

ANALISIS KONSTRUKSI IDENTITAS INTELEKTUAL DALAM KONTEN YOUTUBE CHANNEL FERRY IRWANDI

ANALYSIS OF INTELLECTUAL IDENTITY CONSTRUCTION IN THE CONTENT OF THE FERRY IRWANDI YOUTUBE CHANNEL

¹⁾Muslimin Ritonga, ²⁾Sepriadi Saputra, ³⁾Muhammad Ridho

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Jl. Prof.K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km. 3,5 Palembang 30126, PAHLAWAN,

KEMUNING, KOTA PALEMBANG 30126

Email: ^{1,2,3)} musliminritonga@radenfatah.ac.id, Sepriadisaputra_uin@radenfatah.ac.id,
2130701095@radenfatah.ac.id

ABSTRAK

Fenomena pergeseran ruang publik ke ranah digital menjadi latar utama penelitian ini, di mana media sosial terutama YouTube berfungsi sebagai arena baru bagi pembentukan identitas, legitimasi, serta produksi wacana intelektual. Salah satu figur yang menonjol dalam konteks tersebut adalah Ferry Irwandi, seorang kreator konten yang dikenal melalui narasi reflektif dan kritik sosial. Melalui kanal YouTube-nya, menunjukkan bagaimana individu membangun identitas dan wacana melalui strategi komunikasi digital yang terencana dan konsisten. Penelitian ini menganalisis identitas yang dibangun dari konten oleh channel Youtube Ferry Irwandi. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis wacana kritis (CDA) yang berlandaskan teori diskursif. Melalui observasi konten video, dokumentasi, serta analisis komentar audiens untuk memahami relasi, makna, dan praktik sosial dalam proses konstruksi identitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi identitas intelektual pada konten channel Ferry Irwandi terbentuk melalui tiga strategi utama, yaitu: (1) framing wacana reflektif yang mengarahkan audiens untuk berpikir kritis dan rasional; (2) kurasi diri dan personal branding yang konsisten dalam gaya visual, naratif, dan retorika; serta (3) komunikasi partisipatif yang mendorong dialog dan keterlibatan aktif audiens. Elemen-elemen naratif, visual, dan gaya komunikasi berperan penting dalam membangun kredibilitas Ferry sebagai figur intelektual publik yang reflektif dan komunikatif. Penelitian ini menunjukkan identitas di ruang digital tidak dibangun secara tunggal oleh kreator, melainkan merupakan hasil konstruksi kolaboratif antara kreator dan audiens melalui praktik komunikasi reflektif dan partisipatif. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa YouTube berpotensi menjadi arena pembentukan intelektualitas publik baru di era media partisipatif, sekaligus membuka ruang bagi kajian komunikasi digital tentang legitimasi, citra, dan otoritas intelektual dalam ruang publik digital.

Kata Kunci: Ferry Irwandi, Identitas, Intelektual, Komunikasi Digital, YouTube.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi, mengakses pengetahuan, dan membentuk identitasnya. Salah satu ruang digital yang memiliki pengaruh besar dalam proses tersebut adalah YouTube. Sebagai platform berbasis video dengan jutaan pengguna aktif di seluruh dunia, YouTube telah berkembang melampaui fungsi awalnya sebagai media hiburan menjadi arena diskursus publik tempat produksi wacana dan konstruksi identitas berlangsung secara luas. Dalam konteks Indonesia, platform ini menjadi media strategis bagi berbagai figur publik dan kreator untuk membangun citra diri sekaligus menyampaikan gagasan kritis kepada masyarakat. Triantoro, (2019). menunjukkan bahwa media sosial berperan besar dalam memperkuat simbol-simbol identitas dan ideologi tertentu di ruang publik Indonesia.

Di Indonesia, YouTube menempati posisi strategis sebagai ruang konsumsi dan produksi wacana digital. Berdasarkan laporan Data Reportal (2025), YouTube digunakan oleh lebih dari 143

juta pengguna aktif atau sekitar 67% dari populasi pengguna internet nasional. Jumlah ini menunjukkan bahwa YouTube telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Dalam konteks ini, YouTube tidak lagi sekadar menjadi saluran distribusi konten hiburan, melainkan ruang publik baru di mana gagasan, identitas, dan wacana sosial-politik dipertukarkan secara terbuka.

