

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan persepsi netizen terhadap figur publik di TikTok berlangsung dengan cepat dan sering kali ekstrem. Pola perubahan ini terbentuk melalui interaksi intens yang dipicu oleh algoritma platform, sehingga opini publik tidak hanya bergantung pada isi konten, tetapi juga pada dinamika emosi kolektif pengguna (Febriana et al., 2025). *Personal Branding* figur publik menjadi tidak stabil karena citra yang sudah terbentuk dapat bergeser secara signifikan akibat satu fase kehidupan atau satu unggahan yang memperoleh perhatian luas (Judijanto et al., 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ruang digital beroperasi sebagai arena sosial yang penuh negosiasi makna, bukan sekadar tempat berbagi konten visual.

Masyarakat Indonesia menunjukkan tingkat konsumsi media sosial yang tinggi, dan TikTok menjadi salah satu platform yang menempati posisi dominan sebagai ruang ekspresi sekaligus konsumsi informasi (Rachma & Adiyanto, 2025). Karakteristik TikTok yang berbasis video singkat dengan sistem rekomendasi algoritmik membuat penyebaran konten berlangsung cepat dan mampu menjangkau audiens luas tanpa harus bergantung pada jumlah pengikut (Kristianto et al., 2026). Situasi ini menjadikan TikTok sebagai ruang yang aktif dalam membentuk perhatian dan opini publik.

TikTok juga dapat dipahami sebagai ruang pembentukan citra diri dan identitas digital. Melalui konten visual, caption, gaya komunikasi, dan interaksi dengan audiens, kreator maupun figur publik dapat menampilkan identitas tertentu serta membangun narasi diri di hadapan publik. TikTok memberi ruang bagi kreator untuk membangun citra diri, menampilkan identitas, serta menghadirkan narasi alternatif yang dapat menantang pandangan dominan di masyarakat (Dewantoro et al., 2025).

Pada platform tersebut, pengguna membangun interpretasi terhadap figur publik bukan hanya berdasarkan unggahan asli yang dibuat oleh figur tersebut, tetapi juga melalui interaksi yang muncul setelahnya, seperti komentar, *duet*, *stitch*, serta percakapan antar pengguna yang terus berkembang (Databoks, 2023). Interaksi yang terjadi secara berulang ini membuat makna mengenai seorang figur publik terbentuk secara kolektif dan dinamis. Satu komentar dapat memengaruhi komentar lain, satu opini dapat memperkuat opini berikutnya, sehingga terbentuk arus percakapan yang perlahan mengarahkan persepsi publik pada kecenderungan tertentu (Kussanti, 2022).

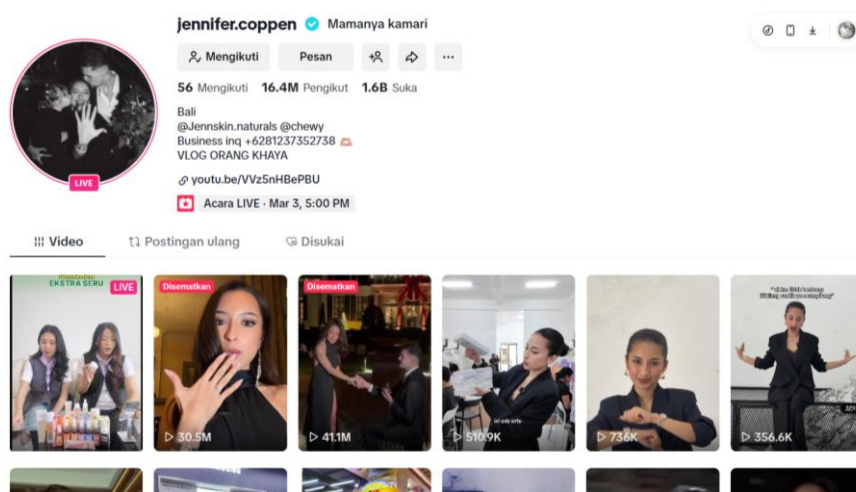
TikTok menjadi platform yang berpengaruh dalam pembentukan *Personal Branding* digital karena format video pendek dan algoritmanya memungkinkan konten menjangkau audiens secara luas dan cepat (Zahra & Achmad, 2025). TikTok menyediakan mekanisme interaktif yang memungkinkan audiens menilai, mengkritik, atau menegosiasi ulang citra figur publik secara langsung. Setiap unggahan figur publik bukan hanya representasi diri, tetapi bagian dari strategi komunikasi untuk mengatur impresi publik (Yusharyani et al., 2026).

