



Representasi Proses Dalam Citra “Pelari Kalcer” Dr. Tirta di Postingan Instagram

Ahmad Naazil Ramadhani^{1*}, R. Ayu Erni Jusnita², Sanhari Prawiradiredja³

¹ Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo

² Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo

³ Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo

^{1*}ramaahmadnaazil@gmail.com, ²rayu@unitomo.ac.id, ³sanhari.prawiradiredja@unitomo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi proses dalam citra “Pelari Kalcer” yang dibangun oleh dr. Tirta melalui unggahan Instagram, serta memahami bagaimana audiens memaknai representasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes dan analisis resepsi Stuart Hall. Data penelitian berupa satu unggahan Instagram yang terdiri dari 11 slide serta 200 komentar dari total 293 komentar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dr. Tirta merepresentasikan proses sebagai perjalanan panjang yang melibatkan perjuangan fisik, mental, dan sosial. Representasi ini dibangun melalui penggunaan data, visual penderitaan, serta validasi sosial. Namun, audiens memaknai representasi tersebut secara beragam, terbagi ke dalam dominant reading (65%), negotiated reading (20%), dan oppositional reading (15%), khususnya terkait isu privilege. Temuan ini menunjukkan adanya kontestasi makna antara narasi yang dibangun oleh kreator dan interpretasi audiens dalam media sosial.

Kata Kunci: representasi, pelari kalcer, semiotika, resepsi audiens, instagram

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang pesat di era globalisasi saat ini memberikan banyak manfaat di berbagai bidang masyarakat, termasuk kemajuan teknologi informasi (Abror et al., 2025). Media sosial berkembang pesat sebagai respons terhadap meningkatnya ketersediaan dan kemudahan akses informasi yang dimungkinkan oleh teknologi komunikasi (Indrapuspita et al., 2023). Media sosial hadir dengan segala kemudahan dalam mencapai tujuan tersebut (Primadesti et al., 2024). Pada awalnya, media sosial berfokus pada penyediaan ekosistem komunikasi yang baik bagi para anggotanya (Karim Amrullah et al., 2024). Instagram dan platform serupa telah berkembang dari sekadar berbagi foto atau video menjadi platform strategis di mana orang dapat membangun citra diri, membangun narasi personal, dan berinteraksi dengan audiens yang luas. Setiap unggahan dapat dianggap sebagai bentuk komunikasi simbolik yang sarat makna dalam konteks ini, di mana media sosial menjadi arena penting dalam proses produksi dan reproduksi makna.

Dahulu kala, lari adalah aktivitas fisik untuk menjaga kebugaran, tetapi kini telah menjadi fenomena sosial yang kompleks, terutama di komunitas perkotaan (Alhaq, 2024). Jumlah pelari di Indonesia diperkirakan meningkat sebesar 83% antara tahun 2024 dan 2025, menurut data dari Strava. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai mengadopsi lari sebagai gaya hidup, khususnya kaum muda. Istilah “pelari kalcer” (budaya pelari), yang merujuk pada pelari yang mengenakan perlengkapan dan pakaian bermerek, termasuk sepatu, pakaian olahraga, dan smartwatch, muncul sebagai hasil dari tren ini (Redaksi, 2025). Sering kali, representasi menunjukkan aspek glamor dan hasil akhir dari aktivitas olahraga, menciptakan gagasan bahwa aktivitas olahraga tersebut identik dengan gaya hidup tertentu yang tidak selalu dapat diakses oleh semua orang.

Namun, tidak semua representasi media sosial berkonsentrasi pada hasil akhir. Ada beberapa pembuat yang menampilkan proses sebagai elemen utama dari cerita yang dibangun. Salah satu contoh yang menarik adalah unggahan Instagram Dr. Tirta, di mana dia menceritakan tentang perjalanan pembentukan mental yang panjang yang dia lakukan dengan bersepeda sejak tahun 2022. Unggahan tersebut terdiri dari sebelas slide yang menyajikan catatan perjalanan secara berurutan, mulai dari kondisi awal, hambatan, dan pengalaman yang gagal. Unggahan ini secara eksplisit menunjukkan kesulitan, kelelahan, dan keterbatasan, berbeda dengan konten yang menunjukkan keberhasilan.

Menariknya, unggahan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi pribadi, tetapi juga sebagai representasi yang memberikan makna tertentu tentang “proses”. Dalam perspektif komunikasi, representasi tidak hanya menunjukkan realitas, tetapi juga membentuknya melalui penggunaan tanda dan simbol. Teori representasi sosial menegaskan bahwa media tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi ikut membangun “dunia sosial” melalui teks dan

konteks; makna muncul lewat proses semiosis (pemberian makna pada tanda) dalam komunikasi massal dan media sosial (Balakina, 2025). Dr. Tirta tidak hanya menunjukkan olahraga, tetapi juga menceritakan bahwa perjuangan yang panjang menghasilkan keberhasilan. Penggunaan data seperti jarak tempuh, durasi, dan visual kondisi ekstrim selama perjalanan memperkuat cerita ini. Namun, audiens tidak selalu setuju dengan makna yang diciptakan oleh kreator. Melalui pengikut dari akun Instagram @dr. Tirta saat ini sudah mempunyai sebanyak 2,4 juta pengikut. Dr. Tirta biasanya berkolaborasi dengan akun @pengpenggeng untuk mengunggah konten kesehatan ke Reels Instagram, di mana dia membagikan edukasi kesehatan melalui video Reels dan foto feeds dengan tujuan meningkatkan gaya hidup sehat di kalangan netizen dan masyarakat umum (Salsabila & Fatoni, 2024). Dari 293 komentar, penelitian mengambil 200 untuk digunakan sebagai data. Ada berbagai interpretasi dari representasi proses yang ditampilkan, mulai dari penghargaan hingga kritik yang mengaitkannya dengan masalah privilege.

