

Online Identity Analysis of Public Figure Deddy Corbuzier on Instagram Account @Mastercorbuzier

Analisis Identitas Online Tokoh Publik Deddy Corbuzier pada Akun Instagram @Mastercorbuzier

Abdul Yudha Fahrezha Listianto¹, Pandu Bagus Fibisono^{2*}, Poppy Febriana

^{1,2,3}Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Correspondence Author Email: bagupandu889@gmail.com

Abstract. *In the digital age, social media, especially Instagram, has played an important role in shaping one's identity and public image. Deddy Corbuzier, an Indonesian influencer and celebrity, uses this platform to project his self-image through consistent and authentic content. This research investigates how he manages his digital identity in the face of challenges such as context collapse meeting audiences with diverse backgrounds as well as risks such as cyberbullying and privacy violations. The findings show that Deddy implements adaptive communication strategies and maintains authenticity despite being faced with criticism. In addition, the study discusses potential proactive measures to deal with such risks, including strengthening data protection regulations and increasing public awareness. By strategically utilizing social media, individuals can not only build strong personal branding but also create a safer digital ecosystem.*

Keywords: *Online Identity, Instagram, Public Figure, Deddy Corbuzier*

Abstrak. Dalam era digital, media sosial, terutama Instagram, telah berperan penting dalam membentuk identitas dan citra publik seseorang. Deddy Corbuzier, seorang influencer dan selebritas Indonesia, menggunakan platform ini untuk memproyeksikan citra dirinya melalui konten yang konsisten dan otentik. Penelitian ini menyelidiki bagaimana beliau mengelola identitas digitalnya dalam menghadapi tantangan seperti context collapse pertemuan audiens dengan latar belakang beragam serta risiko seperti cyberbullying dan pelanggaran privasi. Temuan menunjukkan bahwa Deddy mengimplementasikan strategi komunikasi yang adaptif dan mempertahankan otentisitas meskipun dihadapkan pada kritik. Selain itu, penelitian ini membahas potensi langkah proaktif untuk menangani risiko tersebut, termasuk penguatan regulasi perlindungan data dan peningkatan kesadaran masyarakat. Dengan pemanfaatan media sosial secara strategis, individu dapat tidak hanya membangun personal branding yang kuat tetapi juga menciptakan ekosistem digital yang lebih aman.

Kata Kunci: Identitas Daring, Instagram, Tokoh Publik, Deddy Corbuzier

I. PENDAHULUAN

Era digital dimulai sejak kemunculan internet pada tahun 1990-an hingga 2000-an, ditandai dengan munculnya teknologi baru seperti telepon seluler *digital*, data seluler, laptop, dan *notebook*. (Savitri, 2019) Kehadiran internet membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi, menjadi katalis yang signifikan bagi transformasi berbagai media, termasuk televisi, radio, dan media cetak. Teknologi ini memungkinkan inovasi seperti televisi berbasis internet, telepon berbasis internet, *videocall*, siaran televisi *digital*, hingga perekaman *video digital*. (Jokhanan Kristiyono, 2022)

Dengan kemudahan dalam mengakses internet, membuat setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk menyebarkan maupun menerima apa yang didapat. (Febriana, 2018) Internet telah menjadi fenomena *global* dengan pengaruh yang luas, menyerupai globalisasi produk seperti jeans dan Coca-Cola. Salah satu daya tarik internet adalah sifatnya yang terbuka, memungkinkan setiap individu untuk tidak hanya mengakses informasi, tetapi juga berkontribusi melalui komentar, opini, dan berbagi pemikiran. Lingkungan yang inklusif, interaktif, dan demokratis ini melahirkan inovasi seperti media sosial, yang kini mempermudah masyarakat untuk berbagi pengalaman, menawarkan produk, mengakses berita, hingga membangun *personal branding*. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup *modern* dan alat strategis dalam berbagai bidang.

Media baru (*new media*) adalah hasil evolusi dari media tradisional yang menghadirkan peluang untuk interaksi yang lebih *personal*, langsung, dan *real-time*. (Saputra et al., 2023) Ini menunjukkan bahwa media baru tidak hanya merevolusi cara manusia berkomunikasi, tetapi juga membuka ruang yang lebih luas untuk personalisasi, kolaborasi, dan penyampaian pesan yang lebih efektif. Hal ini menjadi sangat relevan dalam konteks pembentukan citra diri, di mana individu dapat secara aktif mengontrol bagaimana mereka menampilkan diri mereka kepada khalayak. Dengan fitur-fitur seperti *interaktivitas*, *aksesibilitas* tinggi, dan kemampuan berbagi konten secara instan, media baru memberikan *platform* yang mendukung ekspresi diri sekaligus memperkuat hubungan sosial secara lebih dinamis dan fleksibel. (Salam, 2020)

Media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk citra diri seseorang. Hal ini terjadi karena media sosial memungkinkan individu untuk menyajikan informasi, gambar, dan narasi tertentu yang membangun bagaimana mereka dipersepsikan oleh orang lain. Sebagai bagian dari era media baru, media sosial tidak hanya menjadi sarana berbagi informasi, tetapi juga sebuah platform interaktif yang dinamis, di mana komunikasi berlangsung secara dua arah dan terus berkembang. Dengan kemampuan ini, media sosial memberikan pengaruh besar terhadap cara individu membangun identitas mereka dalam konteks sosial maupun *digital*. (Sholichah & Febriana, 2022)

