

Online Identity Analysis of Public Figure Rachel Venny

Analisis Identitas Daring Tokoh Publik Rachel Venny

Liza Amalia Dewi^{1*}

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Correspondence Author Email: lizadewi96@gmail.com

Abstract. *One of the famous people in Indonesia who has a big influence on social media is Rachel Venny. This analysis will look at how Rachel Venny creates her online persona, handles interactions with various audiences, and negotiates the benefits and concerns of participatory surveillance and privacy. The results of the analysis are that Rachel Venny has been financially successful and has a solid web presence. In the face of extensive participatory surveillance, however, they have difficulty managing their content, maintaining relative authenticity, and maintaining their privacy.*

Keywords: Rachel Venya, Online Identity, Characters

Abstrak. Salah satu orang terkenal di Indonesia yang memiliki pengaruh besar di media sosial adalah Rachel Venny. Analisis ini akan melihat bagaimana Rachel Venny menciptakan kepribadian online-nya, menangani interaksi dengan berbagai khalayak, dan menegosiasikan manfaat dan kekhawatiran terkait pengawasan partisipatif dan privasi. Hasil analisis yaitu Rachel Venny telah sukses secara finansial dan memiliki kehadiran web yang solid. Dalam menghadapi pengawasan partisipatif yang ekstensif, namun mereka mengalami kesulitan dalam mengelola kontennya, menjaga keaslian relatif, dan menjaga privasinya

Kata Kunci : Rachel Venya, Identitas Daring, Tokoh

I. PENDAHULUAN

Salah satu orang terkenal di Indonesia yang memiliki pengaruh besar di media sosial adalah Rachel Venny. Karena keberadaannya di media digital, ia telah mengembangkan kepribadian online yang canggih, menarik perhatian, dan kontroversial (Handayani et al., 2022). Dengan perencanaan dan kurasi yang matang, Rachel Venny berhasil menciptakan persona online-nya sebagai ibu rumah tangga, *influencer*, dan pengusaha. Taktik ini memiliki sejumlah komponen penting yang berkontribusi pada penerapan dan daya tariknya bagi berbagai demografi. Ini adalah beberapa aspek utama dari pendekatan internetnya (Erlita Ridanasti, S.E., 2023).

Sebagai seorang publik figur dan *influencer* dengan jutaan pengikut, Rachel Venny kesulitan menghadapi skenario di mana konten yang sama disajikan kepada audiens dengan ekspektasi yang berbeda-beda (Fridha & Irawan, 2020). Upaya Rachel untuk mengatasi kendala ini menunjukkan kedewasaan dalam pemahamannya terhadap dinamika media sosial dan pentingnya menjaga citra yang konsisten dengan ekspektasi dan nilai-nilai pribadi pengikutnya (Mayasari, 2022). Analisis ini akan melihat bagaimana Rachel Venny menciptakan kepribadian online-nya, menangani interaksi dengan berbagai khalayak, dan menegosiasikan manfaat dan kekhawatiran terkait pengawasan partisipatif dan privasi.

II. LANDASAN TEORI

Analisis ini menggunakan beberapa kerangka teori seperti :

1. Teori Presentasi Diri (Impression Management)

Menjelaskan bagaimana individu mengelola citra dirinya di hadapan orang lain untuk mencapai tujuan sosial tertentu (Lasmawan & Yudhistira, 2023). Dalam konteks media sosial, termasuk bagaimana Rachel Venny memilih dan menampilkan aspek tertentu dari dirinya.

2. Teori Identitas Daring (Online Identity)

Menyoroti bagaimana identitas yang diciptakan di tempat digital bersifat dinamis dan

kompleks. Hal ini memperhitungkan bagaimana identitas offline dan online mungkin berbeda atau bahkan berbenturan (Phirangee & Malec, 2017).

3. Context Collapse

Mengacu pada keadaan di mana beberapa audiens teman, keluarga, penggemar, dan bisnis berinteraksi dalam satu platform digital, sehingga sulit untuk mengelola pesan dan menjaga konsistensinya (Loh & Walsh, 2021).

4. Pemantauan Partisipasi

Menunjukkan bagaimana pengguna media sosial memantau dan menilai satu sama lain, menciptakan lingkungan dengan tingkat transparansi dan akuntabilitas yang tinggi (Arnaboldi & Diaz Lema, 2022).