Perbedaan penafsiran tersebut menunjukkan bahwa Audiens bukanlah penerima yang pasif, melainkan penerima yang aktif berdasarkan pengalaman, status sosial, dan sudut pandang individu. Dalam konteks ini, makna bisa menjadi sesuatu yang tidak permanen, dan bisa dinegosiasikan melalui interaksi antara pencipta dan penonton. Oleh karena itu, fungsi media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai arena menampilkan makna. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami fenomena tersebut pada tingkat yang lebih dalam dengan menerapkan pendekatan semiotik Roland Barthes untuk menganalisis konstruksi representasi proses melalui tanda dan simbol dalam konteks pos, dan teori resepsi Stuart Hall untuk menganalisis resepsi audiens terhadap representasi tersebut. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk menyelidiki tidak hanya bagaimana makna dihasilkan tetapi juga bagaimana makna tersebut dialami dan dipahami oleh audiens.

Penelitian ini penting karena mengambil pendekatan yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang cenderung berfokus pada representasi kemewahan atau gaya hidup di platform media sosial. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bagaimana proses yang seringkali bermasalah ini digunakan sebagai strategi komunikasi untuk membangun citra autentik. Lebih jauh lagi, penelitian ini mengungkapkan kontradiksi antara kisah autentik yang diciptakan oleh para kreator dan kritik sosial yang diciptakan oleh audiens. Berdasarkan deskripsi, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) bagaimana representasi proses dibangun dalam unggahan Dr. Tirta, dan (2) bagaimana audiens menafsirkan representasi tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis representasi proses dalam unggahan Instagram Dr. Tirta dan untuk menganalisis penerimaan representasi proses oleh audiens. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada studi komunikasi, khususnya dalam representasi di media sosial dan dinamika penerimaan audiens dalam konteks budaya digital. Lebih lanjut, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian masa depan tentang fenomena serupa dalam konteks yang lebih luas.

Literature Review

Representasi dan Semiotika dalam Media Sosial

Studi tentang representasi di media sosial tidak dapat dipisahkan dari pendekatan semiotik, yang menekankan bagaimana makna dibentuk melalui tanda dan simbol. Dari perspektif semiotik, Roland Barthes membagi makna menjadi tiga tingkatan: denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi mengacu pada makna literal suatu tanda, sedangkan konotasi berkaitan dengan makna ideologis yang lebih dalam, dan mitos adalah sistem makna yang telah dinaturalisasi dalam masyarakat. Dalam konteks media sosial, semiotika penting karena konten visual seperti foto dan video tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun realitas sosial tertentu. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa simbol visual di platform seperti Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap bagaimana audiens memahami dan menanggapi suatu pesan. Konten yang kaya akan simbol cenderung menarik lebih banyak perhatian dan meningkatkan keterlibatan pengguna daripada konten dengan lebih sedikit simbol (Gurung & Agarwal, 2025).

Tabel 1 Tiga Tingkat Makna Barthes

Denotasi (makna literal)	Konotasi (makna kultural/emosional)	Mitos (ideologi yang dinaturalisasi)
Dipahami sebagai makna paling langsung: apa yang tampak di layar (objek, warna, pose, teks) (Salsaby & Rubino, 2023).	Tumbuh dari asosiasi budaya, emosi, dan pengalaman pengguna: warna cerah → semangat/kreativitas; biru → kepercayaan/stabilitas (Balakina, 2025; Veum et al., 2024).	Barthes memandang mitos sebagai sistem tanda tingkat kedua yang menaturalisasi nilai dan ideologi; dalam konteks media, ia menjelaskan bagaimana objek sehari-hari membawa pesan ideologis tersembunyi (Balcioglu et

		al., 2025; Priyadharshini & Karthiga, 2025; Siregar, 2021).
Contoh: ikon telepon = komunikasi; rumah adat = tempat tinggal; foto kota = pemandangan urban (Siregar, 2021; Triary Hardy & Susilo, 2022).	Pada self-representation remaja, perbedaan denotasi/konotasi membantu mereka menyadari bagaimana simbol tertentu membangun identitas diri di media sosial (Veum et al., 2024).	Studi iklan, film, tradisi budaya, dan pariwisata menunjukkan bahwa mitos merangkum narasi besar seperti “komunikasi global cepat dan aman”, “kearifan lokal yang harmonis”, atau “kota modern yang kreatif” (Salsaby & Rubino, 2023; Siregar, 2021).

Lebih lanjut, penelitian oleh (Naeem et al., 2025) menemukan bahwa interaksi antara tanda visual dan konteks sosial pengguna memengaruhi bagaimana audiens membangun persepsi mereka terhadap konten. Dalam penelitian ini, simbol dan tanda di Instagram memengaruhi tidak hanya interpretasi tetapi juga perilaku pengguna, termasuk keterlibatan dan keputusan konsumsi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semiotika di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menganalisis makna tetapi juga sebagai kerangka kerja untuk memahami bagaimana konten visual membentuk persepsi dan interaksi audiens.

Tabel 2 Contoh penerapan tiga tingkat makna Barthes di berbagai teks media

Objek	Denotasi	Konotasi	Mitos/Ideologi	Sumber
Media Sosial/Visual				
Logo aplikasi sosial	Bentuk , ikon, warna	Memberikan kesan emosional seperti profesional, ramah, atau modern	Media sosial sebagai sarana ekspresi diri dan keterhubungan global	(Balcioglu et al., 2025)
Foto wisata/urban (Instagram)	Gedung, manusia, aktivitas kota	Gaya hidup modern, kreatif, dinamis	Kota sebagai simbol pusat budaya dan modernitas	(Siregar, 2021; Triary Hardy & Susilo, 2022)
Self-representation remaja	Foto diri, pose, simbol hobi	Nilai personal, kepribadian, citra diri	Standar ideal dalam menampilkan identitas di media sosial	(Veum et al., 2024)
Iklan/film religius	Adega ibadah, keluarga, simbol agama	Kesalehan, harmoni, nilai spiritual	Narasi moral dan dakwah dalam konteks modern	(Salsaby & Rubino, 2023)

Visual Culture dan Konstruksi Identitas Digital

Perkembangan media sosial telah melahirkan apa yang dikenal sebagai budaya visual, di mana komunikasi didominasi oleh gambar dan visual. Dalam konteks ini, identitas individu tidak lagi dibangun semata-mata melalui teks, tetapi melalui representasi visual yang dikurasi secara strategis. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam pembentukan identitas digital, khususnya melalui narasi visual yang dibuat oleh pengguna. Visual tidak hanya merepresentasikan realitas tetapi juga membentuk persepsi audiens tentang identitas seseorang. Sebuah studi oleh Evans (2024) menegaskan bahwa narasi visual di media sosial berkontribusi pada pembentukan identitas dan citra diri di ruang digital, khususnya dalam konteks gaya hidup dan budaya populer (Maryam & Budiwaty, 2025).