Fenomena identitas di Indonesia beberapa tahun terakhir menunjukkan dinamika yang kompleks. Politik identitas berbasis agama, etnis, dan ideologi masih kuat dan sering menjadi faktor dominan dalam ruang publik. Di sisi lain, muncul pula identitas digital generasi muda yang dibentuk melalui platform media sosial, termasuk YouTube, baik sebagai influencer, aktivis, maupun edukator. Dalam situasi tersebut, kehadiran figur intelektual digital menjadi alternatif representasi identitas publik di luar polarisasi politik dan tren populer semata. Salah satu figur menonjol dalam ruang ini adalah Ferry Irwandi, kreator konten edukatif dengan pendekatan reflektif dan kritik sosial. Melalui konten videonya, Ferry membangun citra intelektual publik yang mampu mengarahkan audiens untuk berpikir kritis. Kamala, (2023), yang menyatakan bahwa konten edukatif di YouTube mampu membentuk sikap dan persepsi audiens terhadap isu publik.

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini juga berangkat dari maraknya praktik komunikasi digital yang tidak selalu disertai dengan kemampuan literasi kritis. Dalam ruang publik daring, wacana kerap dimanfaatkan atau dimanipulasi untuk kepentingan politik, ideologis, maupun komersial. Sebaliknya, figur seperti Ferry Irwandi justru menghadirkan narasi yang reflektif, rasional, dan bernuansa edukatif. Oleh karena itu, peneliti ingin membahas lebih lanjut mengenai konstruksi identitas intelektual dalam konten *Youtube Channel* Ferry Irwandi untuk menelusuri bagaimana proses konstruksi identitas intelektual ini terbentuk, strategi diskursif apa yang digunakan, serta bagaimana audiens merespons dan berperan aktif dalam membangun citra tersebut.

B. LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan teori diskursif sebagaimana dikemukakan Norman Fairclough (1989). Teori ini memandang wacana sebagai praktik sosial yang tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga membentuk realitas itu sendiri. Wacana menjadi sarana untuk menegosiasikan kekuasaan, ideologi, dan identitas. Melalui analisis diskursus, dapat dipahami bagaimana bahasa dan strategi komunikasi digunakan untuk membangun legitimasi intelektual di ruang publik digital. Dalam konteks konten digital, wacana tidak hanya muncul dalam narasi verbal, tetapi juga dalam elemen visual, struktur penyajian, dan interaksi audiens. Strategi diskursif seperti framing reflektif, retorika kritis, dan gaya komunikatif menjadi instrumen penting dalam konstruksi identitas intelektual.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengungkap makna, strategi, dan praktik sosial yang terkandung dalam konten digital. Pendekatan wacana kritis mengacu pada teori diskursif Fairclough, yang menekankan keterkaitan antara bahasa, kekuasaan, dan praktik sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten, dokumentasi, dan analisis interaksi audiens. Analisis dilakukan dalam tiga tahap, yaitu analisis teks, praktik wacana, dan konteks sosial, sebagaimana dikemukakan oleh Fairclough (1995) dan Paltridge (2006).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini yang diperoleh melalui proses observasi konten, analisis wacana kritis, dan telaah interaksi audiens pada kanal Ferry Irwandi di YouTube. Analisis dilakukan berdasarkan kerangka teori diskursif Norman Fairclough (1989), yang memandang wacana sebagai praktik sosial yang membentuk realitas melalui interaksi dan struktur makna.

1. Strategi Komunikasi Ferry Irwandi Dalam Membangun Identitas

Dalam konteks komunikasi digital, strategi komunikasi berperan sebagai penghubung penting antara pesan, media, dan audiens. Melalui konsistensi dalam gaya berbicara, pemilihan kata, pola interaksi, serta tampilan visual yang seragam dengan citra diri yang ingin ditonjolkan, seorang kreator dapat membangun kepercayaan publik. Seperti Rachmansyah, (2025) strategi komunikasi interpersonal yang terbuka dan responsif berkontribusi terhadap peningkatan keterlibatan audiens sekaligus memperkuat kredibilitas kreator di ruang digital.