Salah satu platform media sosial yang paling banyak diminati yaitu Instagram. (Firdausi et al., 2024) Instagram merupakan platform berbasis visual yang berfungsi sebagai media ekspresi diri dalam berbagai aspek, seperti pekerjaan, aktivitas sehari-hari, hingga pencapaian pribadi. (Sholichah & Febriana, 2022) Pengguna Instagram dapat memanfaatkan beragam fitur untuk membangun identitas mereka sendiri dan memperkenalkan diri kepada khalayak luas. Dengan fitur unggahan foto, video, dan *Instastory*, pengguna memiliki kendali penuh atas konten yang mereka tampilkan, yang memainkan peran penting dalam menciptakan citra diri atau personal branding.

Instagram dipandang sebagai salah satu media yang sangat efektif untuk komunikasi visual dan membangun personal branding. Platform ini memungkinkan pengguna baru untuk mengambil foto, mengeditnya menggunakan efek yang tersedia, dan membagikannya di jejaring sosial. Sejak diluncurkan, Instagram telah mengalami pertumbuhan pesat, dengan 80 juta pengguna pada Juli 2012 dan mencapai 100 juta pengguna pada September 2012, setelah diakuisisi oleh Facebook. (Pratama et al., 2020) Unggahan foto dan video di laman pribadi Instagram dapat mencerminkan karakter dan motif individu yang memiliki akun tersebut. Setiap akun memiliki motivasi dan alasan yang berbeda dalam menggunakan Instagram. Hal ini terutama terlihat pada proses di mana remaja sedang mengeksplorasi jati diri mereka dan berusaha untuk memperlihatkan diri mereka kepada orang lain. (Ermanu & Febriana, 2024)



Gambar 1. Platform Instagram

Sumber: Brands Logos.net

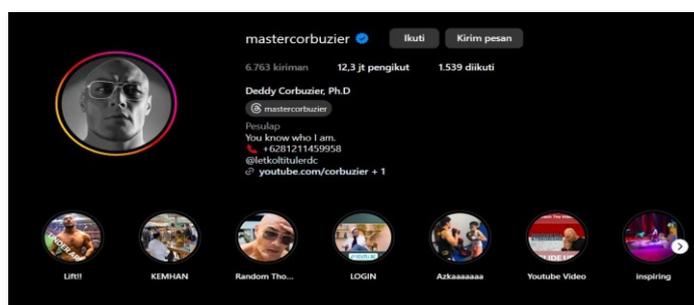
Konten *visual* di Instagram lebih mudah diterima dan lebih menarik perhatian audiens dibandingkan teks semata. (Ardila et al., 2024) Hal ini menjadikan Instagram sebagai media strategis untuk mencerminkan personal branding, terutama dalam konteks profesional maupun kewirausahaan. Bagi para pengusaha, personal branding melalui Instagram tidak hanya membantu memperkenalkan diri atau produk mereka, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan popularitas dan keuntungan.

Personal branding sendiri merupakan aset penting yang merepresentasikan kepercayaan dan persepsi orang lain terhadap individu. Dengan membangun personal branding yang positif melalui media sosial seperti Instagram, seseorang dapat memperkuat reputasi mereka, mendukung perkembangan karier di masa depan, dan memberi pengaruh positif bagi lingkungan mereka. Instagram, dengan kemampuannya yang interaktif dan dinamis, memberikan peluang besar bagi individu untuk menciptakan citra diri yang autentik dan inspiratif. (Haroen, 2014)

Influencer adalah individu yang menggunakan platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Twitter, Snapchat, dan TikTok untuk menciptakan dan membagikan konten sosial. Mereka secara aktif memproduksi konten yang disponsori dengan tujuan untuk menarik perhatian audiens atau pelanggan mereka. Konten ini dapat berupa postingan blog, foto, atau video yang diunggah ke saluran media sosial mereka. (Hanindharputri & Putra, 2019)

Munculnya berbagai platform media sosial telah mengubah cara bisnis memasarkan produk mereka. Kini, perusahaan tidak hanya beriklan melalui saluran resmi, tetapi juga berkolaborasi langsung dengan influencer untuk mempromosikan produk mereka. Influencer di media sosial sering dianggap sebagai pemimpin opini dalam topik tertentu, seperti kecantikan, makanan, gaya hidup, dan fashion. (Anjani & Irwansyah, 2020)

Penelitian sebelumnya yang berjudul Analisis Visual Personal Branding Sisca Kohl di Instagram mengungkapkan bahwa akun Instagram @siscakohl telah memenuhi lima dari delapan prinsip personal branding yang dikemukakan oleh Montoya. Prinsip-prinsip tersebut mencakup *specialization* (spesialisasi), *leadership* (kepemimpinan), *difference* (kekhasan), *law of visibility* (visibilitas), dan *unity* (kesatuan). Di antara kelima prinsip tersebut, aspek yang paling menonjol dalam personal branding Sisca Kohl adalah *specialization* dan *difference*, yang secara konsisten tercermin melalui konten yang diunggahnya. (Hakim & Febriana, 2023)