Lebih jauh lagi, visual di media sosial sering digunakan sebagai alat komunikasi persuasif. Penelitian tentang eco-influencer di Instagram menemukan bahwa visual digunakan untuk membangun narasi yang memengaruhi persepsi

audiens terhadap isu-isu tertentu (Anialasalam et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa visual tidak hanya representatif tetapi juga memiliki fungsi retorik dalam membentuk opini publik. Dalam konteks penelitian ini, konsep budaya visual relevan untuk memahami bagaimana Dr. Tirta membangun citra "Pelari Kalcer" melalui kombinasi visual, teks, dan data.

Teori Resepsi dan Pemaknaan Audiens

Dalam studi komunikasi, audiens tidak lagi dipandang sebagai peserta pasif, melainkan sebagai aktor aktif yang mampu menafsirkan pesan. Hal ini dijelaskan dalam teori resepsi Stuart Hall, yang membagi proses pembentukan makna menjadi tiga posisi: pembacaan dominan, pembacaan negosiasi, dan pembacaan oposisional. Pembacaan dominan terjadi ketika audiens menerima makna sebagaimana yang dimaksudkan oleh pencipta pesan. Pembacaan negosiasi menunjukkan penerimaan sebagian dengan modifikasi tertentu, sedangkan pembacaan oposisional mewakili penolakan terhadap makna yang dibangun. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa dalam konteks media sosial, proses resepsi menjadi semakin kompleks, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang sosial, pengalaman individu, dan konteks budaya. Studi komunikasi digital menunjukkan bahwa audiens secara aktif menafsirkan simbol dan tanda berdasarkan pengalaman sosial mereka, menghasilkan beragam makna (Arifah & Romadlany, 2025). Penelitian dalam konteks media sosial juga menunjukkan bahwa interaksi antara kreator dan audiens bersifat dialogis, di mana makna tidak hanya dihasilkan oleh kreator tetapi juga direkonstruksi oleh audiens melalui komentar dan tanggapan (Naeem et al., 2025). Dengan demikian, teori resepsi penting untuk memahami bagaimana representasi proses yang dibangun oleh Dr. Tirta dapat diterima, dinegosiasikan, atau ditolak oleh audiens.

Representasi Proses dan Narasi Autentisitas di Media Sosial

Sebagian besar penelitian tentang media sosial cenderung berfokus pada representasi kemewahan dan gaya hidup. Namun, penelitian terbaru menunjukkan pergeseran ke arah representasi yang menekankan proses dan otentisitas. Konten yang menggambarkan proses, termasuk perjuangan dan kegagalan, dianggap lebih autentik dan dapat meningkatkan kepercayaan audiens. Hal ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa simbol dan narasi dengan kedalaman makna yang lebih besar cenderung menghasilkan keterlibatan yang lebih besar (Gurung & Agarwal, 2025).

Pendekatan semiotik terhadap komunikasi digital menunjukkan bahwa representasi proses dapat berfungsi sebagai strategi untuk membangun identitas yang lebih kredibel dan mudah dipahami. Visual yang menggambarkan realitas yang tidak sempurna, seperti kelelahan dan kegagalan, sebenarnya memperkuat persepsi otentisitas. Dalam konteks ini, representasi proses Dr. Tirta dapat dipahami sebagai strategi komunikasi yang bertujuan untuk membangun citra autentik di tengah dominasi konten estetika dan glamor.

Representasi dan Konstruksi Sosial di Media Sosial

1. Media sosial menghasilkan teks multimodal (teks, gambar, suara) yang mematerialkan representasi sosial; proses semiosis di sini selalu melibatkan penetapan makna denotatif dan konotatif (Balakina, 2025; Muhammad, 2022).
2. Emoji, meme, dan simbol lain di platform seperti Instagram membentuk bahasa visual bersama yang mengekspresikan emosi, nilai, dan ideologi, sekaligus dapat menantang atau mengukuhkan norma dominan (Balcioğlu et al., 2025).
3. Analisis semiotik pada konten Instagram resmi menunjukkan bagaimana kota, budaya lokal, atau kampanye politik dibingkai lewat tanda yang tampak "alami" padahal sarat konstruksi ideologis (Siregar, 2021; Triary Hardy & Susilo, 2022).

Pendekatan semiotik Roland Barthes relevan untuk membaca representasi di media sosial karena memungkinkan pemisahan antara apa yang tampak, asosiasi kultural/emosionalnya, dan ideologi yang dinaturalisasi. Studi tentang logo, iklan, pariwisata, identitas remaja, emoji, dan meme menunjukkan bahwa denotasi, konotasi, dan mitos bekerja bersama membentuk cara pengguna memahami diri, budaya, dan realitas sosial di platform seperti Instagram.

Research Gap (Celah Penelitian)

Berdasarkan tinjauan pustaka, beberapa kesenjangan penelitian muncul yang menjadi dasar studi ini. Pertama, sebagian besar studi sebelumnya berfokus pada representasi visual dalam konteks branding, pariwisata, atau kampanye sosial, tetapi hanya sedikit yang meneliti fenomena "kalcer runner" sebagai bagian dari budaya digital. Kedua, penelitian tentang semiotika dan resepsi umumnya dilakukan secara terpisah. Studi semiotika cenderung berfokus pada analisis tekstual atau visual, sementara studi resepsi menekankan audiens. Studi ini berupaya menggabungkan kedua pendekatan ini untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Ketiga, penelitian sebelumnya lebih berfokus

pada representasi kemewahan atau kesuksesan di media sosial. Sementara itu, studi ini berfokus pada representasi proses yang melibatkan perjuangan dan kegagalan, dan bagaimana hal tersebut diinterpretasikan oleh audiens. Oleh karena itu, studi ini menawarkan kontribusi baru bagi studi komunikasi digital, khususnya dalam memahami bagaimana representasi proses dapat berfungsi sebagai strategi komunikasi dan ruang untuk kontestasi makna di media sosial.

