

Interaksi Simbolik Pada Pembentukan Identitas Sosial Komunitas Subkultur Kreatif Mazda 2: Studi Kasus Komunitas Indonesia Associate Of Mazda 2 Bandung

Gantara Putra Ardiansyah 1¹, Wa Ode Seprina 2¹

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
gantaraap@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
saprinaode@student.telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to explore how symbolic interaction shapes the social identity of the creative subculture community IAM2Nasional Bandung. This community serves as a platform for Mazda 2 enthusiasts in Bandung, functioning not only as a space to share automotive interests but also as a social environment that fosters identity, a sense of belonging, and solidarity among its members. This research employs a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The findings reveal that verbal symbols such as the jargon "IAM2NASIONAL BANDUNG WELL!!" and nonverbal symbols such as the community logo, numbered stickers, and official attributes play a crucial role in the process of symbolic interaction. These symbols not only signify membership but also strengthen the members' sense of belonging and pride towards the community. Furthermore, the vehicle modification style, which emphasizes aesthetics and driving ethics, also serves as a form of social identity expression. These findings support George Herbert Mead's theory of symbolic interactionism, which states that self and social identity are constructed through meaning exchanges involving collectively understood symbols.

Keywords: *symbolic interaction, social identity, mazda 2 community, iam2asional bandung*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana interaksi simbolik membentuk identitas sosial komunitas subkultur kreatif IAM2Nasional Bandung. Komunitas ini merupakan wadah para pecinta mobil Mazda 2 di Kota Bandung yang tidak hanya menjadi tempat berbagi minat otomotif, tetapi juga ruang sosial yang membangun identitas, rasa memiliki, dan solidaritas di antara anggotanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol-simbol verbal seperti jargon "IAM2NASIONAL BANDUNG WELL!!" serta simbol nonverbal seperti logo komunitas, stiker nomor lambung, dan atribut resmi menjadi elemen penting dalam proses interaksi simbolik. Simbol-simbol ini tidak hanya merepresentasikan keanggotaan, tetapi juga memperkuat rasa memiliki dan kebanggaan anggota terhadap komunitas. Selain itu, gaya modifikasi kendaraan yang mengedepankan estetika dan etika berkendara juga menjadi bentuk ekspresi identitas sosial komunitas. Temuan ini memperkuat teori interaksi simbolik George Herbert Mead bahwa identitas diri dan sosial terbentuk melalui proses pertukaran makna yang melibatkan simbol-simbol yang dipahami secara kolektif.

Kata Kunci: *interaksi simbolik, identitas sosial, komunitas mazda 2, iam2nasional bandung*

I. PENDAHULUAN

Komunitas merupakan bagian penting dalam kehidupan sosial yang menjadi wadah bagi individu untuk membangun solidaritas, kerjasama, serta identitas Bersama (Al Hanif et al., 2024). Di Kota Bandung, sebagai kota kreatif, perkembangan berbagai komunitas subkultur termasuk komunitas otomotif, semakin pesat. Salah satunya adalah komunitas IAM2Nasional Bandung yang mewadahi para pecinta mobil Mazda 2. Komunitas ini tidak hanya menjadi ruang berkumpul hobi, tetapi juga menjadi tempat pembentukan identitas sosial melalui proses interaksi simbolik. Simbol-simbol seperti logo, stiker nomor lambung, atribut, jargon komunitas, hingga gaya modifikasi kendaraan menjadi alat interaksi yang mengandung makna sosial dan memperkuat rasa memiliki antar anggota (Asbar, 2025).

Peningkatan jumlah komunitas kreatif di Bandung serta tren positif penjualan mobil Mazda di Indonesia turut memperkuat eksistensi komunitas IAM2Nasional Bandung. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji peran interaksi simbolik dalam pembentukan identitas sosial komunitas otomotif masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana interaksi simbolik membentuk identitas sosial anggota komunitas iam2asional Bandung. Penelitian ini penting dilakukan untuk memperkaya kajian tentang interaksi simbolik dalam komunitas subkultur kreatif, serta memberikan pemahaman mengenai peran interaksi simbolik dalam membangun identitas sosial.