Personal Branding mempertegas strategi tersebut. Teori *Personal Branding* Montoya dan Vandehey menekankan bahwa figur publik membangun citra dengan menunjukkan keunikan, nilai, serta kualitas tertentu secara konsisten. Citra tersebut harus dipertahankan melalui proses komunikasi berkelanjutan agar memperoleh pengakuan dan kepercayaan audiens (Montoya, 2002). Namun, ruang digital kontemporer menghadirkan tantangan baru karena stabilitas *Personal Branding* tidak sepenuhnya berada di bawah kendali figur publik. Interaksi audiens dan mekanisme algoritmik memperlihatkan bahwa *Personal Branding* bukan hanya strategi, tetapi arena kompetisi makna antara figur publik dan publik (Judijanto et al., 2024).

Algoritma TikTok menjadi faktor penting dalam dinamika ini. TikTok muncul sebagai platform yang berkembang sangat cepat. Aplikasi video pendek ini mulai populer pada tahun 2018. Pengguna kembali menaikkan popularitas TikTok pada tahun 2020 saat pandemi COVID-19 yang mendorong aktivitas digital (Datareportal, 2025). TikTok dipakai lebih dari 150 negara dan tercatat mencapai 3,5 miliar unduhan. Data ini menunjukkan kekuatan distribusi konten pada platform tersebut. Pengguna memakai TikTok karena antarmuka yang sederhana dan akses yang cepat (Fridayanti, 2024).

TikTok memiliki ciri unik dibandingkan media sosial lain. Platform ini menonjolkan tagar populer dalam bentuk tantangan, meme, dan pola video berulang. Algoritma TikTok mendorong konten ke audiens yang lebih luas tanpa batas pertemanan (Putri & Azeharie, 2021). Studi platform algoritmik menunjukkan bahwa TikTok tidak menampilkan konten berdasarkan jumlah pengikut, tetapi pada potensi interaksi (Faisal, 2025). Sistem rekomendasi mengutamakan konten yang

memicu emosi, perdebatan, atau keterlibatan tinggi. Konten figur publik yang menimbulkan simpati, kontroversi, atau resonansi emosional akan cenderung muncul berulang di halaman For Your Page (FYP) (Hilyatunisa, 2026). Algoritma ini memperkuat efek interaksi sehingga persepsi publik tidak terbentuk secara linier, melainkan berlapis dan berulang (Aidah et al., 2026). Citra figur publik menjadi hasil dari gabungan strategi *Personal Branding* dan intensitas interaksi audiens yang difasilitasi algoritma.



Gambar 1 Akun TikTok Jennifer Coppen (@jennifer.coppen)
(Sumber: <https://www.TikTok.com/@jennifer.coppen>)

Perjalanan digital Jennifer Coppen memperlihatkan dinamika pembentukan citra publik yang berkembang seiring perubahan fase kehidupan yang ia tampilkan di media sosial. Jennifer Coppen merupakan figur publik yang dikenal melalui dunia hiburan dan aktif membagikan kehidupan personalnya di media sosial, khususnya TikTok. Akunnya memiliki jumlah pengikut yang besar dengan tingkat interaksi yang tinggi, sehingga setiap unggahan yang dibagikan berpotensi memicu respons luas dari netizen. Aktivitas digital Jennifer tidak hanya berisi konten

hiburan, tetapi juga dokumentasi fase kehidupan personal yang ditampilkan secara terbuka kepada publik. Kondisi tersebut menjadikan Jennifer sebagai objek yang relevan untuk mengamati dinamika perubahan persepsi netizen terhadap *Personal Branding* figur publik di ruang digital.

Perjalanan digital Jennifer memperlihatkan dinamika pembentukan citra publik yang berkembang seiring perubahan fase kehidupannya. Fase pertama yang memicu perhatian besar publik terjadi ketika ia secara terbuka mengumumkan kehamilannya sebelum menikah. Pengungkapan tersebut menimbulkan gelombang hujatan dan stigma moral dari sebagian netizen. Kehamilan di luar pernikahan dipandang bertentangan dengan nilai agama dan norma sosial yang dianut sebagian masyarakat (Awalia, 2023). Pada fase ini, identitas Jennifer tidak hanya dibentuk oleh apa yang ia tampilkan, tetapi juga oleh penilaian kolektif audiens yang didasarkan pada kerangka moral tertentu. Citra yang muncul cenderung negatif dan rentan terhadap distorsi makna karena didominasi oleh opini yang bernada penghakiman.

Memasuki fase berikutnya, narasi publik mulai mengalami pergeseran ketika Jennifer menjalani peran sebagai ibu dan kemudian membangun kehidupan berkeluarga. Pernikahan yang dilangsungkan setelah kelahiran anaknya ditafsirkan oleh sebagian audiens sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen (Astuti & Berlian, 2023). Perlahan, citra Jennifer mengalami pemulihan. Ia mulai dipersepsikan sebagai sosok ibu dan istri yang lebih dewasa serta hangat. Konten keluarga yang ditampilkan membentuk gambaran stabilitas emosional dan kedekatan personal yang membuatnya dinilai lebih relatable. Selain dikenal sebagai figur publik, Jennifer juga telah merintis usaha kecantikan Jenkskin Naturals sejak

2020, yang turut memperkuat citranya sebagai perempuan muda yang mandiri dan produktif (Rahmawati, 2024).