Kerangka Penelitian

Alur Kerangka Penelitian

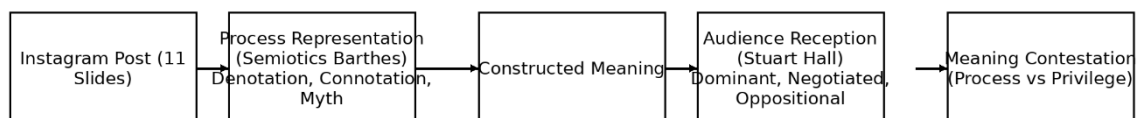
Tabel 3 Alur Kerangka Penelitian

TAHAPAN	PENJELASAN
INPUT	Unggahan Instagram dr. Tirta (11 slide)
PROSES 1 (ENCODING)	Analisis semiotika (denotasi, konotasi, mitos)
PROSES 2 (DECODING)	Analisis resepsi audiens (200 komentar)
OUTPUT	Kontestasi makna “proses vs privilege”

Kerangka penelitian ini menunjukkan bahwa unggahan Instagram Dr. Tirta berfungsi sebagai bentuk pengkodean, yaitu proses menghasilkan makna melalui tanda dan simbol visual. Makna ini dianalisis menggunakan semiotika Barthes untuk mengidentifikasi bagaimana proses tersebut direpresentasikan dalam setiap slide. Makna yang dibangun tidak selalu diterima secara seragam oleh audiens. Melalui proses decode, audiens menafsirkan makna berdasarkan pengalaman individu, latar belakang sosial, dan perspektif mereka. Proses ini dianalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Hasil dari proses pengkodean dan decode ini menghasilkan fenomena kontestasi makna, di mana perbedaan interpretasi terjadi antara kreator dan audiens. Dalam penelitian ini, kontestasi ini terlihat jelas dalam perbedaan makna antara "proses sebagai perjuangan" dan "proses sebagai hak istimewa." Dengan begitu, kerangka penelitian ini menekankan bahwa makna dalam media sosial bersifat dinamis dan terbentuk melalui interaksi antara produksi dan konsumsi pesan.

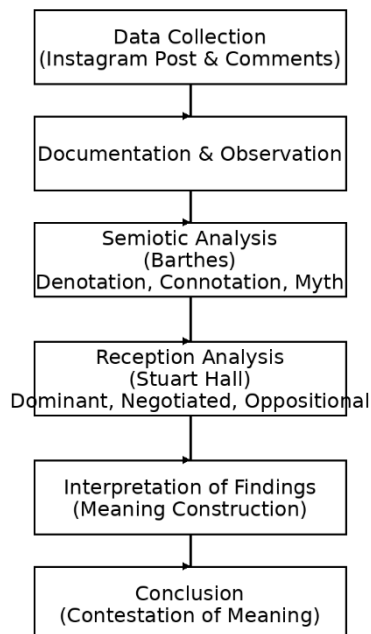
Tabel 4 Research Framework

Research Framework



METODE

Tabel 5 Flowchart Method



Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna yang dibangun dalam representasi visual dan bagaimana makna tersebut diinterpretasikan oleh audiens (Asmawati Safitri et al., 2025; Caristia & Isnaini, 2025; Wardhani et al., 2023). Paradigma konstruktivis menekankan bahwa realitas sosial bukanlah objektif, melainkan dibentuk melalui interaksi individu dan interpretasi simbol dan tanda. Paradigma konstruktivis/sosial konstruktivis menekankan bahwa realitas sosial dibangun melalui subjektivitas, interaksi, dan penafsiran makna. Penelitian ini merupakan studi kasus, yang berfokus pada satu unggahan Instagram oleh Dr. Tirta sebagai objek penelitian. Studi kasus ini dipilih karena memungkinkan analisis mendalam tentang fenomena representasi proses dalam konteks tertentu. Dalam kajian visual di Instagram, konstruktivisme dipakai untuk menafsirkan bagaimana citra, komposisi, dan simbol membentuk realitas (Hany et al., 2025).

Objek penelitian ini adalah satu unggahan Instagram dr. Tirta yang terdiri dari 11 slide, yang merepresentasikan perjalanan proses pembentukan mental melalui aktivitas olahraga. Sementara itu, subjek penelitian adalah audiens atau pengguna Instagram yang memberikan respons terhadap unggahan tersebut, yang diwujudkan dalam bentuk komentar. Dari total 293 komentar, penelitian ini menggunakan 200 komentar sebagai data yang dianalisis.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui:

1. Dokumentasi

Data utama diperoleh melalui dokumentasi unggahan Instagram, berupa tangkapan layar (screenshot) dari 11 slide serta komentar audiens.

2. Observasi Non-Partisipant

Peneliti melakukan pengamatan terhadap interaksi yang terjadi dalam kolom komentar tanpa terlibat langsung dalam percakapan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap utama:

1. Analisis Semiotika

Analisis semiotika digunakan untuk mengkaji representasi proses dalam unggahan Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yang membagi makna menjadi tiga tingkatan:

- a) **Denotasi** → makna literal dari visual dan teks

- b) **Konotasi** → makna kultural dan emosional
- c) **Mitos** → ideologi yang dinaturalisasi

Melalui analisis ini, setiap slide dianalisis untuk mengidentifikasi bagaimana proses direpresentasikan secara visual dan simbolik.

2. Analisis Resepsi Audiens

Untuk memahami bagaimana makna tersebut diterima oleh audiens, penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall.

Komentar audiens dikategorikan ke dalam tiga posisi pembacaan:

- a) **Dominant Reading** → audiens menerima makna sesuai dengan yang dibangun kreator
- b) **Negotiated Reading** → audiens menerima sebagian, namun dengan penyesuaian
- c) **Oppositional Reading** → audiens menolak makna yang dibangun

Proses analisis dilakukan dengan mengelompokkan komentar berdasarkan pola makna yang muncul.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan **triangulasi sumber** dalam Teknik Validitas Data, yaitu:

- a) Data visual (unggahan Instagram)
- b) Data teks (komentar audiens) → data diambil melalui extension chrome esuit.dev
- c) Teori (semiotika dan resepsi)

Triangulasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa hasil analisis tidak hanya bergantung pada satu sumber data, tetapi diperkuat oleh berbagai perspektif.

