

## BAB 2

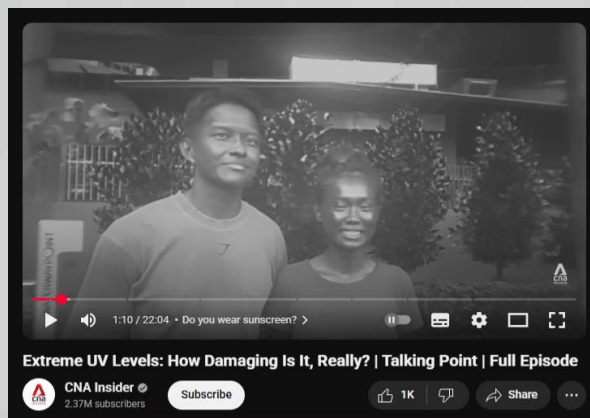
### KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Karya Terdahulu

Dalam penyusunan karya ini, penulis terlebih dahulu menelaah beberapa karya terdahulu yang memiliki kesamaan konsep dan tema. Analisis tersebut dilakukan sebagai dasar perbandingan sekaligus acuan untuk memperkuat orisinalitas dan pengembangan ide program *Jejak Risiko*. Berikut merupakan beberapa karya sejenis yang telah dianalisis penulis.

##### 2.1.1 *Talking Point*

Karya *Talking Point* merupakan salah satu karya jurnalistik unggulan dari Channel NewsAsia (CNA), Singapura, yang mengusung pendekatan feature investigatif dalam mengulas isu-isu sosial, ekonomi, kesehatan, hingga lingkungan dengan sudut pandang yang mendalam dan berbasis data. Program ini tayang secara reguler setiap tahun, dengan musim terbaru berjalan pada 2024/2025 dan 2025/2026, ditayangkan melalui jaringan Mediacorp CNA setiap malam hari sekitar pukul 11.00 malam waktu Singapura, berdurasi 20–25 menit per episode. Konsistensi penayangannya menunjukkan keberlanjutan produksi serta tingginya minat audiens terhadap tayangan berita yang memadukan unsur investigatif dan naratif.



Gambar 2.1 Episode *Extreme UV Levels: How Damaging Is It, Really? | Talking Point | Full Episode*, Sumber: CNA Insider

*Talking Point* menampilkan eksplorasi isu-isu aktual dengan pendekatan riset dan pelaporan lapangan. Program ini secara rutin menginvestigasi fenomena publik yang relevan dengan kehidupan masyarakat, seperti perubahan iklim, keamanan pangan, hingga teknologi kesehatan. Salah satu episodenya berjudul *Extreme UV Levels: How Damaging Is It, Really?* | *Talking Point* | *Full Episode* (CNA Insider, 2024). Episode tersebut menyelidiki dampak paparan radiasi ultraviolet ekstrim terhadap kesehatan kulit di Singapura. Episode tersebut menampilkan kombinasi antara wawancara ahli, eksperimen lapangan, serta data ilmiah yang disajikan dalam alur naratif ringan tetapi informatif. Tujuan utamanya adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada publik tentang isu yang sering kali dianggap sepele tetapi memiliki dampak signifikan terhadap kehidupan sehari-hari.

*Talking Point* menggunakan format semi-dokumenter investigatif. Gaya pengambilan gambar yang dinamis berpadu dengan narasi jurnalis yang memandu penonton memahami alur investigasi dari awal hingga kesimpulan. Jurnalisme investigatif menyajikan persoalan secara komprehensif, kontekstual, dan berorientasi pada kepentingan publik (Syam, 2022). Penerapan konsep tersebut dalam program ini diwujudkan melalui kombinasi wawancara ahli, eksperimen, infografis berbasis data, serta dokumentasi lapangan yang disusun secara sistematis mulai dari pengenalan fenomena, penelusuran bukti, hingga penyampaian kesimpulan. Pendekatan teknis ini menjadikan tayangan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga alat edukasi publik yang mendorong kesadaran kritis masyarakat terhadap isu-isu sosial dan ilmiah.