III. ANALISIS

1. Pembentukan Identitas Daring

a. Pencitraan Merek yang Dikurasi

Rachel menghadirkan citra yang dapat diandalkan, mewah, anggun, dan kontemporer. Dia dengan cermat mempertimbangkan daya tarik visual dari materi yang disampaikannya, termasuk gambar dan film yang diambil dengan ahli. Pendukungnya diberikan rasa aspirasional melalui gambaran ini, yang juga mewakili dirinya sebagai pribadi.

b. Penggunaan Platform yang Multifaceted

TikTok digunakan untuk materi yang lebih ringan dan lucu, YouTube untuk konten yang lebih panjang dan mendalam, dan Instagram untuk memposting gambar berkualitas tinggi dan komunikasi langsung dengan pengikut (Raihan & Febriana, 2024). Rachel menggunakan berbagai saluran media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Melalui optimasi TikTok, YouTube, dan Instagram, ia dapat terhubung dengan pengikut dari berbagai demografi. Rachel dapat menjangkau berbagai audiens dengan minat media sosial yang berbeda-beda berkat taktik ini.

c. Kolaborasi dengan Merek dan Produk

Menurut (Aisya & Febriana, 2023) dalam komunikasi new media untuk membuat kerja sama ini tampak tulus dan tanpa paksaan, dalam pemasaran perlu membuat pilihan produk yang cerdas yang sesuai dengan gaya hidup dan relevan dengan audiensnya. Sebagai seorang wirausaha, Rachel sering bekerja dengan berbagai perusahaan dan produk yang sesuai dengan cita-cita dan identitasnya. Statusnya sebagai pemberi pengaruh yang kuat ditingkatkan melalui kemitraan ini, yang juga memberikan lebih banyak kesempatan kepada pengikutnya untuk mempelajari barang-barang berkualitas tinggi.

2. Manajemen Context Collapse dan Otentisitas

Berikut adalah beberapa strategi yang digunakannya dalam menghadapi context collapse :

a. Kontrol Narasi yang Ketat

Rachel memilih dan mengontrol barang-barang yang dia sediakan untuk publik dengan sangat hati-hati. Setiap unggahan berpotensi menyebar dengan cepat dan menyedot perhatian berbagai kalangan di jagat media sosial terbuka. Akibatnya, Rachel memutuskan untuk hanya memposting hal-hal yang meningkatkan reputasinya sebagai seorang *influencer*, ibu rumah tangga, dan pengusaha.

b. Strategi Komunikasi Krisis

Menurut (Sholichah & Febriana, 2022) membuat deklarasi publik yang transparan dan tidak ambigu merupakan salah satu inisiatif yang dilakukan oleh publik figur. Sebagai seorang

figur publik terkemuka, Rachel pun harus menghadapi sejumlah skenario krisis yang bisa membahayakan reputasinya.

3. Risiko dan Peluang

Adapun risiko yang diperoleh adalah sebagai berikut :

a. Pengawasan Publik yang Intens

Sebagai seorang publik figur, kehidupan pribadi Rachel Vennya terlihat oleh media dan masyarakat umum selain para penggemarnya. Menurut (Mochammad Rigel Putra et al., 2024) di dalam media sosial setiap tindakan, baik secara langsung maupun di media sosial, dapat dilihat dan diperiksa. Mengenai perilaku pribadi, bisnis, atau keyakinan, kontroversi dapat menyebar dengan cepat dan berdampak besar pada reputasi dan pendapatan seseorang. Penilaian dibuat dengan cepat dalam masyarakat digital, dan kadang-kadang bisa bersifat keras dan berdampak pada reputasi seseorang (Wulandari & Septrizola, 2021). Kesalahan kecil atau ketidaksengajaan bisa saja berubah menjadi masalah besar yang merugikan reputasi yang telah dibangun selama bertahun-tahun.

b. Pelanggaran Privasi

Rachel berisiko mengalami pelanggaran privasi sebagai tokoh terkemuka dengan jutaan pengikut, terutama yang berkaitan dengan informasi pribadi dan aktivitas sehari-harinya. Ada kemungkinan besar informasi pribadi akan terungkap melalui peretasan atau tindakan orang lain (Millah, 2021). Keamanan fisik dan mental seseorang mungkin terancam jika informasi pribadi jatuh ke tangan yang salah. Selain itu, terdapat risiko besar data pribadi disalahgunakan untuk alasan yang merugikan atau melanggar hukum.

c. Cyberbullying dan Serangan Daring

Salah satu masalah paling signifikan bagi influencer yang terlihat secara publik di media sosial adalah kemungkinan terjadinya cyberbullying atau serangan online (Restyadiana & Febriana, 2024). Seperti banyak tokoh terkenal lainnya, Rachel menjadi sasaran pelecehan verbal dan kritik dari pengguna online yang memiliki pendapat tidak menyenangkan atau tidak senang dengan perilakunya. Serangan-serangan ini bisa berupa pernyataan yang menyinggung, penyebaran informasi palsu, atau bahkan ancaman serius. Selain menyebabkan tekanan mental dan emosional, penindasan maya dapat berdampak negatif terhadap kualitas hidup dan kepercayaan diri baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional.

