

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Akun Instagram @adytyafauzi menjadi salah satu contoh menarik dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi personal yang efektif. Akun ini dikelola oleh seorang pembalap muda Indonesia, Aditya Fauzi, yang dikenal aktif membagikan aktivitasnya di dunia balap, kesehariannya, serta interaksi bersama pengikutnya. Konten yang diunggah meliputi foto, video, *reels*, dan *caption* yang disusun dengan gaya komunikasi yang konsisten dan komunikatif. Berdasarkan data yang diakses pada Januari 2026, akun ini memiliki 41,3 ribu pengikut, mengikuti 2.145 akun, dan telah membagikan 172 unggahan. Akun @adytyafauzi juga telah memperoleh tanda verifikasi dari pihak Instagram berupa centang biru yang menandakan keaslian akun sebagai akun resmi milik Aditya Fauzi.

Gambar 1.1 Instagram Aditya Fauzi



Informasi yang ditampilkan pada bagian biografi akun @adytyafauzi mencakup keterangan "Atlet", pencantuman akun @af177_industries, serta kalimat motivasional "*FREEDOM TO DREAM.*" Elemen-elemen tersebut mencerminkan nilai-nilai personal yang ingin disampaikan kepada audiens, seperti semangat, dedikasi, dan tekad dalam meraih mimpi. Pencantuman akun @af177_industries juga menunjukkan keterkaitan antara identitas personal dengan aktivitas profesional yang dijalani di bidang olahraga otomotif, sehingga memperkuat citra dirinya sebagai atlet sekaligus figur publik.

Aditya Fauzi merupakan pembalap motor profesional asal Tasikmalaya, Jawa Barat. Perjalanan kariernya dimulai dari dunia balap amatir dan pengalaman balap jalanan sebelum akhirnya bergabung secara resmi ke dunia balap profesional pada tahun 2012 setelah menarik perhatian salah satu tim balap asal Bandung. Seiring perkembangannya, Aditya Fauzi bergabung dengan sejumlah tim balap nasional, salah satunya Yamaha Yamalube TDR Cargloss RRS IRC, serta mengikuti berbagai kejuaraan nasional.

Perjalanan karier tersebut ditandai dengan sejumlah pencapaian penting. Salah satu prestasi terbaik yang diraih Aditya Fauzi adalah keberhasilannya meraih podium pertama pada ajang *OnePrix Indonesia MotorPrix Championship 2022* kelas OP1 *Expert* yang digelar di Sentul, Bogor. Selain itu, pada tahun 2025 ia juga berhasil menjuarai *Super Prix* Seri 4 Purwokerto 2025 kelas Bebek 4T 150cc *Expert* (MP1) bersama Ayu Sekti Racing Team. Pencapaian ini tidak hanya menunjukkan konsistensinya sebagai atlet profesional, tetapi juga memperlihatkan

bagaimana prestasi tersebut dikomunikasikan kepada publik melalui media sosial, sehingga relevan untuk dikaji dalam konteks representasi yang dibangun melalui konten Instagram.

Pemanfaatan Instagram oleh Aditya Fauzi tidak terbatas pada dokumentasi aktivitas pribadi semata, tetapi juga diarahkan untuk membangun citra diri serta menjalin hubungan dengan audiens. Melalui unggahan foto, video, dan *story highlight*, Aditya Fauzi membagikan berbagai momen penting dalam kariernya, seperti proses latihan, keikutsertaan dalam kompetisi, kemenangan, hingga aktivitas di berbagai ajang balap nasional dan internasional. Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai sarana strategis dalam membentuk *personal branding* melalui teks dan visual yang ditampilkan secara konsisten.

Gaya komunikasi digital yang ditampilkan oleh Aditya Fauzi mencerminkan persona yang profesional, inspiratif, dan autentik. Konten yang diunggah menonjolkan nilai sportivitas, semangat pantang menyerah, serta dedikasi terhadap dunia balap. Penggunaan bahasa yang sederhana namun bermakna, didukung dengan visual yang kuat, memungkinkan terbangunnya hubungan emosional dengan pengikut sekaligus membentuk representasi diri sebagai atlet profesional di ruang digital. Melalui pemilihan kata dalam *caption*, simbol visual, dan pola interaksi, Aditya Fauzi secara tidak langsung mengonstruksi makna tentang siapa dirinya di mata publik.

Fenomena yang ditunjukkan oleh akun @adytyafauzi mencerminkan kecenderungan yang lebih luas dalam penggunaan media sosial di era digital. Kehadiran *influencer* dan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media sosial menjadikan Instagram sebagai salah satu platform utama yang digunakan untuk membangun citra diri dan memperluas jangkauan komunikasi. Saat ini, hampir setiap individu memiliki ruang personal di media sosial untuk menampilkan identitas, gaya hidup, serta nilai-nilai yang mereka anut. Instagram kini tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang ekspresi nilai, pencapaian, dan identitas diri oleh berbagai kalangan profesional, termasuk atlet.