Dengan menggunakan teori interaksi simbolik dari (George Herbert Mead, 1934), penelitian ini mengkaji bagaimana interaksi simbolik membentuk identitas sosial komunitas iam2nasional Bandung. Fokus penelitian ini mencakup 3 konsep penting dari teori interaksi simbolik: mind (pikiran), self (diri) dan Masyarakat (society). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam memahami bagaimana interaksi simbolik berperan dalam membentuk identitas sosial komunitas iam2nasional Bandung. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi landasan bagi komunitas lain dalam memahami pentingnya interaksi simbolik dalam membangun identitas sosial komunitas.

II. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Teori Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik merupakan proses komunikasi yang terjadi secara alami antara individu dan masyarakat, dimana hubungan tersebut dibangun dan berkembang melalui simbol-simbol yang diciptakan, dimaknai dan digunakan bersama oleh para pelaku interaksi dalam kehidupan sosial mereka (Mead, 1934:11). Interaksi antar individu berlangsung secara sadar dan terarah, serta melibatkan berbagai unsur komunikasi nonverbal seperti gerakan tubuh, suara vokal, ekspresi wajah dan bahasa tubuh, yang masing-masing mengandung makna tertentu dan berfungsi sebagai simbol dalam proses pertukaran makna (Mead, 1934:11).

Konsep Pikiran (Mind) Pengembangan pola pikir manusia tidak dapat dilepaskan dari proses interaksi sosial dengan individu lain. Interaksi ini menjadi penting karena melibatkan penggunaan bahasa yang merupakan suatu sistem simbol baik verbal maupun nonverbal yang berfungsi untuk menyampaikan pikiran dan perasaan (West & Turner, 2017).

Konsep Diri (Self) menitikberatkan pada proses terbentuknya kesadaran diri yang muncul melalui pengalaman serta aktivitas sosial yang dialami individu. Dalam proses pencapaian diri (self), terdapat dua tahapan utama yang harus dilalui, yaitu tahap pencarian jati diri dan tahap pembentukan konsep diri (Mead, 1934:5).

Konsep Masyarakat (Society) diinterpretasikan sebagai suatu jaringan hubungan sosial yang secara aktif membentuk identitas serta perilaku individu. Keterlibatan individu dalam struktur sosial ini diwujudkan melalui tindakan-tindakan yang dilakukan secara sadar dan didasarkan atas kehendak pribadi (West & Turner, 2017).

2.2 Identitas Sosial

Identitas sosial berperan sebagai salah satu komponen dalam konsep diri individu. Konsep diri ini berkembang menjadi harga diri kolektif yang diperoleh melalui interaksi individu dengan kelompok sosialnya (Henri Tajfel, 1974). Dalam prosesnya, individu merasa dihargai dan memiliki ikatan emosional yang kuat dengan kelompoknya. Selain itu, individu perlu membangun perasaan positif, tidak hanya terhadap identitas pribadinya, tetapi

juga terhadap identitas sosial yang dimilikinya. Identitas sosial mencerminkan pengetahuan individu mengenai keanggotaannya dalam suatu kelompok atau komunitas sosial. Keanggotaan ini disertai dengan nilai dan emosi yang dianggap penting oleh individu sebagai bagian dari kelompok tersebut (Henri Tajfel, 1974).

Proses pembentukan identitas melalui rangkaian interaksi sosial yang melibatkan individu-individu dalam suatu kelompok untuk menciptakan ciri khas yang membedakan mereka dari kelompok lain (Fandi Maradjabessy et al., 2019). Proses ini dimulai dari adanya kesamaan nilai, norma, keyakinan, serta pengalaman yang dibagikan bersama oleh anggota komunitas. Seiring berjalannya waktu, interaksi tersebut memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas, sehingga menciptakan simbol atau atribut khusus yang menjadi representasi identitas komunitas tersebut (Mentawai et al., 2013).

2.3 Simbol

Simbol merupakan suatu bentuk representasi seperti tanda, gambar, kata atau atribut yang digunakan untuk menyampaikan makna tertentu dan mengandung pesan yang dapat dipahami oleh individu atau kelompok dalam konteks sosial tertentu (Agustianto A, 2011)). Simbol merupakan media komunikasi yang bersifat konkret, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal, seperti penggunaan isyarat maupun kata-kata dalam bahasa (Punto Hendro et al., 2020).