Gambar 2. Tangkapan Layar Akun Deddy Corbuzier @mastercorbuzier.
Sumber: Dokumentasi Penulis

Sebagai contoh, Deddy Corbuzier, selebritas Indonesia dengan akun Instagram @mastercorbuzier, adalah salah satu influencer terkemuka di Indonesia. Dengan lebih dari 12,3 juta pengikut dan 6,763 postingan, Deddy Corbuzier memanfaatkan media sosial untuk membangun personal branding-nya. Konten-konten yang ia unggah, termasuk wawancara dengan artis dan tokoh publik, kerap menarik perhatian masyarakat meskipun sering kali menuai kontroversi. Strategi ini menjadi ciri khas yang membedakannya dari figur publik lain di Indonesia.

Pada 4 Desember 2024, sebuah peristiwa *viral* terkait ucapan Gus Miftah menjadi sorotan publik. Insiden ini bermula dari acara Magelang Bersholawat di Magelang, Jawa Tengah, pada 20 November 2024, di mana Gus Miftah memanggil seorang penjual es teh keliling bernama Sunhaji dan melontarkan ucapan yang dianggap bernada ejekan. Rekaman kejadian tersebut mulai tersebar di media sosial pada 1 Desember 2024, memicu beragam reaksi dari masyarakat. (Sanjaya, 2024)



Gambar 3. Tangkapan Layar Video Gus Miftah Mengolok-Olok Seorang Penjual Es Teh Saat Mengisi Pengajian Magelang Bersholawat.

Sumber: Kompas.com

Publik mengkritik tindakan tersebut, menilai bahwa sebagai tokoh publik sekaligus Utusan Khusus Presiden, Gus Miftah seharusnya menunjukkan sikap yang lebih bijaksana. Merespons kritik yang berkembang, pada 4 Desember 2024, Gus Miftah mendatangi rumah Sunhaji di Kecamatan Grabag, Magelang, untuk meminta maaf secara langsung. Dalam pernyataannya, ia mengakui kesalahannya dan memohon maaf kepada masyarakat atas perkataan yang dianggap tidak pantas.

Dalam menanggapi kasus ini, Deddy Corbuzier melalui unggahannya di Instagram pada 4 Desember 2024, memberikan pandangannya mengenai insiden tersebut. Dalam video tersebut, ia menegaskan bahwa setiap manusia tidak terlepas dari kesalahan. Ia mengingatkan pentingnya menegur dan memberikan masukan kepada orang yang bersalah, bukan dengan memviralkan atau menghujat mereka, apalagi menggunakan cara seperti membuat video *story* dengan gaya "jedag-jedug." Pandangan ini seolah menggarisbawahi pentingnya memberikan kritik yang membangun tanpa memperburuk situasi.

Dalam penelitian ini, penulis memilih Deddy Corbuzier sebagai subjek utama. Deddy Corbuzier dikenal sebagai seorang figur publik sekaligus influencer ternama di Indonesia, dengan reputasi sebagai selebritas, pemikir kritis, pengusaha, dan pembawa acara. Pemilihan ini didasarkan pada posisinya sebagai tokoh dengan jumlah pengikut media sosial yang sangat besar, yang sering terlibat dalam peristiwa *viral* dan memengaruhi citra dirinya di mata publik. Keberagaman peran yang dimilikinya, baik di dunia hiburan maupun sebagai entrepreneur, memberikan sudut pandang menarik untuk meneliti bagaimana ia mengelola citra dan reputasinya melalui media sosial, khususnya Instagram.

Dalam penelitian ini, penulis memilih Deddy Corbuzier sebagai subjek, seorang publik figur sekaligus influencer terkenal di Indonesia yang dikenal sebagai selebriti dan pemikir kritis. Pemilihan ini didasarkan pada popularitas Deddy yang memiliki basis pengikut sangat luas di media sosial serta keterlibatannya dalam berbagai peristiwa viral yang memengaruhi citranya di mata publik. Sebagai sosok multifaset, Deddy tidak hanya aktif di dunia hiburan, tetapi juga sebagai pengusaha dan pembawa acara, sehingga menawarkan konteks yang kaya untuk menganalisis bagaimana ia mengelola citra dan reputasinya di media sosial, khususnya Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, berfokus pada analisis mendalam terhadap interaksi sosial dan konten yang Deddy bagikan di Instagram.

Kerangka analisis yang digunakan mencakup teori pembentukan identitas daring, manajemen *context collapse*, serta otentisitas, yang dipadukan dengan kajian tentang risiko dan peluang terkait pengawasan partisipatif (*participatory surveillance*). Media sosial memberikan platform bagi Deddy untuk memproyeksikan identitas idealnya melalui berbagai strategi, seperti pemilihan konten, pengaturan narasi, dan penggunaan visual yang terkurasi. Proses ini memungkinkan terciptanya representasi diri yang sesuai dengan citra publik yang ingin dia tampilkan.