a. Framing Wacana Kritis : Mengontrol Makna Dan Posisi Diri

Framing wacana merupakan salah satu strategi penting dalam membingkai suatu isu ke dalam kerangka makna tertentu. Melalui pemilihan kata, penggunaan metafora, serta penyusunan argumen yang menonjolkan rasionalitas dan orientasi pada perubahan positif, komunikator dapat mengalihkan respons publik dari sekadar emosi menuju pemikiran yang lebih reflektif dan kritis. Analisis wacana dalam konteks YouTube dan media digital menunjukkan bahwa cara sebuah isu diframing memiliki peran signifikan dalam membentuk posisi sosial pembicara serta memengaruhi bagaimana publik menerima dan menafsirkan pesan yang disampaikan. Wibowo, (2023). Dalam channel YouTube milik Ferry Irwandi, strategi komunikasi yang diterapkan menunjukkan pola wacana yang konsisten, reflektif, serta terarah. Kanal ini tidak mengedepankan unsur hiburan atau provokasi sebagai magnet perhatian, melainkan mengembangkan ruang diskusi intelektual melalui gaya komunikasi yang tenang, rasional, dan mengundang partisipasi audiens. Melalui pendekatan tersebut, Ferry berhasil membangun citra sebagai komunikator publik yang memiliki kredibilitas dan otoritas moral di ruang digital. Strategi semacam ini selaras dengan pandangan bahwa komunikasi di platform digital memiliki peran sentral dalam membentuk identitas, memengaruhi persepsi publik, serta memperkuat posisi sosial komunikator. (Wibowo, 2023). Melalui framing wacana, pembicara dapat menempatkan diri dalam posisi yang dianggap kredibel dan rasional oleh publik” (Kartikasari et al., 2024).

b. Kurasi Diri dan Konsistensi Personal Branding : Praktik Produksi Wacana

Dalam kerangka AWK, praktik wacana mencakup proses produksi dan distribusi teks. Konsistensi visual dan naratif yang ditunjukkan Ferry melalui tampilan minimalis, intonasi suara yang stabil, serta penggunaan diksi formal namun tetap populer menjadi strategi untuk mengontrol bentuk sekaligus makna pesan agar sejalan dengan citra intelektual yang ingin ia bangun. Hal ini menegaskan bahwa identitas intelektual tidak semata-mata terbentuk dari isi pesan, melainkan juga dari cara serta bentuk penyampaiannya (Priambodo, 2024; Saputro, 2025).

Ferry juga menonjol karena konsistensi dalam personal branding. Berdasarkan pengamatan rata-rata unggahan videonya memperlihatkan gaya visual minimalis, latar netral, gestur yang tenang, intonasi datar namun jelas, serta diksi formal-populer. Gaya komunikasinya yang stabil membuat audiens mudah mengenali “ciri khas Ferry” bahkan sebelum menangkap isi pesannya. Konsistensi ini mencerminkan strategi kurasi diri yang dirancang secara sadar, di mana elemen visual dan naratif digunakan sebagai penanda identitas. Dalam kajian komunikasi digital, konsistensi seperti ini dipandang sebagai strategi penting untuk membangun kredibilitas jangka panjang dan legitimasi intelektual. Personal branding di ranah digital dibentuk melalui proses kurasi diri yang strategis dan terstruktur, sehingga citra yang diciptakan dapat tertanam kuat dalam persepsi audiens (Fadhlurrahman et al., 2025).

c. Komunikasi Interpersonal Partisipatif : Negosiasi Makna

Ferry kerap mendorong audiensnya untuk berpikir dan berdialog bersama. Dalam perspektif teori diskursus, pendekatan ini mencerminkan proses negosiasi makna antara pembicara dan pendengar, bukan komunikasi satu arah semata. Strategi semacam ini membantu memperluas ruang wacana sekaligus memperkuat posisi sosial Ferry sebagai fasilitator dialog, bukan hanya sebagai penyampai pesan. Selain itu, interaksi tersebut membentuk ikatan simbolik antara komunikator dan komunitas audiensnya.

Ferry juga kerap menggunakan bentuk retorika inklusif seperti “coba kita pikirkan bersama” atau “mari kita renungkan”. Pendekatan ini mendorong keterlibatan audiens dan menggeser pola komunikasi dari yang bersifat satu arah menjadi ruang dialogis. Hal tersebut tercermin dari kolom komentar pada kanalnya, yang dipenuhi refleksi dan tanggapan penonton, menandakan keberhasilan dalam membangun keterlibatan berbasis ide dan pemikiran. Temuan ini sejalan dengan penelitian mengenai strategi komunikasi interpersonal dalam menjaga keberlangsungan kanal YouTube (Hamandia, Hertimi, & Rachmansyah, 2025).

d. Narasi Aplikatif : Praktik Repsresentasi Sosial

Narasi aplikatif berperan sebagai penghubung antara bahasa konseptual dan pengalaman kolektif. Dalam menyampaikan pesan, Ferry tidak hanya menguraikan konsep secara teoritis, tetapi juga menyisipkan contoh nyata misalnya situasi terkait etika berbicara di tempat kerja, cara orang mengemukakan kritik, hingga refleksi perilaku di ruang publik. Pendekatan ini menegaskan bahwa Ferry tidak memosisikan dirinya sebagai “pengajar satu arah”, melainkan sebagai fasilitator makna yang mendorong audiens mengaitkan pesan dengan pengalaman pribadi mereka. Akibatnya, wacana yang ia bangun memiliki nuansa partisipatif dan bernilai pedagogis yang kuat.