Data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk:

- a) Tabel analisis semiotika (11 slide)
- b) Tabel kategorisasi komentar (200 komentar)
- c) Narasi deskriptif hasil analisis

Penyajian ini bertujuan untuk mempermudah pembacaan dan interpretasi hasil penelitian secara sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi Proses dalam Unggahan Instagram

Sesuai dengan metode penelitian yang menggunakan analisis semiotik Roland Barthes, temuan studi ini berfokus pada bagaimana makna dibangun melalui tiga tingkatan: denotasi, konotasi, dan mitos. Analisis dilakukan pada 11 slide dari unggahan Instagram Dr. Tirta, yang secara kolektif membentuk narasi proses yang koheren dan berkelanjutan. Pada tingkat denotasi, setiap slide menampilkan elemen visual literal, seperti aktivitas bersepeda, kondisi jalan, ekspresi wajah, dan data jarak tempuh. Elemen-elemen ini berfungsi sebagai dokumentasi yang menggambarkan perjalanan fisik yang dilakukan. Namun, makna tidak berhenti pada tingkat ini. Pada tingkat konotasi, visual tersebut menyampaikan makna yang lebih dalam, seperti perjuangan, kelelahan, ketahanan mental, dan konsistensi dalam menjalani proses. Lebih lanjut, pada tingkat mitos, unggahan-unggahan ini membangun ideologi bahwa kesuksesan adalah hasil dari proses yang panjang dan penuh pengorbanan. Mitos ini diperkuat melalui kombinasi visual penderitaan, data kuantitatif, dan narasi yang berulang. Dengan demikian, unggahan-unggahan ini tidak hanya mewakili aktivitas olahraga tetapi juga membangun narasi ideologis tentang pentingnya proses dalam mencapai kesuksesan.

Tabel 6 Hasil Temuan Representasi Proses (11 Slide)

Slide	Representasi Proses	Bentuk Visual/Data	Makna (Konotasi)	Mitos yang Dibangun
-------	---------------------	--------------------	------------------	---------------------

Slide 1	Hasil akhir	Renang, teks “3.5 tahun lalu”	Konsistensi hasil dari proses	Kesuksesan berasal dari proses panjang
Slide 2	Awal proses	Jalan kosong, timestamp	Perjuangan dimulai dari nol	Individu harus keluar zona nyaman
Slide 3	Bukti proses	Data 564 km (Strava)	Validasi melalui data	Jarak = legitimasi kemampuan
Slide 4	Harga proses	Sepeda kotor, 49 jam	Pengorbanan fisik	Proses membutuhkan usaha besar
Slide 5	Bukti fisik	Selfie wajah lelah	Realitas kelelahan	Penderitaan = pembentukan mental
Slide 6	Validasi sosial	Video netizen	Proses diakui publik	Keaslian berasal dari pengakuan orang lain
Slide 7	Medan ekstrem	Jalan rusak	Tantangan lingkungan	Kesulitan membentuk karakter
Slide 8	Cuaca ekstrem	Hujan + tanjakan	Ketahanan mental	Alam sebagai ujian
Slide 9	Validasi lokasi	Pantura	Perjalanan nyata	Ruang publik sebagai saksi
Slide 10	Kegagalan	DNF Brebes	Kerentanan manusia	Gagal adalah bagian proses
Slide 11	Rekap proses	Peta 561 km	Jejak perjalanan	Proses dapat dipetakan

Sumber 1

https://www.instagram.com/p/DSHwEeLgabO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Tabel 6 menunjukkan bahwa representasi proses dibangun secara bertahap dan sistematis. Setiap slide memiliki fungsi naratif yang berbeda, namun saling terhubung untuk membentuk narasi yang terpadu. Slide pertama menampilkan hasil, sedangkan slide selanjutnya mengungkapkan proses yang mendasarinya, termasuk tantangan dan kegagalan. Penggunaan data seperti jarak tempuh dan durasi perjalanan menunjukkan strategi legitimasi dalam representasi tersebut. Data ini berfungsi sebagai bukti objektif yang memperkuat narasi subjektif tentang perjuangan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa representasi tersebut tidak hanya emosional tetapi juga rasional. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa representasi proses dalam unggahan ini dibangun melalui kombinasi visual, data, dan narasi, yang bersama-sama menciptakan makna tentang perjuangan dan otentisitas.

Kontestasi Makna

Temuan berikut menunjukkan perbedaan interpretasi antara kreator dan audiens. Hal ini dianalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall, yang menekankan peran aktif audiens dalam menafsirkan pesan. Dalam konteks ini, makna yang dibangun oleh Dr. Tirta sebagai "proses perjuangan" tidak sepenuhnya diterima oleh audiens. Sebaliknya, audiens memberikan beragam interpretasi, yang mencerminkan pengalaman individu dan latar belakang sosial mereka. Perbedaan ini menunjukkan bahwa makna di media sosial bersifat dinamis dan terbuka untuk berbagai interpretasi, yang menghasilkan fenomena pertentangan makna.

Tabel 7 Kontestasi Makna

Perspektif	Makna Proses	Implikasi
dr. Tirta	Proses = perjuangan, mental, konsistensi	Membangun citra otentik
Netizen Dominant	Proses = inspiratif	Memperkuat citra
Netizen Negotiated	Proses = usaha + privilege	Makna campuran
Netizen Oppositional	Proses = privilege	Menolak citra

Tabel 7 menunjukkan perbedaan yang jelas antara makna yang dibangun oleh pencipta dan makna yang dihasilkan oleh audiens. Dr. Tirta mendefinisikan proses tersebut sebagai perjuangan dan konsistensi, sementara audiens memiliki interpretasi yang lebih beragam. Audiens dalam kategori dominan cenderung memperkuat narasi yang dibangun, sementara audiens yang dinegosiasikan mulai mempertanyakan faktor-faktor lain seperti akses dan kondisi sosial. Sementara itu, audiens oposisi dengan tegas menolak narasi tersebut dengan mengaitkannya dengan isu-isu hak istimewa. Dengan demikian, tabel ini menunjukkan bahwa makna bukanlah entitas tunggal, melainkan hasil dari interaksi antara pencipta dan audiens.