2.4 Komunikasi Formal dan Informal

Komunikasi formal adalah jenis komunikasi yang terjadi melalui saluran komunikasi yang sudah diterapkan dalam struktur organisasi untuk menyampaikan informasi, intruksi, dan keputusan secara sistematis dan profesional (Arizona & Arif, 2024). Dalam komunikasi formal, pesan yang disampaikan melalui struktur atau hierarki yang instruksinya sudah diatur oleh organisasi.

Komunikasi informal adalah bentuk komunikasi yang terjadi secara alami atau spontan tanpa perlu mengikuti aturan baku dalam organisasi (Fitriani, 2016). Bentuk komunikasi informal sering terjadi secara alami melalui obrolan santai atau diskusi di luar pertemuan formal. Komunikasi informal memudahkan anggotanya untuk berbagi wawasan dan informasi dengan lebih bebas atau spontan sehingga memperkuat hubungan antar anggota dan menciptakan lingkungan organisasi yang lebih terbuka (Novianto Puji Raharjo, 2024).

2.5 Subkultur Kreatif

Subkultur merupakan fenomena budaya yang muncul dalam masyarakat industri modern, yang biasanya terbentuk berdasarkan kategori usia dan kelas sosial tertentu. Subkultur juga dapat dipahami sebagai hasil dimana perbedaan dari budaya dominan justru dijadikan cara untuk menampilkan keunikan tersebut selain itu subkultur tetap mampu mempertahankan eksistensi, menarik perhatian, serta memberikan dampak popularitas (Indra Rahayu Ningsih et al., 2022).

2.6 Komunitas

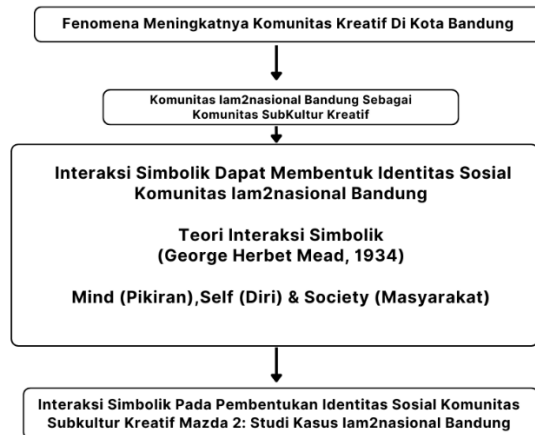
Komunitas merupakan sekelompok orang yang menjalin hubungan saling peduli secara mendalam, melampaui apa yang umumnya diharapkan, dalam komunitas para anggotanya terlibat dalam relasi pribadi yang erat satu sama lain (Kertajaya & Hermawan, 2008). Komunitas terbentuk secara alami tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun, karena komunitas berkembang dengan tujuan memenuhi kebutuhan setiap individu yang tergabung di dalamnya. Biasanya, komunitas tercipta karena beberapa individu memiliki kesamaan dalam hal hobi, tempat tinggal, atau ketertarikan tertentu (Rumaisha et al., 2014).

2.7 Iam2nasional Bandung

Indonesia Associate Of Mazda 2 atau disingkat Iam2 merupakan salah satu komunitas otomotif mazda 2 yang terbentuk sejak tanggal 15 September 2019 di Kota Bandung. Komunitas iam2nasional dibentuk oleh 4 orang yaitu oleh Zoe, Riko, Riadi dan Andry. Komunitas ini memiliki visi menjadi komunitas mazda 2 terdepan yang menjadi barometer bagi komunitas otomotif lainnya dalam hal penyelenggaraan acara, modifikasi kendaraan serta kekompakan anggota. Dalam rangka mencapai visi tersebut, komunitas iam2nasional menjalankan beberapa misi utama, yaitu aktif berpartisipasi dalam berbagai event baik di tingkat regional maupun nasional, menjadi wadah yang mampu mengakomodasi kebutuhan dan solusi terkait dunia otomotif mazda 2, membentuk komunitas yang berkarakter dengan prinsip kekeluargaan dan persaudaraan yang kuat, serta memperluas jaringan regional melalui peningkatan jumlah anggota dan menjamin kemitraan yang strategis dengan bengkel.