Penulis menjadikan *Talking Point* sebagai karya terdahulu karena memiliki relevansi langsung dengan konsep program *Jejak Risiko*, terutama dalam penerapan pendekatan feature berbasis observasi lapangan. Jika *Talking Point* memfokuskan liputannya pada isu-isu sosial dan kesehatan, *Jejak Risiko* mengadaptasi pendekatan serupa untuk mengulas

dinamika bisnis *modern*, termasuk layanan-layanan nonkonvensional yang muncul di era digital. Melalui pelaporan mendalam, verifikasi data, serta keterlibatan langsung jurnalis dalam proses pencarian fakta, *Jejak Risiko* akan menyajikan gambaran objektif mengenai risiko, kerentanan, serta nilai sosial yang melekat dalam praktik bisnis tersebut.

*Talking Point* dan *Jejak Risiko* memiliki perbedaan substansial dalam tujuan editorial, fokus isu, dan strategi penyajian. *Talking Point* cenderung mengangkat topik sosial, ekonomi, atau politik dalam kerangka *macro issue* dengan perspektif global. Program tersebut menempatkan isu bisnis sebagai bagian dari fenomena internasional yang lebih luas sehingga analisis yang disajikan bersifat general, berimbang, dan tidak secara khusus membedah kerentanan atau potensi penyimpangan suatu praktik bisnis. Format visualnya juga menerapkan gaya yang formal, sistematis, dan mengikuti standar program berita internasional yang ditujukan bagi audiens umum dengan orientasi pada *news depth reporting*.

Sebaliknya, *Jejak Risiko* secara khusus dirancang untuk mengisi celah yang ada, yaitu dominasi jurnalisme bisnis digital yang hanya menampilkan keberhasilan, pertumbuhan, dan sisi positif dunia usaha. Berbeda dari *Talking Point*, program ini menitikberatkan pada eksplorasi dimensi risiko, seperti kerentanan sosial, potensi penyimpangan model bisnis, dampak negatif terhadap konsumen, serta konsekuensi etika sosial dan hukum yang kerap luput dari liputan arus utama.

Dengan demikian, *Talking Point* menjadi acuan yang signifikan bagi pengembangan program *Jejak Risiko*. Prinsip jurnalistik yang diterapkan meliputi integrasi riset, visualisasi data, observasi lapangan, serta penggunaan narasi investigatif yang membuktikan bahwa konten jurnalistik dapat dikemas secara menarik tanpa mengurangi kedalaman analisis. Pendekatan tersebut menjadi inspirasi bagi *Jejak Risiko* untuk menghadirkan jurnalisme bisnis yang kritis, informatif, dan relevan bagi masyarakat luas, sekaligus meningkatkan kesadaran publik mengenai risiko sosial, etis, dan hukum dalam praktik bisnis nonkonvensional.

### 2.1.2 Bosan Jadi Pegawai

Karya *Bosan Jadi Pegawai* merupakan salah satu tayangan inspiratif yang diproduksi oleh Trans TV dan mulai tayang secara rutin sejak tahun 2023. Program ini mengangkat isu sosial dan psikologis di dunia kerja *modern*, yaitu fenomena kejenuhan kerja (*burnout*) yang dialami banyak karyawan, serta menawarkan wirausaha sebagai solusi alternatif yang lebih mandiri dan bermakna. Dengan menggabungkan format *talkshow* dan dokumenter ringan, tayangan ini menyajikan kisah nyata individu yang memilih untuk meninggalkan pekerjaan tetap dan beralih menjadi pelaku usaha.



Gambar 2.2 Episode Konsultasi Mengenai Bisnis yang Akan Dijalankan | Bosan Jadi Pegawai., Sumber: TRANS TV Official

Salah satu episode yang berjudul *Konsultasi Mengenai Bisnis yang Akan Dijalankan | Bosan Jadi Pegawai* (TRANS TV Official, 2023). Episode ini memiliki 3 bagian yang berdurasi sekitar 3-4 menit dan menampilkan percakapan langsung antara *host* dengan pelaku usaha lokal yang mengelola bisnis pengolahan sampah plastik menjadi produk bernilai ekonomi. Melalui pendekatan wawancara dan observasi lapangan, program ini menghadirkan proses nyata pembuatan produk, mulai dari pengumpulan bahan baku hingga tahap produksi. Dengan demikian, tayangan ini tidak hanya menginspirasi tetapi juga memberikan gambaran konkret tentang praktik kewirausahaan di lapangan.