Strategi ini sejalan dengan karakter ruang digital masa kini, di mana audiens menginginkan bukan hanya informasi, tetapi juga pemahaman yang kontekstual. Penelitian dalam bidang komunikasi digital menunjukkan bahwa storytelling aplikatif dapat meningkatkan daya ingat terhadap pesan, membangun kedekatan emosional, serta memperkuat persepsi positif terhadap komunikator. Storytelling menjadi strategi efektif dalam membunikan ide-ide abstrak menjadi narasi yang mudah dipahami public. (Ardi & Karina, 2024).

Ferry menghubungkan gagasan-gagasan abstrak dengan contoh konkret dari kehidupan sehari-hari, seperti situasi di lingkungan kerja, interaksi sosial, maupun etika dalam ruang publik. Pendekatan storytelling yang aplikatif ini membuat pesan lebih mudah dipahami dalam konteks nyata, sehingga audiens dapat menerima dan menginternalisasinya dengan lebih baik. Strategi naratif semacam ini menjadi salah satu teknik komunikasi yang efektif untuk membangun identitas intelektual yang relevan dan dekat dengan realitas Masyarakat. (Saputro, 2025).

2. Penggunaan Elemen Sebagai Pendukung Keterlibatan dan Interaksi Publik Pada Proses Konstruksi Identitas

a. Elemen Naratif sebagai Penggerak Keterlibatan Audiens

Elemen naratif berperan sebagai landasan penting dalam menarik perhatian serta membangun keterlibatan audiens. Dalam sejumlah videonya, seperti “KITA SEMUA ADALAH PENIRU!!” dan “How I Found My Video Style”, Ferry menerapkan pembingkai wacana yang bersifat reflektif untuk memperkuat daya tarik pesan dan menciptakan kedekatan makna dengan penontonnya. Muharromah, Yunita (2023) menyatakan bahwa pembingkai pesan yang menyentuh pengalaman personal penonton memperkuat kedekatan psikologis dan meningkatkan kelekatan terhadap narasi. Strategi Ferry selaras dengan temuan ini karena membangun ikatan batin melalui narasi reflektif.

b. Elemen Visual sebagai Penanda Identitas dan Branding

Elemen visual dalam konten Ferry memperlihatkan konsistensi gaya serta karakter yang kuat. Latar minimalis, pencahayaan lembut, angle kamera yang stabil, dan tone warna netral menjadi ciri visual khas yang mudah dikenali oleh audiens. Visual dalam hal ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga berperan penting dalam membangun pengalaman menonton yang fokus pada gagasan dan pesan reflektif yang ingin ia sampaikan. Konsistensi visual tersebut turut mempertegas personal branding Ferry sebagai sosok kreator yang kritis, terstruktur, dan berwawasan intelektual. Dalam ranah komunikasi digital, elemen visual memegang peran strategis dalam membentuk persepsi publik terhadap kredibilitas dan citra seorang figur, sehingga kehadirannya bukan sekadar estetika, melainkan bagian penting dari strategi komunikasi yang terencana. Anggarini (2021) menjelaskan bahwa konsistensi

elemen visual dan narasi personal membentuk persepsi audiens terhadap personal branding secara lebih kuat dan berkelanjutan.

c. *Gaya Komunikasi dan Partisipasi Audiens (Engagment*

Gaya komunikasi dalam konten-konten Ferry bersifat terbuka, inklusif, dan mengundang partisipasi. Ia kerap menggunakan kata ganti “kita” serta kalimat ajakan seperti “Mari pikirkan bersama” atau “Kamu juga pasti pernah mengalami hal ini”, yang menciptakan kesan interaksi dua arah. Kalimat reflektif seperti “Gaya siapa yang dulu kamu tiru?” menjadi pemicu partisipasi mental audiens, mendorong mereka untuk melakukan refleksi pribadi terhadap pengalaman masing-masing.

Dengan pendekatan komunikasi yang dialogis ini, audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga terlibat aktif dalam proses pembentukan makna. Bentuk partisipasi semacam ini memperkuat engagement dan menjadikan konten sebagai ruang diskursus bersama. Muflih et al. (2024) menyatakan bahwa komunikasi reflektif dalam media digital mampu memperkuat interaksi simbolik sekaligus meningkatkan partisipasi publik dalam proses diskursus.