Resepsi Audiens

Analisis penerimaan (resepsi) dilakukan pada 200 komentar menggunakan kategori pembacaan Stuart Hall. Hasilnya menunjukkan distribusi penerimaan, negosiasi, dan penolakan makna yang dibangun yang cukup beragam. Mayoritas audiens terlibat dalam pembacaan dominan, menunjukkan bahwa narasi proses Dr. Tirta cukup efektif dalam membentuk persepsi audiens. Namun, kehadiran pembacaan yang dinegosiasikan dan oposisional menunjukkan bahwa tidak semua anggota audiens sepenuhnya menerima makna tersebut. Hal ini menunjukkan kapasitas kritis audiens dalam menafsirkan konten media sosial.

Distribusi Resepsi Audiens (200 Komentar)

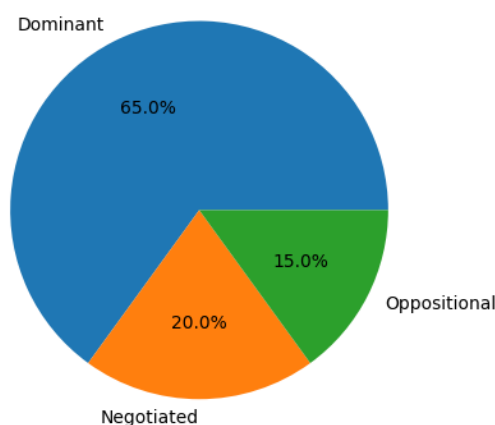


Diagram menunjukkan bahwa 65% audiens menempati posisi pembacaan dominan, artinya mereka menerima dan mendukung narasi tersebut. Sementara itu, 20% menempati posisi negosiasi, dan 15% menempati posisi oposisi. Persentase ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas audiens menerima narasi proses tersebut, sebagian besar menawarkan interpretasi alternatif. Hal ini menunjukkan ruang kritis dalam interpretasi audiens terhadap konten media sosial. Sehingga, hasil ini menegaskan bahwa proses komunikasi di media sosial bukanlah satu arah, melainkan melibatkan interaksi dan negosiasi makna.

Tabel 8 Hasil Temuan Resepsi Audiens (200 Komentar)

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Dominant	130	65%
2	Negotiated	40	20%
3	Oppositional	30	15%

Hasil Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa representasi proses dalam unggahan Instagram Dr. Tirta tidak dapat dipahami hanya sebagai dokumentasi aktivitas olahraga, melainkan sebagai bentuk konstruksi makna yang kompleks dan strategis dalam membangun citra diri di ruang digital. Dari perspektif semiotik, setiap elemen visual yang

ditampilkan, dari kondisi fisik tubuh, lingkungan ekstrem, hingga data kuantitatif seperti jarak dan waktu, berfungsi sebagai sistem tanda yang membentuk narasi spesifik. Narasi ini beroperasi tidak hanya pada tingkat denotatif sebagai dokumentasi, tetapi juga berkembang pada tingkat konotatif sebagai simbol perjuangan, ketahanan mental, dan konsistensi. Kemudian, pada tingkat mitologis, representasi ini membangun ideologi bahwa kesuksesan adalah hasil dari proses panjang dan penuh pengorbanan. Mitos ini beroperasi secara halus dengan menaturalisasi pengalaman ekstrem sebagai sesuatu yang "alami" dalam mencapai kesuksesan. Temuan ini sejalan dengan penelitian tentang semiotika visual di media sosial, yang menunjukkan bahwa konten Instagram tidak hanya menyampaikan realitas tetapi juga membentuk persepsi audiens melalui simbol dan konstruksi makna berlapis (Fakhmi et al., 2025). Dengan demikian, unggahan Dr. Tirta dapat dipahami sebagai bentuk "narasi performatif" yang tidak hanya mendemonstrasikan pengalaman tetapi juga membimbing bagaimana audiens memahami makna dari proses itu sendiri (Salsabila & Fatoni, 2024).