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini adalah mengenai fenomena meningkatnya komunitas kreatif di kota Bandung. Penelitian ini ingin melihat, bagaimana interaksi simbolik dapat membentuk identitas sosial komunitas iam2nasional dan mengacu pada teori interaksi simbolik dan 3 konsep penting.



III. METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif, yang bertujuan untuk memahami makna dan interaksi sosial yang terjadi di dalam komunitas iam2nasional Bandung. Paradigma interpretatif adalah pendekatan yang berfokus pada analisis tindakan melalui pengamatan langsung secara rinci di lingkungan asli individu, dengan tujuan memahami dan menginterpretasikan bagaimana mempertahankan dunia sosial mereka melalui interaksi dan pengalaman sehari-hari (W. Lawrence Neuman, 2014).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengkaji interaksi simbolik dalam pembentukan identitas komunitas Mazda 2 di kota Bandung, dengan studi kasus pada komunitas iam2nasional Bandung. Pendekatan kualitatif memudahkan peneliti untuk mengeksplor makna yang dibangun oleh individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Pada pemilihan penelitian kualitatif ini juga didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis secara rinci komunitas iam2nasional Bandung, sebagai ruang di mana simbol dan identitas komunitas terbentuk.

Subjek dalam penelitian ini adalah anggota komunitas iam2nasional Bandung, yang merupakan komunitas otomotif pengguna mobil Mazda 2 di kota Bandung. Penelitian ini melibatkan anggota aktif dan pengurus inti yang terlibat dalam aktivitas komunitas secara langsung. Objek dalam penelitian ini adalah interaksi simbolik yang diterapkan dalam komunitas iam2nasional Bandung, khususnya bagaimana interaksi simbolik berperan dalam membentuk identitas komunitas.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 5 informan dan observasi langsung pada kegiatan komunitas. Teknik analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman (1984) yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu dengan cara mewawancarai anggota komunitas iam2nasional Bandung dan observasi langsung, sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas dan akurat mengenai bagaimana interaksi simbolik dapat membentuk identitas komunitas iam2nasional Bandung.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dalam penelitian ini membuktikan bahwa komunitas iam2nasional Bandung menerapkan interaksi simbolik seperti, simbol-simbol logo komunitas, stiker, atribut komunitas dan jargon khas, selain itu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol seperti logo komunitas, stiker nomor lambung pada kendaraan dan atribut komunitas, serta jargon khas komunitas menjadi bagian penting dari proses interaksi simbolik di dalam komunitas iam2nasional

Bandung ini. Simbol-simbol tersebut tidak hanya digunakan pada saat kegiatan kopdar, tetapi juga digukan secara konsisten dalam komunitas melalui kehidupan sehari-hari.

Selain simbol-simbol visual, interaksi simbolik juga terjadi dalam perilaku dan komunikasi yang dibangun di komunitas. Sikap saling menghargai, membantu, kompak dan keterbukaan antar anggota, hingga partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas menjadi bagian dari simbol-simbol. Disini terlihat bahwa komunitas iam2nasional Bandung tidak hanya sekedar menjadi tempat berkumpul, tetapi menjadi tempat sosial yang membangun nilai-nilai positif.

Pada Konsep mind (pikiran), Temuan peneliti, menunjukkan bahwa komunitas iam2nasional Bandung tidak hanya sekedar tempat berkumpul para pemilik mazda 2, tetapi juga menjadi tempat dimana simbol-simbol, bahasa khas dan artefak budaya yang digunakan sebagai alat interaksi simbolik yang membangun identitas sosial komunitas. Simbol visual seperti logo komunitas, stiker no lambung, atribut komunitas ini bukan hanya berfungsi sebagai penanda keanggotaan, tetapi juga menjadi alat untuk membangun rasa memiliki dan kebanggaan tersendiri. Setiap simbol dipahami secara bersama, sehingga memunculkan identitas sosial komunitas yang positif. Selain simbol visual, penggunaan bahasa khas atau jargon seperti "IAM2NASIONAL BANDUNG WELLL!!" menjadi bagian penting dari proses interaksi simbolik di dalam komunitas. Jargon ini bukan sekedar seruan, melainkan telah menjadi simbol kebanggaan, kekompakan, dan identitas sosial yang melekat kuat pada anggota (Fandi Maradjabessy et al., 2019).