*Bosan Jadi Pegawai* menempatkan kewirausahaan sebagai bentuk refleksi karier dan solusi sosial. Kewirausahaan merupakan pendekatan yang efektif untuk membangun karakter, kemandirian, kreativitas, dan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja (Sa'diyah et al., 2025). Narasi utama dalam program ini berangkat dari keresahan banyak pekerja terhadap rutinitas, tekanan, dan kurangnya ruang kreativitas dalam dunia kerja formal. Melalui berbagai kisah nyata, program ini berupaya menunjukkan bahwa berwirausaha bukan hanya soal keuntungan ekonomi, melainkan juga tentang pencarian makna, kebebasan, dan keseimbangan hidup. Pendekatan *storytelling* yang digunakan memperlihatkan bahwa setiap usaha memiliki tantangan dan risiko, tetapi juga peluang untuk tumbuh dari pengalaman pribadi.

Program ini mengadopsi pendekatan semi-dokumenter dengan format wawancara langsung di lokasi usaha. Visual yang digunakan menampilkan aktivitas pelaku usaha secara natural dan minim dramatik, memberikan kesan autentik dan dekat dengan realitas. Pengambilan gambar *multi-angle* dikombinasikan dengan narasi informatif dari *host* yang berfungsi sebagai penghubung antara audiens dan narasumber. Tayangan ini terbagi menjadi beberapa segmen seperti pengenalan masalah, kisah inspiratif, hingga solusi dan *insight* bisnis.

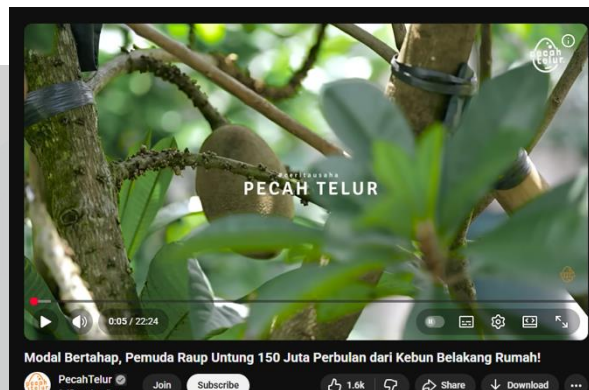
Dalam konteks penelitian ini, *Bosan Jadi Pegawai* dijadikan acuan sebagai karya terdahulu karena memperlihatkan bagaimana konten kewirausahaan diproduksi dalam format audio visual yang inspiratif dan mudah dipahami masyarakat. Namun, perbedaan mendasar antara *Bosan Jadi Pegawai* dan program *Jejak Risiko* terletak pada kedalaman analisis dan fokus editorial. Jika *Bosan Jadi Pegawai* menonjolkan sisi positif dan motivasional kewirausahaan, *Jejak Risiko* justru berangkat dari kritik terhadap dominasi narasi tersebut dan berupaya mengungkap sisi lain dunia bisnis yang jarang ditampilkan media seperti risiko operasional, kerentanan sosial, potensi penyimpangan, dampak etis, serta konsekuensi hukum dari praktik usaha.

*Jejak Risiko* menggunakan pendekatan jurnalisme feature, berbasis data, dan berorientasi pada kepentingan publik sehingga penyampaian tidak berhenti pada testimoni personal. Program ini menelusuri langsung kegiatan lapangan, menganalisis potensi masalah, dan menyajikan informasi kritis yang membantu masyarakat memahami dinamika kompleks bisnis nonkonvensional, bukan sekadar keberhasilannya.

### **2.1.3 Pecah Telur**

Program YouTube *Pecah Telur* merupakan salah satu media bisnis digital yang berfokus pada cerita inspiratif pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta wirausaha independen. Program ini secara konsisten menampilkan perjalanan bisnis dari tahap merintis hingga mencapai kesuksesan melalui narasi yang bersifat motivasional, inspiratif, dan edukatif (Hastomo & Muksin, 2025). Sebagai konten audio visual di ekosistem digital, *Pecah Telur* memanfaatkan teknik *storytelling* yang menggabungkan unsur cerita, visual, audio, dan sinematografi sehingga mampu menyampaikan pesan secara menarik sekaligus mempertahankan perhatian penonton (Hastomo & Muksin, 2025).