Konsep *context collapse* menjadi relevan dalam memahami tantangan Deddy dalam berkomunikasi dengan audiens yang beragam di satu platform mulai dari penggemar hingga rekan

kerja atau keluarga. Untuk mengelola situasi ini, Deddy menerapkan strategi seperti penyesuaian gaya komunikasi (*kode-switching*) dan segmentasi konten di platform berbeda. Sebagai contoh, Instagram digunakan untuk membagikan momen personal dan pandangan ringan, sementara platform lain seperti YouTube dipakai untuk diskusi yang lebih mendalam.

Isu otentisitas juga menjadi elemen kunci dalam pengelolaan citra Deddy di media sosial. Dalam upayanya untuk memenuhi harapan publik sembari tetap tampil sebagai dirinya sendiri, Deddy harus menemukan keseimbangan yang efektif. Interaksi dua arah dengan pengikutnya menjadi salah satu strategi utama, di mana dialog yang tercipta melalui komentar atau pesan langsung membantu membentuk persepsi publik terhadap dirinya. Umpan balik yang diterima, baik positif maupun negatif, menjadi faktor yang memengaruhi cara Deddy merepresentasikan dirinya di platform ini.

Faktor internal seperti kepribadian, pengalaman hidup, dan nilai-nilai pribadi turut memengaruhi cara Deddy membangun personal branding di Instagram. Dengan memanfaatkan teori pembentukan identitas daring, manajemen *context collapse*, dan otentisitas, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana Deddy mampu beradaptasi dengan berbagai situasi, termasuk menangani kontroversi dan berinteraksi dengan audiens yang heterogen. Analisis ini juga menggambarkan bagaimana Deddy secara strategis memainkan peran di media sosial untuk menjaga atau mengubah citranya sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi audiens.

II. LANDASAN TEORI

Teori Pembentukan Identitas Daring, Pembentukan identitas diri melalui media sosial melibatkan proses yang kompleks dan *multidimensional*. Pertama, media sosial memungkinkan pengguna untuk menampilkan versi ideal dari diri mereka sendiri, yang sering kali berbeda dari identitas mereka di dunia nyata. Proses kurasi ini mencakup pemilihan momen-momen tertentu untuk dibagikan, penggunaan filter, serta penulisan narasi yang sesuai dengan citra diri yang diinginkan. Kedua, media sosial menyediakan umpan balik instan dalam bentuk likes, komentar, dan berbagi, yang dapat mempengaruhi persepsi diri dan kepercayaan diri individu. Umpan balik positif dapat memperkuat identitas yang diproyeksikan, sementara kritik atau kurangnya interaksi dapat menyebabkan refleksi diri dan modifikasi identitas.

Selain itu, media sosial juga memfasilitasi pembentukan identitas kolektif dan komunitas berdasarkan minat, nilai, dan tujuan yang sama. Grup dan komunitas online memungkinkan individu untuk terhubung dengan orang lain yang memiliki kesamaan, memperkuat rasa memiliki dan identitas kelompok. Fenomena ini dapat dilihat dalam berbagai bentuk, mulai dari komunitas penggemar, kelompok aktivis, hingga forum diskusi profesional. Identitas kolektif yang terbentuk di media sosial dapat memberikan dukungan emosional dan sosial yang signifikan, serta membentuk pandangan dunia individu. (Dahron, 2024; Fitri, 2020)

Manajemen *Context Collapse* dan Otentisitas, "*Context collapse*" mengacu pada bertemunya audiens dari berbagai latar belakang yang berbeda di platform media sosial, seperti keluarga, teman, dan kolega. (Boyd, 2010) menekankan bahwa dalam konteks media sosial, individu sering mengalami kesulitan menyesuaikan komunikasi mereka agar sesuai dengan audiens yang beragam. Untuk mengelola situasi ini, individu menggunakan strategi seperti: *Kode-switching*: Mengubah gaya komunikasi untuk audiens tertentu. *Segmentasi platform*: Memisahkan konten ke media sosial yang berbeda berdasarkan kelompok audiens (misalnya, menggunakan LinkedIn untuk profesional dan Instagram untuk personal). Otentisitas di Media Sosial sering kali menjadi tantangan karena ekspektasi sosial dan tekanan untuk "tampil sempurna" di media sosial. (Boyd, 2014) menekankan bahwa otentisitas bukan hanya tentang kejujuran, tetapi juga kemampuan untuk menyeimbangkan keinginan tampil asli dengan memenuhi harapan sosial.

Risiko dan Peluang terkait Privasi dan Pengawasan (*Participatory Surveillance*), Pengawasan dengan menggunakan teknologi siber, yang kemudian penulis sebut sebagai pengawasan siber atau yang lebih populer dengan nama *cyber surveillance*, kini menjadi studi yang kian menarik untuk dibahas dan diperdebatkan. Fenomena pandemi Covid-19 adalah salah satu "pintu masuk" perdebatan

implementasi praktik pengawasan siber dalam skala yang lebih massif dan semakin terlegitimasi. (Harari, 2020), dalam tulisannya yang berjudul “*The World After Coronavirus*” menjelaskan bagaimana dalam masa krisis seperti sekarang, dunia dihadapkan dengan dua pilihan penting secara khusus. Pertama, antara pengawasan dan pemberdayaan sipil. Kedua, antara isolasi nasionalisme dan solidaritas *global*.