Melalui visual, narasi teks, dan interaksi, seseorang dapat mengonstruksi persepsi publik terhadap dirinya. Fenomena ini menjadikan Instagram bukan sekadar wadah berbagi foto, tetapi juga media yang memungkinkan individu merepresentasikan identitas, nilai, serta makna diri kepada khalayak melalui berbagai bentuk konten digital. Setiap individu memiliki kesempatan untuk membangun citra dirinya melalui teks, visual, serta pola interaksi yang ditampilkan kepada publik, sehingga *personal branding* di media sosial menjadi semakin relevan untuk dikaji.

Dalam kajian Ilmu Komunikasi, representasi di media sosial dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi simbolik. Melalui berbagai tanda, simbol, teks, bahasa, dan interaksi yang ditampilkan, individu membangun makna tertentu mengenai dirinya kepada khalayak. Pesan tidak hanya disampaikan melalui kata-kata, tetapi

juga melalui gaya penyampaian serta tindakan dan interaksi yang dilakukan. Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa media sosial merupakan ruang interaksi antara identitas personal dan teknologi digital, di mana setiap aktivitas daring dapat dimaknai sebagai bentuk komunikasi. Dengan demikian, konten yang dibagikan oleh Aditya Fauzi bukan hanya dokumentasi pribadi, melainkan juga pernyataan identitas yang dikomunikasikan secara strategis kepada publik.

Untuk memahami bagaimana identitas seorang atlet direpresentasikan melalui teks konten media sosial, penelitian ini menggunakan Teori Representasi Stuart Hall sebagai landasan teori utama. Hall menjelaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa, simbol, gambar, maupun berbagai bentuk tanda yang digunakan dalam komunikasi. Melalui representasi, suatu objek, peristiwa, maupun identitas tidak hanya ditampilkan, tetapi juga dikonstruksi melalui sistem representasi yaitu bahasa dan konsep yang saling berkaitan sehingga menghasilkan makna tertentu di benak khalayak. Dalam konteks penelitian ini, teks pada berbagai konten yang diunggah pada akun Instagram @adytyafauzi dipandang sebagai bentuk representasi yang membangun *personal branding* seorang atlet profesional.

Meskipun penelitian mengenai representasi identitas di media sosial telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada *influencer* komersial, selebritas, maupun *content creator*. Penelitian yang mengkaji representasi *personal branding* atlet balap melalui analisis teks konten Instagram, khususnya dengan menggunakan Teori Representasi Stuart Hall, masih

relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana *personal branding* seorang atlet direpresentasikan melalui teks konten Instagram.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana teks pada konten akun Instagram @adytyafauzi merepresentasikan *personal branding* seorang atlet balap. Analisis dilakukan dengan menggunakan Teori Representasi Stuart Hall untuk memahami bagaimana makna dibangun melalui bahasa, simbol, dan tanda dalam teks *caption* serta unsur komunikasi lain yang menyertainya. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode analisis teks, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi digital, khususnya mengenai representasi dan *personal branding* dalam media sosial Instagram.

1.2.Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Di dalam penelitian ini memiliki fokus penelitian yang berdasarkan konteks penelitian, peneliti memfokuskan penelitiannya pada bahasan mengenai **“Representasi Konten Instagram Dalam Membangun Personal Branding (Analisis Teks Pada Akun @Adytyafauzi di Tahun 2025)”**.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana konstruksi *technical infrastructure* pada konten Instagram @adytyafauzi dalam membangun *personal branding*?

2. Bagaimana *relations of production* tercermin dalam konten Instagram @adytyafauzi dalam membangun *personal branding*?
3. Bagaimana *frameworks of knowledge* direpresentasikan melalui konten Instagram @adytyafauzi dalam membangun *personal branding*?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis konstruksi *technical infrastructure* pada konten Instagram @adytyafauzi dalam membangun *personal branding*.
2. Menganalisis bagaimana *relations of production* tercermin dalam konten Instagram @adytyafauzi dalam membangun *personal branding*.
3. Menganalisis representasi *frameworks of knowledge* melalui konten Instagram @adytyafauzi dalam membangun *personal branding*.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan kajian representasi dalam Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai bagaimana media sosial digunakan sebagai ruang representasi *personal branding* melalui konten digital.
2. Penelitian ini juga memperkaya kajian mengenai penggunaan konsep *personal branding* sebagai kategori analisis dalam memahami representasi identitas di media sosial.

2. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini menjadi referensi bagi *influencer* dan praktisi pemasaran digital dalam meningkatkan *engagement* dan loyalitas audiens melalui strategi interaksi yang efektif.
2. Penelitian ini memberikan acuan bagi merek dalam merancang kolaborasi *influencer* yang strategis, autentik, dan saling menguntungkan untuk memperkuat citra dan jangkauan merek.