Namun, temuan studi ini menjadi lebih signifikan ketika dikaitkan dengan analisis penerimaan audiens. Berdasarkan teori Stuart Hall, makna yang dihasilkan oleh kreator bukanlah sesuatu yang final, melainkan terbuka untuk diinterpretasikan ulang oleh audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun mayoritas audiens memiliki posisi interpretasi yang dominan (65%), terdapat kelompok yang menegosiasikan (20%) dan bahkan menentang (15%) makna yang dibangun. Fenomena ini menunjukkan bahwa audiens di era media sosial tidak lagi pasif, melainkan aktif dalam menghasilkan makna. Hal ini diperkuat oleh penelitian terbaru yang menyatakan bahwa interaksi di Instagram bersifat dialogis, di mana makna dibentuk melalui hubungan timbal balik antara kreator dan audiens, bukan sekadar komunikasi satu arah (Rusydia et al., 2025). Dengan kata lain, unggahan media sosial tidak hanya dikonsumsi tetapi juga dinegosiasikan secara sosial oleh audiens (Hambali et al., 2022). Lebih dalam lagi, munculnya interpretasi oposisi yang menghubungkan representasi proses dengan isu-isu hak istimewa menunjukkan ketegangan antara narasi individu dan realitas sosial (Septiani, 2025). Apa yang direpresentasikan oleh kreator sebagai "perjuangan" diinterpretasikan oleh sebagian audiens sebagai "hak istimewa yang tidak dimiliki semua orang." Hal ini menunjukkan bahwa makna tidak hanya ditentukan oleh isi itu sendiri, tetapi juga oleh posisi sosial audiens dalam struktur masyarakat.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui perspektif konstruksi realitas sosial, di mana media berperan dalam membentuk standar tertentu yang kemudian dianggap sebagai kebenaran universal. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membentuk standar sosial, baik dalam konteks kecantikan, gaya hidup, atau identitas, yang kemudian diinternalisasi oleh audiens (Nagara & Nurhajati, 2022). Dalam konteks penelitian ini, representasi proses tersebut berpotensi membentuk standar baru tentang "bagaimana seharusnya perjuangan itu terlihat," yang tidak selalu relevan dengan keadaan semua individu. Berikutnya, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Dr. Tirta sangat efektif dalam membangun persepsi otentisitas (Bakiner, 2025). Penggunaan visual penderitaan, data objektif, dan narasi yang konsisten menciptakan rasa "nyata" dan "jujur." Namun, otentisitas ini bersifat performatif, karena tetap merupakan konstruksi sadar yang dirancang untuk membangun citra tertentu (Barta & Andalibi, 2021). Dalam konteks ini, otentisitas bukanlah realitas netral, melainkan bagian dari strategi representasional. Selepas itu, fenomena ini juga dapat dipahami dalam kerangka budaya digital, di mana identitas dibangun melalui kurasi visual dan narasi pribadi. Media sosial memungkinkan individu untuk memilih aspek-aspek spesifik dari pengalaman mereka untuk ditampilkan, sehingga menciptakan versi realitas yang terkonstruksi. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa media digital berfungsi sebagai ruang di mana individu membangun identitas melalui representasi simbolik dan interaksi sosial yang berkelanjutan (Puspitasari, 2025). Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa unggahan Dr. Tirta tidak hanya berfungsi sebagai konten inspiratif tetapi juga sebagai praktik komunikasi yang mereproduksi nilai-nilai tertentu tentang kerja keras, ketahanan, dan kesuksesan. Namun, nilai-nilai ini tidak diterima secara universal tetapi justru dinegosiasikan dan diperdebatkan oleh audiens. Terakhir, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial adalah ruang untuk kontestasi makna, di mana berbagai interpretasi bertemu dan berinteraksi. Representasi proses tidak hanya membangun citra individu tetapi juga membuka wacana sosial yang lebih luas tentang kesetaraan, akses, dan legitimasi pengalaman. Dalam konteks ini, makna tidak lagi tunggal melainkan hasil dari interaksi dinamis antara pencipta, konten, dan audiens.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa representasi proses dalam unggahan Instagram Dr. Tirta secara sistematis dibangun melalui kombinasi visual, data, dan narasi yang menekankan perjuangan, ketahanan, dan konsistensi. Dengan menggunakan pendekatan semiotik, ditemukan bahwa makna tidak terbatas pada tingkat denotatif, tetapi berkembang membentuk mitos tentang kesuksesan sebagai hasil dari proses yang panjang. Namun, melalui analisis penerimaan, ditemukan bahwa makna ini tidak diterima secara seragam oleh audiens. Meskipun mayoritas audiens menerima narasi yang dibangun, ada kelompok yang menegosiasikan dan bahkan menolak makna ini dengan mengaitkannya dengan isu-isu hak istimewa. Sehingga, benang merah penelitian ini adalah bahwa makna di media sosial bukanlah tunggal, melainkan hasil interaksi antara kreator dan audiens. Representasi proses tidak hanya membangun citra, tetapi juga membuka ruang untuk kontestasi makna yang mencerminkan dinamika sosial masyarakat digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, D., Syauqi, A., Maella, S. F. S., Prasetyo, I. J., & Sugeng, D. (2025). Tiktok Dan Eksistensi Diri: (Studi Fenomenologi Pada TikTokers Madura). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(2), 15–27. <https://doi.org/10.59435/GJMI.V3I2.1423>
- Alhaq, A. A. M. A. (2024, January 6). *Lari Sebagai Gaya Hidup Urban: Antara Kesehatan dan Status Sosial - BERBAGI News*. *Berbaginews.Com*. <https://berbaginews.com/2025/01/06/lari-sebagai-gaya-hidup-urban-antara-kesehatan-dan-status-sosial/>
- Anialasalam, A., Yousef, Y., & Agustianingrum, I. (2025). Reframing Sustainability: Visual Rhetoric Of Eco-Influencers In Instagram Reels Campaigns. *International Journal of Graphic Design*, 3(2), 263–278. <https://doi.org/10.51903/ijgd.v3i2.3099>
- Arifah, D. F., & Romadlany, Z. (2025). Analysis of the Management and Use of Digital Illustrations as a Media to Represent Islamic Da'wah Messages on the Instagram Account @Akhlaqpedia. *Journal of Educational Management Research*, 4(4), 1586–1601. <https://doi.org/10.61987/jemr.v4i4.1150>
- Asmawati Safitri, Andi Agussalim, Haeruddin Haeruddin, & Fitriani Fitriani. (2025). The Semiotic Construction of Boycott Narratives against Pro-Israel Products: A Case Study of Instagram Account @bdsarabic. *Fikri : Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 10(2), 430–445. <https://doi.org/10.25217/jf.v10i2.6535>
- Bakiner, A. (2025). Performing The Self Online: University Students' Identity Construction on Social Media. *OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi*, 22(5), 882–896. <https://doi.org/10.26466/opusjsr.1727321>
- Balakina, Y. (2025). Social representations in media communication from linguistic and semiotic perspectives. *Communication Studies*, 121. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2025.12\(1\).121-136](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2025.12(1).121-136)
- Balcioğlu, Y. S., Özkoçak, Y., Gümüşboğa, Y., & Altındağ, E. (2025). From Symbols to Emojis: Analyzing Visual Communication Trends on Social Media. *Studies in Media and Communication*, 13(2), 250. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i2.7509>
- Barta, K., & Andalibi, N. (2021). Constructing Authenticity on TikTok: Social Norms and Social Support on the “Fun” Platform. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1–29. <https://doi.org/10.1145/3479574>
- Caristia, L., & Isnaini, M. (2025). Expressions of Beauty Identity in Instagram Content of @Cindercella. *International Journal of Current Science Research and Review*, 08(08). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V8-i8-47>
- Fakhmi, F. A., Kurniawan, H., Lathifa, L. P. G., & Hawari, M. S. (2025). Analisis Semiotika Visual dan Interaksi Digital Audiens terhadap Iklan Indomie di Instagram: Analisis Semiotika Visual dan Interaksi Digital Audiens. *JURNAL HERITAGE*, 13(2), 238–249. <https://doi.org/10.35891/5CT0MW88>
- Gurung, M. I., & Agarwal, N. (2025). Examining the role of semiotics in social media-driven information campaigns. *Data & Policy*, 7, e58. <https://doi.org/10.1017/DAP.2025.10022>
- Hambali, M., Suyitno, I., R., & M. (2022). Reader Response on Public Figure Opinion in Social Media. *Webology*, 19(1), 4158–4173. <https://doi.org/10.14704/WEB/V19I1/WEB19274>
- Hany, A. D. K., Zairin, D. D. C., Putra, R. A., & Vera, K. D. (2025). A Multimodal Discourse Analysis of Sexual Violence Representation by the Social Media in Indonesia. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(2), 367–390. <https://doi.org/10.18326/inject.v10i2.4767>
- Indrapuspita, M., Maella, N. F. S., Prawiradiredja, S., & Fadillah, A. R. (2023). PUAN MAHARANI'S PERSONAL BRANDING IN POLITICAL COMMUNICATION THROUGH SOCIAL MEDIA. *Proceeding of International Conference on Multidisciplinary Research*, 1(1), 173–190. <https://proceedingkptcn.com/index.php/icmr/article/view/20>
- Karim Amrullah, R., Panuju, R., Farni Syam Maella, N., & Harliantara. (2024). THE ROLE OF PROTOCOL AND COMMUNICATION IN BUILDING PRESIDENT JOKO WIDODO'S LEADERSHIP IMAGE ON INSTAGRAM PERAN PROTOKOLER DAN KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN CITRA KEPEMIMPINAN PRESIDEN JOKO WIDODO DI INSTAGRAM. *COSTING: Journal of Economic, Business*