III. ANALISIS

1. Pembentukan Identitas Digital Deddy Corbuzier

Peran media sosial dalam membentuk identitas digital sangat signifikan. Media sosial memungkinkan individu untuk menyatakan diri mereka, berkomunikasi dengan orang lain, dan membangun citra diri secara *daring*. (Guerrero, 2013) Pembentukan Identitas Daring yaitu bagaimana individu membentuk dan menyajikan identitas diri mereka di platform digital, seperti media sosial, forum *online*, atau dunia *virtual*. Teori ini berakar pada berbagai disiplin ilmu, termasuk psikologi, sosiologi, dan komunikasi, dengan fokus pada bagaimana teknologi memengaruhi persepsi diri dan interaksi sosial. identitas daring Deddy Corbuzier pada konten instagram nya, Deddy Corbuzier memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk personal branding di akun Media Sosial Instagram miliknya@mastercorbuzier. Dalam proses pembentukan identitas diri banyak hal yang menjadi referensi bagaimana suatu kepercayaan tersebut diterima ataupun tidak sebagai suatu keyakinan. Hal-hal yang disukai dan yang tidak disukai, yang diperlukan dan yang tidak diperlukan, serta proses bagaimana khalayak bisa menerima suatu pemahaman baru dari sebuah referensi yang dipilih berdasarkan pertimbangan khalayak mengkonsumsi media.(Nasrullah, 2019)

Deddy Corbuzier berhasil membangun identitas digital yang tidak hanya berfokus pada dunia hiburan, tetapi juga merambah ke bidang kesehatan dan motivasi. Konten yang ia bagikan melalui Instagram memberikan pengaruh besar, terutama dalam mempromosikan gaya hidup sehat. Identitas daringnya tercipta melalui berbagai unggahan konsisten yang menarik perhatian publik. Melalui akun Instagram-nya, Deddy kerap membagikan cuplikan wawancara dari podcast “*Close The Door*” pandangannya terhadap isu-isu sosial, dan momen-momen yang mencerminkan nilai pribadinya. Gaya komunikasinya yang lugas dan tegas menjadi ciri khas yang membedakan dirinya dari figur publik lainnya.

Meskipun sering kali menuai kontroversi, Deddy berhasil mempertahankan citranya sebagai sosok yang menjunjung nilai-nilai kemanusiaan, logika, dan empati. Salah satu contoh terkini adalah responsnya terhadap kasus Gus Miftah yang viral pada awal Desember 2024. Dalam insiden tersebut, Gus Miftah dianggap menghina Sunhaji, seorang penjual es teh keliling, saat acara Magelang Bersholawat. Kritik publik pun berdatangan, terutama karena posisi Gus Miftah sebagai Utusan Khusus Presiden.

Melalui unggahan di Instagram pada 4 Desember 2024, Deddy memberikan tanggapan bijak terhadap kasus ini. Ia menekankan pentingnya menegur kesalahan dengan cara yang baik, bukan melalui hujatan atau penyebaran kebencian. Dalam videonya, Deddy menyatakan bahwa setiap orang pasti pernah melakukan kesalahan, dan tugas kita adalah mengingatkan mereka dengan cara yang lebih empatik, bukan memviralkan atau mempermalukan mereka.

Respons tersebut menunjukkan bagaimana Deddy memanfaatkan media sosial untuk memperkuat citranya sebagai figur yang peduli terhadap isu-isu sosial dan bijaksana dalam memberikan tanggapan. Kemampuannya untuk mengomentari isu-isu kontroversial tanpa kehilangan otentisitas menjadi salah satu elemen personal branding yang membuatnya tetap relevan di tengah persaingan figur publik lainnya.

Namun, strategi ini tidak lepas dari risiko. Sebagai sosok yang sering membahas isu-isu sensitif, Deddy kerap menghadapi kritik dari pihak-pihak yang tidak sepakat dengan pandangannya. Meski begitu, ia mampu mengelola kritik tersebut dengan konsistensi pada gaya komunikasinya. Dalam kasus Gus Miftah, pendekatan yang ia gunakan dengan menekankan nilai empati dan kemanusiaan berhasil memperkuat citranya di mata publik.

Pemanfaatan Instagram oleh Deddy Corbuzier sebagai media untuk membangun identitas digitalnya mencerminkan bagaimana platform ini dapat dimanfaatkan secara strategis untuk menciptakan personal branding yang kuat. Melalui konten yang relevan, otentik, dan bernilai, Deddy tidak hanya mampu menarik perhatian audiens, tetapi juga menciptakan pengaruh yang melampaui batas dunia digital. Strateginya dalam menanggapi isu-isu sosial membuktikan kemampuannya menggunakan media sosial untuk membangun citra sebagai sosok yang berwibawa, kredibel, dan penuh empati.