Perubahan citra semakin menguat ketika Jennifer menghadapi peristiwa kehilangan pasangan hidupnya. Fase duka menjadi titik penting dalam pembentukan empati publik. Unggahan yang menampilkan proses kesedihan dan perjuangannya sebagai ibu tunggal mengundang simpati serta dukungan emosional dari netizen. Pada periode ini, Jennifer dipersepsikan sebagai figur yang kuat dan tangguh dalam menghadapi trauma personal (Arliprayanda, 2024). Ia juga menunjukkan sikap produktif dengan mengembangkan aktivitas bisnis, termasuk keterlibatannya dalam usaha Chewy's Dessert yang dijalankan bersama iparnya, Zoe Wassink, pada 2024 (Nabilla, 2025). Langkah tersebut semakin memperkuat *Personal Branding* sebagai perempuan yang tangguh dan mampu bangkit di tengah situasi sulit. Persepsi publik pada fase ini didominasi oleh empati, dukungan, dan apresiasi.

Namun, dinamika persepsi kembali mengalami perubahan signifikan ketika Jennifer memperkenalkan pasangan baru ke ruang publik. Keputusan tersebut memunculkan gelombang kritik dan hujatan dari sebagian netizen yang menilai waktunya terlalu cepat setelah fase duka. Persepsi yang sebelumnya didominasi empati mulai bergeser menjadi perdebatan moral mengenai kepantasan dan waktu yang dianggap ideal untuk membuka hubungan baru. Opini publik terbelah menjadi kelompok pendukung dan kelompok penentang (Pijar, 2025).

Kelompok pendukung menilai bahwa Jennifer berhak melanjutkan kehidupannya dan membangun kebahagiaan baru setelah melewati masa kehilangan. Sebaliknya, kelompok penentang memandang langkah tersebut sebagai

bentuk ketidakpekaan terhadap masa duka. Perubahan respons ini menunjukkan bagaimana ekspektasi sosial terhadap figur perempuan dan ibu tunggal sering kali cenderung tidak fleksibel. Interaksi di kolom komentar memperlihatkan bagaimana netizen membandingkan setiap fase kehidupan, menilai konsistensi citra yang ditampilkan, serta membangun narasi moral berdasarkan sudut pandang masing-masing.

Transisi dari fase empati menuju munculnya kembali hujatan memperlihatkan bahwa *Personal Branding* Jennifer Coppen bersifat fluktuatif dan terus dinegosiasikan oleh audiens. Citra yang telah dibangun melalui narasi ketegaran dan kemandirian dapat bergeser ketika publik menafsirkan peristiwa baru dengan kerangka nilai yang berbeda. Fenomena ini menunjukkan bahwa *Personal Branding* di media sosial tidak hanya ditentukan oleh strategi representasi diri, tetapi juga oleh proses persepsi publik yang dipengaruhi pengalaman, nilai, bias, dan konteks sosial yang berkembang.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall sebagai teori utama untuk memahami posisi netizen dalam menerima, menegosiasikan, atau menolak *Personal Branding* Jennifer Coppen di TikTok. Teori ini digunakan karena komentar netizen tidak hanya menunjukkan respons spontan, tetapi juga memperlihatkan proses pemaknaan aktif terhadap citra yang Jennifer tampilkan. Selain itu, penelitian ini menggunakan konsep *Eight Laws of Personal Branding* Montoya dan Vandehey sebagai teori utama kedua untuk membaca elemen-elemen citra Jennifer Coppen, terutama pada aspek kepribadian, visibilitas, kesatuan citra, keteguhan, dan nama baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yaitu “Bagaimana dinamika persepsi netizen terhadap *Personal Branding* Jennifer Coppen pada setiap fase perubahan kehidupannya di TikTok?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan proses pembentukan persepsi netizen terhadap *Personal Branding* Jennifer Coppen pada berbagai fase kehidupannya.
2. Menganalisis faktor-faktor yang memicu pergeseran persepsi publik terhadap citra Jennifer Coppen.
3. Menjelaskan kontribusi interaksi audiens dan algoritma TikTok dalam memperkuat atau mengubah *Personal Branding* Jennifer Coppen.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoretis

1. Memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi mengenai konstruksi makna, persepsi audiens, dan dramaturgi dalam konteks media sosial.
2. Memperkaya kajian *Personal Branding* dengan menambahkan perspektif algoritma platform sebagai faktor yang memengaruhi pergeseran citra figur publik.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Memberikan wawasan bagi figur publik mengenai tantangan menjaga stabilitas *Personal Branding* di tengah dinamika opini publik.

2. Menjadi referensi bagi pengguna media sosial agar lebih kritis dalam membentuk penilaian terhadap figur publik.
3. Menyediakan landasan bagi peneliti yang ingin mengkaji komunikasi digital, opini publik, dan interaksi audiens dalam platform algoritmik.