Pada konsep diri (self), Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses interaksi sosial yang terjadi di komunitas iam2nasional Bandung, baik secara online melalui WhatsApp Group maupun secara langsung melalui kegiatan kopdar menjadi interaksi simbolik yang berperan dalam membentuk identitas sosial para informan. Melalui keterlibatan aktif dalam komunitas ini, informan tidak hanya sekedar terhubung satu sama lain, tetapi juga mengalmi proses pembentukan diri yang lebih kuat, khususnya dalam hal kepercayaan diri dan jati diri sebagai bagian dari komunitas yang solid (Wulandari et al., 2024). Hasil observasi yang dilakukan peneliti juga dalam kegiatan kopdar, menunjukkan interaksi sosial yang mengalir, akrab dan setara yang memberikan kesempatan kepada anggota untuk mengekspresikan diri mereka, serta merasakan kebersamaannya. Proses ini berkontribusi besar terhadap pembentukan identitas diri yang positif, karena setiap individu merasa dihargai, diterima dan memiliki peran yang aktif dalam komunitas.

Pada konsep Masyarakat (society), Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas iam2nasional Bandung menjadi tempat interaksi sosial yang tidak hanya mawadahi hobi otomotif, tetapi juga menjadi wadah di mana anggotanya membangun identitas sosial yang kuat melalui proses interaksi simbolik yang berlangsung secara konsisten. Rasa bangga yang dirasakan oleh para anggota terhadap komunitas ini merupakan salah satu indikator terbentuknya identitas sosial (Henri Tajfel, 1974). Gaya hidup yang ditunjukkan anggota komunitas ini juga menjadi bagian dari representasi budaya urban yang kreatif, dan positif. Modifikasi kendaraan yang dilakukan tetap memperhatikan estetika, kenyamanan, dan tidak melanggar aturan berkendara. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas ini tidak hanya sekedar mengejar gaya atau tren, tetapi juga memiliki kesadaran untuk menjaga citra positif komunitas dan memberikan kontribusi baik bagi lingkungan sosial.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa interaksi simbolik memiliki peranan yang signifikan dalam proses pembentukan identitas sosial komunitas IAM2Nasional Bandung. Proses ini tidak terjadi secara instan, melainkan melalui serangkaian interaksi sosial, baik secara langsung melalui kegiatan rutin seperti kopdar, dan kegiatan sosial, maupun secara tidak langsung (online) melalui media seperti Whatsapp Group. Simbol-simbol komunitas seperti logo, stiker nomor lambung, atribut resmi, hingga jargon khas menjadi elemen atau simbol penting yang digunakan anggota dalam berinteraksi. Simbol-simbol ini tidak hanya merepresentasikan keanggotaan dalam komunitas, tetapi juga menjadi media ekspresi diri, memperkuat rasa kebersamaan, dan menciptakan makna yang dipahami dan dihargai bersama.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, secara akademis disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengkaji interaksi simbolik dalam pembentukan identitas sosial pada komunitas lain dengan objek atau subjek yang berbeda, namun tetap menggunakan teori yang sama. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat menggunakan objek yang sama tetapi dengan informan yang lebih beragam untuk memperkaya perspektif. Secara praktis, bagi komunitas iam2nasional Bandung, diharapkan simbol-simbol seperti logo, stiker, atribut, dan jargon dapat terus dijaga maknanya agar benar-benar memperkuat identitas sosial. Komunitas juga perlu rutin mengadakan kegiatan seperti kopdar dan kegiatan sosial untuk mempererat hubungan antar anggota serta menjaga citra positif baik di internal maupun eksternal komunitas.