and Accounting , 7(5).

- Maryam, E., & Budiwaty, S. (2025). THE SEMIOTICS OF CULTURAL COMMODIFICATION : REPACKAGING THE ENGLISH AFTERNOON TEA TRADITION. *IJEAL (International Journal of English and Applied Linguistics)*, 5(3), 421–429. <https://doi.org/doi.org/ijael.v5i3.7289>
- Muhammad, M. A. (2022). The Use of Semiotic Choices in Social Media. *JOURNAL OF LANGUAGE STUDIES*, 6(1), 413–423. <https://doi.org/10.25130/jls.6.1.25>
- Naeem, M., Ozuem, W., Ranfagni, S., & Howell, K. (2025). User Generated Content and Brand Engagement: Exploring the role of electronic semiotics and symbolic interactionism on Instagram. *Computers in Human Behavior*, 168, 108642. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2025.108642>
- Nagara, M. R. N. D., & Nurhajati, L. (2022). The Construction and Adoption of Beauty Standard by Youth Female as the Consumer of K-Beauty Products in Indonesia. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 258–277. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.543>
- Primadesti, R., Maella, N. A. F. S., & Harliantara. (2024). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PRAKTIK PUBLIC RELATIONS DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN MANGGARAI BARAT NUSA TENGGARA TIMUR* (Vol. 5, Issue 4). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jtpm>
- Priyadharshini, J., & Karthiga, R. K. J. (2025). The biopsychosocial materno-semiotics framework: A holistic analytical tool for film studies. *MethodsX*, 14, 103279. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2025.103279>
- Puspitasari, N. (2025). SKRIPSI ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @NUONLINE_ID SEBAGAI MEDIA. *Repository.Metrouniv.Ac.Id*.
- Redaksi. (2025, October 24). *Fenomena Pelari Kalcer: Antara Gaya Hidup Sehat dan Pencarian Validasi*. Mediamassa.Co.Id. <https://www.mediamassa.co.id/2025/10/fenomena-pelari-kalcer-antara-gaya.html>
- Rusydiana, N. R. U., Rosyada, M., Sholiha, M. M., & Mohammad Afri Muadom. (2025). Figuring And Disfiguring: Audience Participation In Qur'anic Exegesis on Instagram. *Journal of Asian Wisdom and Islamic Behavior*, 3(2), 102–115. <https://doi.org/10.59371/jawab.v3i2.97>
- Salsabila, C. H., & Fatoni, A. (2024). The Influence of Content Exposure and Information Quality on Instagram @dr. Tirta towards a Healthy Lifestyle (Study on Followers of dr. Tirta's Instagram Account). *Indonesian Journal of Interdisciplinary Research in Science and Technology*, 2(2), 171–184. <https://doi.org/10.55927/marcopolo.v2i2.7972>
- Salsaby, M., & Rubino. (2023). Moral Messages in the Film Cinta Subuh by Ali Farighi: A Semiotic Analysis of Roland Barthes. *Community Medicine and Education Journal*, 4(2), 332–338. <https://doi.org/10.37275/cmej.v4i2.348>
- Septiani, T. (2025). PERSEPSI GEN X DAN MILENIAL TERHADAP KONTEN EDUKASI SEKSUAL DI AKUN INSTAGRAM @taulebih.id. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 12(2), 69–82. <https://doi.org/10.33592/dk.v12i2.7394>
- Siregar, R. Y. (2021). Local Wisdom and Social Change (Roland Barthes' Semiotic Analysis in Advertisement "The Light of Aceh"). *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 16(1), 15–26. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v16i1.715>
- Triary Hardy, M., & Susilo, D. (2022). Jakarta's urban culture representation on social media @jakarta_tourism: A semiotics analysis. *Simulacra*, 5(1), 29–43. <https://doi.org/10.21107/sml.v5i1.13648>
- Veum, A., Burgess, M. Ø., & Mills, K. A. (2024). Adolescents' critical, multimodal analysis of social media self-representation. *Language and Education*, 38(3), 482–501. <https://doi.org/10.1080/09500782.2023.2287508>
- Wardhani, A. K., Hassan, H., & Musnur, I. (2023). Production and exchange of meaning in instagram beauty influencer visual content in Indonesia: a social semiotic analysis. *Gelar: Jurnal Seni Budaya*, 21(2), 175–186. <https://doi.org/10.33153/glr.v21i2.4748>