2. Manajemen *Context Collapse* dan Otentisitas: Pendekatan Deddy Corbuzier di Instagram dalam Kasus Gus Miftah

Di platform seperti Instagram, Deddy Corbuzier menghadapi tantangan *context collapse*, yaitu pertemuan audiens dari latar belakang yang beragam dalam satu ruang digital. Audiens ini meliputi keluarga, penggemar, kolega, hingga masyarakat umum. Berdasarkan teori (Boyd, 2010), situasi ini menuntut individu seperti Deddy untuk menerapkan strategi komunikasi yang relevan agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh berbagai kelompok audiens. Tantangan ini menjadi semakin nyata dalam kasus viral, seperti kontroversi yang melibatkan Gus Miftah terkait komentar yang dianggap menghina seorang penjual es teh.

Deddy menggunakan strategi kode-switching untuk mengelola audiens yang heterogen. Dalam tanggapannya terhadap kasus Gus Miftah, ia memilih nada serius tetapi tetap komunikatif. Pesannya menekankan pentingnya menegur kesalahan dengan cara yang bijaksana tanpa memviralkannya secara berlebihan. Pendekatan ini memungkinkan responsnya untuk menjangkau berbagai kalangan audiens, baik mereka yang mendukung maupun yang mengkritik Gus Miftah. Dengan kode-switching, Deddy juga mampu menyesuaikan gaya komunikasinya, mulai dari membahas isu-isu serius hingga berbagi konten santai yang menunjukkan sisi personalnya.

Strategi ini menunjukkan kematangan Deddy dalam mengelola citra dirinya di media sosial. Pendekatan tersebut tidak hanya menjaga relevansinya di mata audiens yang beragam tetapi juga memperkuat posisinya sebagai figur publik yang mampu menghadapi dinamika media sosial secara bijaksana dan strategis.

Selain itu, Deddy mengandalkan strategi segmentasi platform untuk menyampaikan pesannya secara efektif. Instagram menjadi media utama untuk merespons isu ini melalui video singkat, yang kemudian dilanjutkan dengan pembahasan lebih mendalam melalui podcast di platform seperti YouTube. Pemisahan konten ini memungkinkan Deddy menjangkau audiens dengan preferensi konsumsi informasi yang berbeda sambil menjaga fokus pesan sesuai dengan karakteristik setiap platform.

Dengan kombinasi kode-switching dan segmentasi platform, Deddy Corbuzier berhasil memanfaatkan momen viral ini untuk memperkuat citranya sebagai figur publik yang bijaksana, empatik, dan relevan dalam menghadapi isu-isu sosial di era digital.

3. Risiko dan Peluang terkait Privasi dan Pengawasan (*Participatory Surveillance*)

a. Risiko Privasi dan Pengawasan di Era Digital

Pertumbuhan internet dan meningkatnya penggunaan media sosial telah menjadikan isu privasi dan keamanan data semakin mendesak. Pengguna diharapkan lebih waspada dalam membagikan informasi pribadi serta memanfaatkan fitur keamanan yang disediakan oleh platform untuk melindungi data mereka. Di sisi lain, perusahaan teknologi dan media sosial juga memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan keamanan data pengguna dan menyediakan mekanisme yang mudah diakses untuk menangani pelanggaran.

Bagi figur publik seperti Deddy Corbuzier, yang memiliki jutaan pengikut di Instagram, ancaman terhadap privasi dan pengawasan menjadi lebih kompleks. Berikut adalah beberapa risiko yang dihadapi:

Kebocoran Informasi Pribadi. Dengan basis pengikut yang besar dan tingkat keterlibatan yang tinggi, ada risiko informasi pribadi baik yang diunggah secara sengaja maupun tidak sengaja dimanfaatkan oleh pihak ketiga. Informasi seperti lokasi, data pribadi, atau interaksi dengan pengikut dapat dieksploitasi untuk tujuan komersial atau aktivitas berbahaya, seperti pencurian identitas.

Tabel 1. Kasus Pelanggaran Privasi dan Keamanan Data di Media Sosial

No	Kasus Pelanggaran	Dampak	Penanganan
1.	Penggunaan Identitas untuk Pinjaman Online	Kerugian finansial akibat pinjaman atas nama orang lain	Penegakan hukum terhadap penyalahgunaan identitas, namun proses penyelesaian memakan waktu lama
2.	Kekerasan Digital dan Ancaman Instagram	Ancaman kekerasan atau penghinaan dengan menggunakan data pribadi	Platform meningkatkan sistem pelaporan dan algoritma untuk mendeteksi ancaman

Cyberbullying dan Ancaman Digital. Sebagai figur publik yang sering mengutarakan pandangan terhadap isu-isu kontroversial, Deddy berisiko menghadapi kritik, ancaman, atau perundungan digital (*cyberbullying*). Reaksi negatif dalam kolom komentar atau diskusi panas di media sosial dapat berdampak pada kesejahteraan emosionalnya dan bahkan merusak reputasi secara signifikan.