REFERENSI

- Agustianto A. (2011). *98401-ID-makna-simbol-dalam-kebudayaan-manusia*. 8.
- Al Hanif, H., Hamidah, H., & Hamandia, M. R. (2024). Pola Komunikasi dalam Membangun Networking Etnisitas (Studi pada Ikatan Keluarga Lawang Tigo Balai Minang) di Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(4), 8. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i4.3141>
- Arizona, W., & Arif, E. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA ASN DI BIRO KESEJAHTERAAN RAKYAT SETDA PROVINSI SUMATERA BARAT*. <https://doi.org/10.51672/jbpi.v5i2.402>
- Asbar, S. Pd., S. Sos., M. Pd., M. Hum. (2025). *BAHASA SEBAGAI CERMINAN IDENTITAS SOSIAL*.
- Fandi Maradjabessy, M., Lasut, J. J., & Lumintang, J. (2019). INTERAKSI SOSIAL FORUM MAHASISWA KOTA TIDORE KEPULAUAN DI KOTA MANADO. In *HOLISTIK* (Vol. 12, Issue 1).
- Fitriani. (2016). *ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI INFORMAL "ADIDAS TEAM" DI PT*.
- George Herbet Mead. (1934). *George Herbert Mead*.
- Henri Tajfel. (1974). *Social identity and intergroup behaviour*. SAGE.
- Kertajaya, & Hermawan. (2008). *Arti Komunitas*.
- Mentawai, S., Kesharian, :, Tradisi, D., Lokal, P., Digerus, Y., Tentang, Z., Korupsi, K., Datang, Y., Berganti, S., Suatu, :, & Budaya, P. (2013). *ANTROPOLOGI INDONESIA Indonesian Journal of Social and Cultural Anthropology Totua Ngata dan Konflik (Studi atas Posisi Totua Ngata sebagai Lembaga Adat di Kecamatan Marawola)*.
- Novianto Puji Raharjo, S. K. M. I. Kom. (2024). *Komunikasi Organisasi* (M. Fajar Venusia, Ed.).
- Punto Hendro, E., Sudharto, J. S., & Tembalang Semarang -, K. (2020). Simbol: Arti, Fungsi, dan Implikasi Metodologisnya. *Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 3(2).
- Richard West, & Lynn H. Turner. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*.
- Rumaisha, M., Fauziyah, N., Damayani, N. A., Rohman, A. S., Studi, P., Perpustakaan, I., & Padjadjaran, U. (2014). *PERILAKU KNOWLEDGE SHARING MULTI BAHASA PADA KOMUNITAS FAKTA BAHASA*. 2(2).
- W. Lawrence Neuman. (2014). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches* (Seven).
- Wulandari, P., Maulani, Y., Suhaeb, F. W., Latief, M. I., & Muhammad, R. (2024). *Eksplorasi Tantangan Internal dan Eksternal dalam Adaptasi Sosial: Studi Kasus Komunitas Grab Motor Lusuru' di Kota Makassar Exploration of Internal and External Challenges in Social Adaptation: A Case Study of the Grab Motor Lusuru' Community in Makassar City*. <http://ojs.isjn.or.id/index.php/journalhsj>
- Arisyah Syafani, N., & Khoirotun Nisa, P. (n.d.). INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam INTERAKSI SIMBOLIK KOMUNITAS BINTANG UNGU DALAM KEGIATAN AMAL. 2(2), 2022. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi>
- Asbar, S. Pd., S. Sos., M. Pd., M. Hum. (2025). *BAHASA SEBAGAI CERMINAN IDENTITAS SOSIAL*.
- Christiany Juditha. (2018). INTERAKSI SIMBOLIK DALAM KOMUNITAS VIRTUAL ANTI HOAKS UNTUK MENGURANGI PENYEBARAN HOAKS SYMBOLIC INTERACTIONISM IN ANTI HOAX VIRTUAL COMMUNITY TO REDUCE THE SPREAD OF HOAX (Vol. 19, Issue 1).
- Fandi Maradjabessy, M., Lasut, J. J., & Lumintang, J. (2019). INTERAKSI SOSIAL FORUM MAHASISWA KOTA TIDORE KEPULAUAN DI KOTA MANADO. In *HOLISTIK* (Vol. 12, Issue 1).
- George Herbet Mead. (1934). *George Herbert Mead*.
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi). In *Jurnal RISALAH* (Vol. 29, Issue 1).
- Hasbi Ash-Shidiqqi. (2024). ANALISIS SOLIDARITAS KELOMPOK KOMUNITAS SCOOTER "VESPA" AREK UIN WALISONGO (SAINS) DALAM DINAMIKA KOMUNIKASI ANTAR ANGGOTA.
- Indra Rahayu Ningsih, Mulkanur Rohim, & V. Indah Sri Pinasti. (2022). *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya (Journal of Social and Cultural Anthropology)*. In *Journal of Social and Cultural Anthropology* (Vol. 8, Issue 1). <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/anthropos>