Berdasarkan temuan analisis, pemanfaatan elemen naratif, visual, dan gaya komunikasi menjadi faktor kunci dalam membangun keterlibatan publik terhadap proses pembentukan identitas Ferry Irwandi di ruang digital. Narasi berperan menciptakan kedekatan emosional dengan audiens, visual mempertegas identitas dan memperkuat personal branding, sementara gaya komunikasi menciptakan ruang partisipatif yang mendorong interaksi dua arah. Ketiga elemen ini saling melengkapi dan membentuk fondasi legitimasi diskursif Ferry sebagai figur intelektual publik dalam ekosistem media digital. Strategi naratif yang efektif dalam konten digital memiliki peran sentral dalam membangun kedekatan dan kesan personal dengan audiens, terutama ketika bagian pembuka mampu menarik perhatian serta membangkitkan resonansi emosional. Suryono, (2024).

Keterlibatan audiens merupakan faktor penting dalam memperkuat proses konstruksi identitas intelektual Ferry. Partisipasi yang terwujud melalui komentar reflektif, diskusi antarpengguna, dan intensitas interaksi yang tinggi menunjukkan bahwa audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai aktor diskursif yang aktif berkontribusi dalam pembentukan makna. Gaya komunikasi yang membaur dengan narasi personal menjadi kunci keterlibatan audiens

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis wacana kritis, konstruksi identitas intelektual dalam konten Ferry Irwandi terbentuk melalui strategi komunikasi yang terencana dan sistematis. Strategi ini mencakup framing wacana reflektif, kurasi diri dan personal branding, serta komunikasi partisipatif yang membangun interaksi bermakna antara kreator dan audiens. Pola komunikasi yang dialogis, inklusif, dan kolaboratif memungkinkan audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga berperan aktif dalam proses negosiasi makna. Dinamika ini memperkuat legitimasi diskursif Ferry sebagai figur intelektual publik yang reflektif dan kredibel di ruang digital.

Selain itu, elemen naratif yang kontekstual, visual yang sederhana, serta gaya komunikasi yang konsisten berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas intelektualnya. Framing reflektif, narasi aplikatif, dan kurasi diri yang kuat menciptakan citra Ferry sebagai sosok intelektual digital yang autentik, rasional, dan mudah diingat. Sinergi antara elemen naratif, visual, dan interaksi publik ini mencerminkan dinamika baru dalam pembentukan identitas publik di era platformisasi media digital, sekaligus memperlihatkan bagaimana otoritas wacana dapat terbentuk melalui praktik komunikasi partisipatif.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. T. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 1–8.
- Ardi, D. M., & Karina, M. E. (2024). STRATEGI PERSONAL BRANDING NESSIE

- JUDGE PADA YOUTUBE CHANNEL EPISODE NERROR. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 5(2), 92–100.
- Fadhlurrahman, FI, Ridwan, A., & Astuti, DR (2024). Strategi Personal Branding Habib Ja'far dalam Kegiatan Dakwah di Youtube (Analisis Deskriptif pada Akun Youtube "Jeda Nulis"). *Reputasi: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 7 (2), 111–136
- Faidh, A., Suciramdhan, A., Kurniawan, D., Zahran, A., & Firmansyah, H. (2025). Strategi Komunikasi Ferry Irwandi dalam Membangun Personal Branding di YouTube. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 7(1), 45–60
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Faircloughs, Norman. (1989) *Language and power*. Series editor profesor Christopher N. Candli
- Hamandia, M. R., Hertimi, S., & Rachmansyah, A. H. (2025). Strategi Komunikasi Interpersonal YouTuber dalam Mempertahankan Eksistensi (Studi Kasus Tara Arts). *FUTURE ACADEMI*
- Kartikasari, D. (2020). Pemanfaatan media sosial YouTube sebagai sarana pembelajaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 4(1), 45–54.
- Muharromah, R. A., & Yunita. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Upaya Meningkatkan Personal Branding. *Jurnal Wistara*, 6(2), 1–10.
- Paltridge, brian. (2006), *Discaurse Analysis: A Resource Book For Studens*. Chapter 1. Bloomsbury Academic
- Priambodo, M. L. (2024). Membangun Identitas: Keberhasilan Personal Branding di Panggung YouTube Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*.
- Suryono, J., & Suryadi, D. (2024). Strategi iklan beauty enthusiast dan partisipasi audiens digital. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 5(2), 34–48.
- Triantoro, D. A. (2019). Praktik Politik Identitas dalam Akun Media Sosial Anies-Sandi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 19–40
- Wibowo, C. (2023). Strategi Komunikasi YouTuber Membangun Kredibilitas (Studi Kasus Panji Petualang). *Jurnal Nusantara*.