Salah satu ciri utama *Pecah Telur* adalah penekanannya pada kisah pertumbuhan UMKM melalui struktur narasi yang diawali dengan pengenalan tokoh, konflik atau perjuangan, hingga resolusi berupa keberhasilan dan pembelajaran. Program ini tidak hanya menampilkan peningkatan omzet dan strategi pengembangan usaha, tetapi juga menyajikan pengalaman nyata pelaku usaha yang dikemas secara autentik sehingga memberikan motivasi sekaligus edukasi bagi audiens.



Gambar 2.3 Episode Modal Bertahap, Pemuda Raup Untung 150 Juta Perbulan dari Kebun Belakang Rumah!, Sumber: Pecah Telur

Salah satu episode berjudul *Modal Bertahap, Pemuda Raup Untung 150 Juta Perbulan dari Kebun Belakang Rumah!* menyajikan studi kasus mengenai Mahkota Omah Manggis, sebuah entitas bisnis pertanian di Kediri yang berhasil memanfaatkan momentum pandemi COVID-19 untuk bertransformasi menjadi usaha yang berorientasi pada pasar digital. Dipimpin oleh Esdafa di Bacario, model bisnisnya berfokus pada diversifikasi produk, yaitu produksi buah investasi di kebun luas dan pengembangan Tabulampot (Tanaman Buah dalam Pot) untuk pasar perkotaan dengan lahan terbatas. Episode ini menyoroti keberhasilan usaha, lalu disini Pecah Telur juga menghadirkan proses di balik perjalanan usaha. Dalam program tersebut, *host* menggali lebih jauh cerita personal, tantangan awal, motivasi pendiri, serta proses jatuh bangun hingga usaha dapat berkembang. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih personal mengenai perjalanan usaha, meskipun fokus utamanya tetap pada sisi inspiratif dan narasi motivasional.

Program ini juga menampilkan beragam solusi bisnis untuk membantu UMKM, seperti strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, pemanfaatan media sosial, hingga peningkatan kualitas produk. Tujuannya adalah memberikan panduan praktis yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Namun, konten yang dihasilkan masih lebih menonjolkan peluang dan strategi

keberhasilan daripada membahas secara kritis faktor risiko, kerentanan sosial, maupun potensi penyimpangan dalam pengelolaan usaha.

Dalam konteks penelitian ini, *Pecah Telur* dijadikan karya terdahulu karena memperlihatkan bagaimana media digital memproduksi konten kewirausahaan yang informatif dan inspiratif bagi masyarakat. Namun, perbedaan mendasar antara *Pecah Telur* dan program *Jejak Risiko* terletak pada orientasi jurnalistik dan kedalaman analisis. Jika *Pecah Telur* berfokus pada keberhasilan dan motivasi, *Jejak Risiko* berangkat dari kritik terhadap dominasi narasi tersebut dan hadir untuk mengungkap sisi lain bisnis, seperti risiko operasional, potensi penyimpangan, ancaman terhadap konsumen, serta implikasi sosial dan hukum yang melekat dalam praktik usaha *modern*.

Dengan demikian, *Pecah Telur* berperan sebagai salah satu referensi yang menunjukkan tren konten bisnis digital yang inspiratif, sedangkan *Jejak Risiko* mengembangkan pendekatan feature, kritis, dan berbasis data. Program ini diharapkan menjadi alternatif baru dalam jurnalisme bisnis yang tidak hanya menampilkan keberhasilan, tetapi juga mengungkap sisi gelap, kerentanan, dan realitas risiko bisnis yang perlu diketahui oleh masyarakat luas.