Adapun peluang yang diperoleh adalah sebagai berikut :

a. Pendapatan yang Cukup Besar

Positifnya, jangkauan media sosial Rachel menciptakan prospek pendapatan yang besar. Dia dapat menghasilkan banyak uang sebagai *influencer* dari berbagai sumber, termasuk aliansi bisnis dengan perusahaan terkenal, pemasaran afiliasi, dan dukungan.

b. Membangun Komunitas

Rachel telah berhasil menciptakan basis penggemar setia dan terlibat secara aktif dengannya. Ia mampu membangun komunitas di media sosial di mana para penggemarnya merasa diikutsertakan dalam kisah hidupnya. Selain menawarkan dorongan dan keterlibatan yang konstruktif, komunitas ini memberikan perasaan terhubung dan memiliki kepada Rachel dan audiensnya.

IV. KESIMPULAN

Rachel Vennya telah sukses secara finansial dan memiliki kehadiran web yang solid. Dalam menghadapi pengawasan partisipatif yang ekstensif, namun mereka mengalami kesulitan dalam mengelola kontennya, menjaga keaslian relatif, dan menjaga privasinya.

REKOMENDASI

Rekomendasi untuk Rachel Venya yaitu :

- a. Keamanan data pribadi yang lebih baik : menerapkan perlindungan yang lebih kuat terhadap pelanggaran dan kebocoran data.
- b. Ubah strategi konten untuk menawarkan perpaduan yang masuk akal antara menampilkan kehidupan pribadi dan profesional Anda.
- c. Memaksimalkan pengaruhnya untuk memajukan cita-cita positif : memanfaatkan platformnya untuk memajukan cita-cita sosial yang positif dan memajukan kesejahteraan umum masyarakat.

REFERENSI

- Aisya, S., & Febriana, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran The Body Shop melalui brand ambassador: Studi kasus Iqbaal Ramadhan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(1), 200–208. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.25348>
- Arnaboldi, M., & Diaz Lema, M. L. (2022). Shaping cultural participation through social media. *Financial Accountability and Management*, 38(2), 299–321. <https://doi.org/10.1111/faam.12293>
- Erlita Ridanasti, S.E., M. M. N. (2023). Pengaruh Influencer Rachel Vennya Terhadap Minat Beli Pelanggan di Instagram Skripsi Dosen. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Fridha, M., & Irawan, R. E. (2020). Eksploitasi Anak Melalui Akun Instagram (Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya). *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 68–80. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.10703>
- Handayani, N. D., Mailin, M., Lubis, N., & Hasibuan, W. A. (2022). Analisis Wacana Fairclough Pada Pemberitaan Selebgram Rachel Vennya Di Media Daring Tempo.Co. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 6(2), 156. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v6i2.14667>
- Lasmawan, W., & Yudhistira, N. (2023). Impression Management Vindes Dalam Pertandingan Tiba-Tiba Tennis “Desta Mahendra Vs Raffi Ahmad.” *Social Science*, 3(2), 1746–1760.
- Loh, J. (M. I., & Walsh, M. J. (2021). Social Media Context Collapse: The Consequential Differences Between Context Collusion Versus Context Collision. *Social Media + Society*, 7(3). <https://doi.org/10.1177/20563051211041646>
- Mayasari, F. (2022). Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 27–44. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>
- Millah, Z. (2021). Abusive Relationship Terhadap Perempuan Dalam Rumah Tangga Di Channel Youtube Rachel Vennya (Pendekatan Analisis Wacana Model Sara Mills). *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.37092/khabar.v3i1.275>
- Mochammad Rigel Putra, Poppy Febriana, & Khuzaima Dwi Nur'aini. (2024). Utilization of Instagram as a Medium for Advertising and Promotion of MSMEs in The Food Sector of Kembangringgit Village. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 407–419. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v7i1.3092>
- Phirangee, K., & Malec, A. (2017). Othering in online learning: an examination of social presence, identity, and sense of community. *Distance Education*, 38(2), 160–172. <https://doi.org/10.1080/01587919.2017.1322457>
- Raihan, M. F., & Febriana, P. (2024). *Procedia of Social Sciences and Humanities International Conference On Emerging New Media and Social Science Virtual Ethnography of TikTok Social Media Users' Comments on Lina Mukherjee's Account. Procedia of Social Sciences and Humanities International Conference On Emerging New Media and Social Science*, 7, 674–690.
- Restyadiana, A., & Febriana, P. (2024). Representasi Bullying dalam The Karate Kid Analisis Semiotik. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(1), 109–118. <https://doi.org/10.47134/converse.v1i1.2856>

*Procedia of Social Sciences and Humanities
Online Influence & Identity Forum (OIIF 2025)*

- Sholichah, M., & Febriana, P. (2022). Konstruksi Citra Diri Dalam Media Baru Melalui Aplikasi Instagram (Analisis Semiotik Postingan Instagram @Maudyayunda) Self-Image Construction In New Media Via Instagram Application (Semiotic Analysis Of @Maudyayunda Instagram Posts). JSK: Jurnal Spektrum Komunikasi, 10(1), 177–186.
- Wulandari, W., & Septrizola, W. (2021). Celebrity Endorsement and Purchase Intentions: The Role Of Trust, Attractiveness, Suitability Product. JURNAL PUNDI, 5(2). <https://doi.org/10.31575/jp.v5i2.365>