan video bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai alat utama yang memperkuat makna dan perasaan yang mungkin sulit disampaikan hanya dengan teks saja.

Keduanya saling mendukung dalam membangun pola komunikasi yang cepat, efektif, dan melibatkan partisipasi, yang memungkinkan pengguna untuk membangun hubungan sosial secara virtual secara berkelanjutan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana kemajuan teknologi sosial media telah mengubah cara orang berinteraksi dan memahami satu sama lain melalui simbol-simbol digital. Untuk penelitian di masa mendatang yang sejenis, disarankan agar cakupan sampel diperluas ke berbagai kelompok usia atau profesi berbeda agar dapat mengamati variasi dalam gaya berkomunikasi yang lebih beragam. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mempelajari potensi kesalahpahaman yang timbul akibat bergantung pada simbol nonverbal tanpa adanya konteks verbal yang cukup. selain itu, penelitian lanjutan bisa mengeksplorasi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman yang muncul karena ketergantungan pada simbol nonverbal tanpa adanya konteks verbal yang memadai, mengingat bahwa pandangan setiap orang terhadap simbol digital sangat bervariasi dan bersifat pribadi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia nya, artikel ini bisa terwujud dengan lancar. Penulis juga menghaturkan rasa terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah yang telah memberikan panduan, bantuan, serta kesempatan kepada penulis untuk membuat artikel ini sebagai bagian dari tugas kuliah. Tidak

lupa, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua anggota kelompok yang telah bekerja sama dan berkontribusi dalam membuat artikel ini, serta kepada semua pihak yang telah membantu, baik yang langsung maupun tidak langsung. Penulis mengakui bahwa artikel ini masih ada kekurangannya, sehingga kritik dan saran yang konstruktif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitasnya di masa depan. Semoga artikel ini bisa memberikan manfaat bagi para pembaca.

DAFTAR REFERENSI

- Adellia, J., Suryani, E. I., & Choiriyati, S. (2024). Komunikasi nonverbal dalam pemenangan ajang Duta GenRe melalui feed Instagram di Bandar Lampung. *Professional*, 11(1), 199–204. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.5885>
- Aisyah, S., Sagiyanto, A., & Kussanti, D. P. (2022). Peran media sosial Instagram sebagai media self-disclosure pada akun Instagram @sacessahci. *Jurnal*, 3(2), 100–106.
- Aripradono, H. W. (2020). Penerapan komunikasi digital storytelling pada media sosial Instagram. *Teknika*, 9, 121–128. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>
- Azhari, M. (2024). Perspektif Instagram dalam komunikasi digital. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 3, 64–76. <https://doi.org/10.20527/h-js.v3i1.207>
- Chen, J. (2024). Multimodal interactive alignment: Language learners' interaction in CMC tasks through Instagram. *Jurnal*, 28(1), 1–27. <https://doi.org/10.64152/10125/73563>
- Firsanty, F. P., Amanatin, E. L., Adiansah, W., & Universitas Padjadjaran. (2025). Simbol, makna, dan solidaritas: Strategi digital komunitas urban di Indonesia dalam membangun eksistensi di Instagram. *Jurnal*, 19, 66–77. <https://doi.org/10.24815/jsu.v19i1.46255>
- Instagram, S. P. (2024). Studi komunikasi Instagram dalam perspektif digital. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 3, 64–76. <https://doi.org/10.20527/h-js.v3i1.207>
- Iskandar, A., & Habibi, M. (2022). Media sosial Instagram sebagai sarana berkomunikasi di lingkungan masyarakat. *Jurnal Ilmu Ilmu Informatika dan Informatika (JIIP)*, 5, 2843–2848. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.774>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Matsumoto, D., Hwang, H. S., & Frank, M. G. (2016). *APA handbook of nonverbal communication*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14669-000>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Mustofa, A., Zana, N. N., & Hidayat, M. (2023). Simbolik Instagram dalam komunikasi digital. *Bulletin of Indonesian Islamic Studies*.

- Putri, E. M., Mulyawan, I. W., & Savitri, P. W. (2024). Verbal and visual signs in @jeromepolin Instagram reels. *Jurnal*, 8, 18817–18828.
- Sambo, R. H., Hasibuan, E. J., & Hidayat, T. W. (2019). Ekspresi verbal dan nonverbal customer CGV Cinemas Medan terhadap bullying di Instagram. *Perspektif*, 8(2), 53–58. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v8i2.2593>
- Santos, C. E., & Umaña-Taylor, A. J. (2014). Introduction: Ethnic identity research across diverse perspectives. *Jurnal*, 3–9. <https://doi.org/10.1037/14618-001>
- Siahaan, C., Adrian, D., & Universitas Kristen Indonesia. (2022). Media sosial Instagram sebagai sarana berkomunikasi di lingkungan masyarakat. *Jiip*, 5, 2843–2848. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.774>