Pelanggaran Hak Cipta. Risiko pelanggaran hak cipta menjadi perhatian besar di dunia digital. Pengunggahan dan penyebaran karya tanpa izin sering kali terjadi, baik dalam bentuk konten *visual*, *audio*, maupun tulisan. Misalnya, *audiobook* yang diunggah ke situs atau platform tidak resmi, baik gratis maupun berbayar, melanggar hak ekonomi dan moral pencipta. Pelanggaran ini mencakup distribusi ilegal, penerjemahan, atau komersialisasi karya tanpa persetujuan pencipta, yang dapat merugikan mereka secara finansial maupun etika. (Restuningsih et al., 2021)

Isu-isu ini menggambarkan pentingnya langkah proaktif dari individu, *platform* media sosial, dan otoritas terkait untuk melindungi privasi, mengurangi ancaman, serta memastikan kepatuhan terhadap hukum hak cipta di era digital yang terus berkembang.

b. Peluang dalam Privasi dan Pengawasan Data Pribadi

Dalam menghadapi ancaman terhadap perlindungan data pribadi, terdapat berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keamanan dan menciptakan ekosistem digital yang lebih aman. Berikut adalah langkah-langkah yang dapat dilakukan:

- 1.) Penguatan Regulasi dan Kebijakan, Pemerintah perlu memperkuat regulasi perlindungan data pribadi, seperti memastikan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) ditegakkan secara konsisten. Penerapan sanksi tegas terhadap pelanggar akan mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab dalam pengelolaan data. Selain itu, kerja sama antara sektor publik dan swasta dalam merumuskan kebijakan perlindungan data yang lebih efektif juga menjadi kebutuhan penting.
- 2.) Peningkatan Edukasi dan Kesadaran Masyarakat, Kampanye yang melibatkan berbagai pihak dapat membantu masyarakat memahami pentingnya menjaga privasi dan keamanan data. Pelatihan wajib bagi pengguna internet tentang perlindungan data pribadi akan memberikan pemahaman yang lebih baik dan mengurangi risiko penyalahgunaan informasi. Kesadaran kolektif tentang pentingnya keamanan data dapat menjadi langkah preventif yang signifikan.

- 3.) Penggunaan Teknologi Canggih, Pemanfaatan teknologi seperti sistem enkripsi yang lebih kuat dan penerapan langkah-langkah keamanan canggih dapat mencegah akses tidak sah terhadap data. Audit keamanan secara rutin juga menjadi langkah penting untuk mendeteksi dan memperbaiki potensi celah keamanan sebelum terjadi pelanggaran. Perusahaan yang menerapkan teknologi canggih akan lebih siap menghadapi ancaman di era digital.
- 4.) Kolaborasi *Global*, Kolaborasi internasional dalam perlindungan data pribadi membuka peluang bagi Indonesia untuk belajar dari pengalaman dan praktik terbaik negara lain. Partisipasi dalam forum *global* dapat membantu Indonesia mengadopsi kebijakan yang sejalan dengan standar internasional, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perlindungan data mereka.
- 5.) Budaya Keamanan Data dalam Organisasi, Membangun budaya organisasi yang menghormati privasi data menjadi aspek penting dalam mencegah pelanggaran. Perusahaan perlu memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai pentingnya menjaga data pribadi dan langkah-langkah untuk melindunginya. Kesadaran *internal* ini dapat membantu mengurangi risiko pelanggaran akibat kesalahan manusia.

Dengan menciptakan budaya yang menghormati privasi dan keamanan data, tantangan perlindungan data pribadi dapat diatasi. Melalui kolaborasi yang kuat antara pemangku kepentingan, penerapan kebijakan yang efektif, dan pemanfaatan teknologi *modern*, masyarakat dapat merasakan manfaat dari perkembangan teknologi tanpa mengorbankan privasi mereka. Oleh: Siti Chadijah, Mahasiswa S3 Doktor Ilmu Hukum UNISBA. (Sakti, 2024)

IV. KESIMPULAN

Identitas digital dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram memainkan peran penting dalam membentuk citra publik seseorang, seperti yang dilakukan Deddy Corbuzier. Melalui pendekatan strategis dalam personal branding, ia berhasil memperkuat identitas daringnya sebagai figur publik yang kredibel, empatik, dan relevan. Keberhasilan ini tercermin dalam konten-konten yang konsisten dan otentik, baik dalam menyuarakan isu sosial maupun dalam memperlihatkan nilai-nilai personal. Namun, tantangan dalam mengelola audiens yang beragam dan risiko menjadi perhatian utama dalam penggunaan media sosial di era digital. Figur publik seperti Deddy dihadapkan pada ancaman kebocoran informasi pribadi, *cyberbullying*, dan pelanggaran hak cipta. Hal ini menunjukkan perlunya langkah proaktif untuk mengelola risiko tersebut. Di sisi lain, peluang besar dapat dimanfaatkan, seperti penguatan regulasi, peningkatan kesadaran masyarakat, adopsi teknologi canggih, kolaborasi global, dan pengembangan budaya keamanan data di tingkat organisasi. Dengan strategi yang tepat, media sosial tidak hanya menjadi alat untuk membangun identitas digital tetapi juga menciptakan ekosistem digital yang lebih aman dan berkelanjutan.