Tabel 2.1 Perbedaan Karya Terdahulu dengan Program Jejak Risiko

| Aspek                  | Talking Point                                            | Bosan Jadi Pegawai                         | Pecah Telur                                         | Jejak Risiko                                                        |
|------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Media                  | Channel NewsAsia (CNA)                                   | Trans TV                                   | YouTube Pecah Telur                                 | YouTube Jejak Risiko & Watchdoc                                     |
| Format                 | Feature investigatif, semi-dokumenter                    | Talkshow dan semi-dokumenter               | Dokumenter inspiratif berbasis storytelling         | Jurnalisme feature berbasis multimedia                              |
| Fokus Pembahasan       | Isu sosial, kesehatan, ekonomi, dan lingkungan           | Kisah kewirausahaan sebagai solusi karier  | Perjalanan sukses UMKM dan wirausaha                | Bisnis nonkonvensional beserta risiko dan dampaknya                 |
| Pendekatan Jurnalistik | Investigatif, riset mendalam, wawancara ahli, eksperimen | Human interest dan storytelling inspiratif | Storytelling motivasional dengan observasi lapangan | Feature, observasi lapangan, verifikasi data, dan analisis mendalam |

|                                 |                                                   |                                                |                                                           |                                                                                                       |
|---------------------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Orientasi Isi                   | Edukasi publik terhadap isu aktual                | Memberikan inspirasi dan motivasi berwirausaha | Memberikan inspirasi serta edukasi bisnis                 | Mengungkap fakta, risiko, dan sisi yang jarang diberitakan media                                      |
| Sudut Pandang                   | Perspektif makro terhadap isu publik              | Perspektif pelaku usaha                        | Perspektif perjalanan sukses pelaku usaha                 | Perspektif kepentingan publik terhadap praktik bisnis                                                 |
| Objek Kajian                    | Fenomena sosial dan kebijakan publik              | Pelaku usaha lokal                             | UMKM dan entrepreneur                                     | Bisnis digital dan bisnis nonkonvensional                                                             |
| Kedalaman Analisis              | Tinggi pada isu sosial dan kesehatan              | Berfokus pada pengalaman narasumber            | Berfokus pada proses dan keberhasilan usaha               | Tinggi pada analisis risiko sosial, etika, operasional, dan hukum                                     |
| Visualisasi                     | Infografis, eksperimen, dokumentasi lapangan      | Wawancara dan aktivitas usaha                  | Storytelling visual, proses produksi, dan aktivitas usaha | Observasi langsung, wawancara, data visual, serta dokumentasi investigasi                             |
| Keunikan dibanding Jejak Risiko | Tidak berfokus pada risiko bisnis nonkonvensional | Menekankan motivasi dan keberhasilan usaha     | Menonjolkan kisah sukses dan strategi bisnis              | Berfokus mengungkap risiko, kerentanan, penyimpangan, serta dampak sosial dari bisnis nonkonvensional |

## 2.2 Konsep yang Digunakan

### 2.2.1 Jurnalisme Feature

Jurnalisme feature merupakan konsep jurnalistik yang didasarkan pada fakta, tetapi disampaikan secara deskriptif dan menggunakan teknik *storytelling* sehingga informasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens (Prastyani et al., 2022). Feature merupakan konsep penulisan jurnalistik yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengembangkan cerita melalui pendekatan naratif dengan perpaduan fakta dan gaya bahasa yang lebih komunikatif serta ekspresif (Harahap, 2020). Perkembangan media digital kemudian mendorong jurnalisme feature beradaptasi ke dalam format audio visual yang lebih interaktif, seperti dokumenter, video feature, dan visual storytelling (Suharsono, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa jurnalisme tidak hanya berfokus pada penyampaian fakta, tetapi juga pada upaya membangun keterlibatan audiens melalui narasi yang lebih hidup dan kontekstual. Konsep

jurnalisme feature, yang menyajikan informasi melalui penceritaan naratif dengan menonjolkan sisi *human interest* dan pengalaman narasumber.

### **2.2.2 Produksi Konten Audio Visual**

Produksi audio visual merupakan proses penciptaan karya yang menggabungkan unsur gambar dan suara untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada audiens (Thifalia & Susanti, 2021). Proses ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis pengambilan gambar, tetapi juga mencakup perencanaan konsep, pengolahan visual, hingga proses penyuntingan agar pesan dapat tersampaikan secara jelas dan menarik.

