

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Representasi Konten Instagram Dalam Membangun *Personal Branding* (Analisis Teks Pada Akun @adytyafauzi di Tahun 2025)”**. Penelitian ini membahas bagaimana konten Instagram @adytyafauzi merepresentasikan identitas dan *personal branding* Aditya Fauzi sebagai atlet balap profesional melalui berbagai bentuk tanda visual, teks, serta penyajian konten digital yang ditampilkan kepada audiens. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana representasi *personal branding* Aditya Fauzi dibangun melalui konten Instagram berdasarkan perspektif Teori Representasi Stuart Hall.

Penelitian ini menggunakan Teori Representasi Stuart Hall sebagai landasan utama dengan fokus analisis pada tiga aspek, yaitu *technical infrastructure*, *relations of production*, dan *frameworks of knowledge*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis teks media dan paradigma konstruktivis. Data penelitian konten instagram Aditya Fauzi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten digital, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa konten Instagram @adytyafauzi membangun representasi *personal branding* melalui proses produksi makna yang melibatkan aspek teknis media, hubungan sosial, dan pengetahuan audiens. Pada aspek *technical infrastructure*, representasi dibentuk melalui pemanfaatan fitur Instagram seperti *carousel* dan *Reels*, penggunaan elemen visual berupa motor balap, perlengkapan balap, lintasan, podium, serta penggunaan teks pendukung dalam *caption*. Pada aspek *relations of production*, representasi dibangun melalui keterlibatan berbagai pihak seperti tim balap, sponsor, penyelenggara kompetisi, pihak dokumentasi, serta audiens yang berinteraksi melalui media sosial. Sementara itu, pada aspek *frameworks of knowledge*, konten Instagram membangun pemahaman mengenai dunia balap profesional melalui penyajian proses kompetisi, pencapaian prestasi, risiko dalam perlombaan, serta pengalaman yang dilalui oleh seorang atlet. Dengan demikian, konten Instagram @adytyafauzi tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi, tetapi juga menjadi ruang representasi yang membentuk citra Aditya Fauzi sebagai atlet balap profesional yang memiliki kompetensi, pengalaman, dan kredibilitas di era digital.

Kata Kunci: Representasi, *Personal Branding*, Instagram, Media Sosial, Stuart Hall, Aditya Fauzi.

ABSTRACT

This research is entitled “Representation of Instagram Content in Building Personal Branding (Textual Analysis of the @adytyafauzi Account in 2025)”. This study examines how Instagram content on the @adytyafauzi account represents Aditya Fauzi’s identity and personal branding as a professional racing athlete through various forms of visual signs, texts, and digital content presentations displayed to the audience. The purpose of this study is to identify and analyze how Aditya Fauzi’s personal branding is represented through Instagram content based on Stuart Hall’s Representation Theory.

This research uses Stuart Hall’s Representation Theory as the main theoretical framework, focusing on three analytical aspects: technical infrastructure, relations of production, and frameworks of knowledge. The research employs a descriptive qualitative method with a media text analysis approach and a constructivist paradigm. The research data consist of four Instagram contents from the Aditya Fauzi’s account uploaded. Data collection techniques were conducted through digital content observation, documentation, and literature review. Data analysis was carried out through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results show that Instagram content on the @adytyafauzi account constructs personal branding representation through a process of meaning production involving media technology, social relations, and audience knowledge. In terms of technical infrastructure, representation is constructed through the utilization of Instagram features such as carousel and Reels, as well as visual elements including racing motorcycles, racing equipment, circuits, podiums, trophies, and supporting texts in captions. In terms of relations of production, representation is formed through the involvement of various parties, including racing teams, sponsors, competition organizers, documentation teams, and audiences who interact through social media. Meanwhile, in terms of frameworks of knowledge, Instagram content builds audience understanding of the professional racing world through representations of competition processes, achievements, risks during races, and experiences encountered by an athlete. Therefore, Instagram content on the @adytyafauzi account does not merely function as a documentation medium but also serves as a representation space that constructs Aditya Fauzi’s image as a professional racing athlete with competence, experience, and credibility in the digital era.

Keywords: Representation, Personal Branding, Instagram, Social Media, Stuart Hall, Aditya Fauzi.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu judulna “Representasi Kontén Instagram dina Ngawangun *Personal Branding* (Analisis Téks dina Akun @adytyafauzi Taun 2025)”. Ieu panalungtikan ngabahas kumaha kontén Instagram @adytyafauzi ngarepresentasikeun idéntitas jeung *personal branding* Aditya Fauzi salaku atlet balap profésional ngaliwatan rupa-rupa tanda visual, téks, jeung cara nepikeun kontén digital ka audién. Tujuan ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho jeung nganalisis kumaha representasi *personal branding* Aditya Fauzi diwangun ngaliwatan kontén Instagram dumasar kana sudut pandang Téori Representasi Stuart Hall.

Panalungtikan ieu ngagunakeun Téori Representasi Stuart Hall minangka landasan utama kalayan museur kana tilu aspék analisis, nyaéta *technical infrastructure, relations of production*, jeung *frameworks of knowledge*. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta méthode déskriptif kualitatif kalayan pamarekan analisis téks média sarta ngagunakeun paradigma konstruktivis. Data dina ieu panalungtikan mangrupa kontén Instagram Aditya Fauzi. Téhnik ngumpulkeun data dilaksanakeun ngaliwatan observasi kana kontén digital, dokuméntasi, jeung studi pustaka. Analisis data dilaksanakeun ngaliwatan tahapan ngumpulkeun data, réduksi data, nyangking atawa midangkeun data, sarta nyindekkeun hasil panalungtikan.

Dumasar kana hasil panalungtikan, kapanggih yén kontén Instagram @adytyafauzi ngawangun representasi *personal branding* ngaliwatan prosés ngahasilkeun ma’na anu ngalibetkeun aspék téknis média, hubungan sosial, jeung pangaweruh audién. Dina aspék *technical infrastructure*, representasi diwangun ku cara ngamangpaatkeun fitur Instagram saperti *carousel* jeung *Reels*, ngagunakeun unsur visual saperti motor balap, pakakas balap, lintasan, podium, ogé téks pangrojong dina *caption*. Dina aspék *relations of production*, representasi diwangun ku ayana kalibetna rupa-rupa pihak, saperti tim balap, sponsor, panyelenggara kompetisi, tim dokuméntasi, sarta audién anu silih interaksi ngaliwatan média sosial. Ari dina aspék *frameworks of knowledge*, kontén Instagram ngawangun pamahaman ngeunaan dunya balap profésional ngaliwatan gambaran prosés kompetisi, kahontalna préstasi, résiko dina pasanggiri, sarta pangalaman anu kasorang ku saurang atlet. Ku kituna, kontén Instagram @adytyafauzi henteu ngan ukur boga fungsi minangka média dokuméntasi, tapi ogé jadi rohangan representasi anu ngawangun citra Aditya Fauzi minangka atlet balap profésional anu miboga kamampuh, pangalaman, jeung kredibilitas dina jaman digital.

Kecap Galeuh: Representasi, *Personal Branding*, Instagram, Média Sosial, Stuart Hall, Aditya Fauzi.