REKOMENDASI

Saran Untuk Individu/Publik Figur

Untuk individu atau figur publik, disarankan untuk konsisten menyampaikan pesan yang relevan dan autentik di media sosial guna memperkuat personal branding. Selain itu, penting untuk memanfaatkan fitur keamanan yang disediakan oleh platform untuk melindungi informasi pribadi, serta secara rutin mengevaluasi konten yang dibagikan agar terhindar dari risiko kebocoran data atau pelanggaran privasi.

Kerja sama dengan sektor swasta juga dapat menjadi langkah strategis dalam merumuskan kebijakan perlindungan data yang adaptif dan inovatif. Di sisi lain, pengembangan sistem keamanan yang lebih canggih, termasuk penggunaan algoritma deteksi ancaman, dapat membantu mengatasi potensi pelanggaran. Mempermudah akses bagi pengguna untuk melaporkan pelanggaran privasi atau keamanan juga menjadi langkah penting dalam menciptakan lingkungan *digital* yang lebih aman.

Kesadaran kritis terhadap konten yang dibagikan di media sosial harus terus ditingkatkan. Dalam konteks organisasi, membangun budaya yang menghormati privasi dan keamanan data menjadi hal krusial. Selain itu, memberikan pelatihan khusus kepada karyawan dapat membantu mereka memahami pentingnya perlindungan data pribadi, sekaligus meningkatkan kemampuan mereka dalam menangani risiko keamanan secara efektif.

REFERENSI

- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). The role of social media influencers in communicating messages using Instagram. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203–229.
- Ardila, D., Sari, R., Diawati, W., & Susanto, E. (2024). The influence of photography and videography on information dissemination through Instagram in Tembilahan. *Jurnal Analisis Manajemen*, 10(1), 12–23.
- Boyd, D. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In A. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 47–66). Routledge.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Dahron, M. (2024). The role of social media in shaping self-identity in the digital age. *Kompasiana*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/leydinasalsabila4324/6671a336ed641571c62f11f2/peran-media-sosial-dalam-pembentukan-identitas-diri-pada-era-digital>
- Ermanu, K. R. P., & Febriana, P. (2024). iPhone as a symbol of youth identity explored on Instagram. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 139–151.
- Febriana, P. (2018). *Cyber public relations textbook*. Umsida Press.
- Firdausi, N. A., Febriana, P., & Rochmaniah, A. (2024). Rebranding with feed and logo creation on Hany Collection's Instagram account to increase consumer numbers. *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 884–893.
- Fitri, I. K. (2020). The role of Instagram in shaping teenage self-identity at MAN 11 Jakarta. *Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Guerrero, M. (2013). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Taylor & Francis.
- Hakim, A., & Febriana, P. (2023). Visual analysis of Sisca Kohl's personal branding on Instagram. *Jurnal Nomosleca*, 9(2), 204–215.
- Hanindharputri, M. A., & Putra, I. (2019). The role of influencers in a strategy to increase brand promotion. *Sandyakala: Proceedings of the National Seminar on Art, Craft, and Design*, 1, 335–343.
- Harari, Y. N. (2020). In the battle against coronavirus, humanity lacks leadership. *Time*, 15, 2020.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kristiyono, J. (2022). *Media convergence: Transformation of communication media in the digital era in networked society*. Prenada Media.
- Nasrullah, R. (2019). *Audience theory and media research*. Prenada Media.
- Pratama, R. Z., Mudjiyanto, B., Sitinah, S., Fernando, J., & Sandi, F. (2020). Formation of high school students' self-concept through Instagram. *Komunikata57*, 1(1), 42–49.
- Restuningsih, J., Roisah, K., & Prabandari, A. P. (2021). Legal protection of digital illustrations based on Law No. 28 of 2014 on Copyright. *Notarius*, 14(2), 957–971.
- Sakti, S. (2024). The future of personal data protection in the digital era: Opportunities and threats. *Kumparan*. Retrieved from <https://kumparan.com/sarjan-lf/masa-depan-perindungan-data-pribadi-di-era-digital-peluang-dan-ancaman-23vSurjCBF1>
- Salam, O. D. (2020). Digital natives' personal branding in the new media communication era: An analysis of personal branding on Instagram. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 2(1), 19–30.

- Sanjaya, Y. C. A. (2024). The case of Miftah insulting an iced tea seller: BRIN political researcher says officials must understand ethics when speaking. Kompas.com. Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2024/12/04/190000665/kasus-miftah-hina-penjual-es-teh-peneliti-politik-brin--pejabat-harus-tahu>
- Saputra, A. M. A., Kharisma, L. P. I., Rizal, A. A., Burhan, M. I., & Purnawati, N. W. (2023). Information technology: The role of IT in various fields. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Savitri, A. (2019). Industrial revolution 4.0: Turning challenges into opportunities in the era of disruption 4.0. Penerbit Genesis.
- Sholichah, M., & Febriana, P. (2022). The construction of self-image in new media through Instagram: A semiotic analysis of @mayudyayunda's Instagram posts. *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 10, 177–186.