Konsep produksi audio visual terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap praproduksi mencakup perencanaan konsep, pengumpulan data, penyusunan naskah, penentuan lokasi, persiapan peralatan, serta pembentukan tim produksi sebagai dasar pelaksanaan. Tahap produksi merupakan proses pengambilan gambar dan suara sesuai perencanaan yang telah disusun, meliputi pengaturan kamera, pencahayaan, tata suara, komposisi visual, dan perekaman. Sementara itu, tahap pascaproduksi dilakukan melalui proses penyuntingan, penyusunan alur cerita, penambahan grafis dan teks, musik ilustrasi, hingga rendering sebelum karya dipublikasikan (Thifalia & Susanti, 2021).

Selain tahapan tersebut, kualitas produksi audio visual juga dipengaruhi oleh perencanaan dan kreativitas tim produksi. Produksi program audio visual membutuhkan kreativitas, perencanaan yang matang, serta koordinasi tim yang baik untuk menghasilkan tayangan yang informatif, edukatif, dan komunikatif (Rachmat et al., 2018). Unsur kreatif tersebut terlihat dalam penyusunan naskah, pemilihan visual, penggunaan properti, serta pengembangan konsep yang mendukung penyampaian pesan kepada audiens.

Dalam proses produksi, komunikasi visual juga memiliki peran penting. Komunikasi visual merupakan proses penyampaian pesan melalui elemen visual seperti komposisi gambar, warna, pencahayaan, tipografi, grafik, dan video untuk membentuk makna serta membantu audiens

memahami informasi (Fujiyati et al., 2026). Penyajian visual yang konsisten dan terstruktur dapat memperkuat identitas program sekaligus meningkatkan pemahaman penonton. Dengan demikian, visualisasi yang jelas dan terorganisir mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta efektivitas penyampaian informasi.

### 2.2.3 Bisnis Digital

Konsep bisnis digital merupakan model bisnis yang memanfaatkan teknologi digital, internet, dan *platform* daring sebagai sarana utama dalam menciptakan, mengelola, serta menyampaikan nilai kepada konsumen. Transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan strategi, proses, dan model operasional organisasi secara menyeluruh (Paul et al., 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam konsep bisnis digital, teknologi tidak lagi berperan sebagai pendukung, melainkan menjadi fondasi utama dalam pengembangan aktivitas bisnis yang lebih efektif dan adaptif.

Pertumbuhan ekonomi digital mendorong terbentuknya *platform* digital yang menghubungkan penyedia layanan dengan konsumen secara langsung (Cruz & Gameiro, 2023). Mekanisme ini memperluas konsep bisnis yang tidak hanya berfokus pada pertukaran produk, tetapi juga mencakup penyediaan layanan yang dapat diakses secara cepat, fleksibel, dan berbasis kebutuhan pengguna melalui *platform* digital. *Platform* digital tidak hanya berkaitan dengan aspek ketenagakerjaan, tetapi juga mengubah pola konsumsi layanan oleh penggunanya. Sistem baru dalam pengorganisasian, pembagian, dan koordinasi pekerjaan di dalam platform saling terhubung dengan cara layanan dikonsumsi sehingga membentuk hubungan tiga pihak antara *platform*, pekerja, dan klien yang memiliki dampak sosial serta ekonomi yang kompleks (Cruz & Gameiro, 2023). Dari sistem tersebut melahirkan berbagai bentuk bisnis salah satunya adalah bisnis nonkonvensional yang tidak hanya berorientasi pada fungsi ekonomi, tetapi juga memanfaatkan pengalaman, relasi sosial, dan kebutuhan *interpersonal* sebagai bagian dari layanan.

*Platform* digital mengubah cara individu membangun relasi sosial, di mana interaksi yang sebelumnya bersifat personal dapat dikemas menjadi layanan bernilai ekonomi, termasuk dalam bentuk hubungan semu atau *pseudo-intimacy* yang bersifat transaksional (Wu, 2024). Karakteristik *platform* digital yang memiliki hambatan masuk rendah serta sistem kerja berbasis permintaan (*on-demand*) menciptakan fleksibilitas dalam penyediaan layanan, tetapi dari hal tersebut menghadirkan risiko berupa ketidakpastian kerja, minimnya perlindungan, serta tekanan kompetisi yang tinggi (Alauddin et al., 2025). Dalam realitasnya, *platform* digital ini relevan dengan bisnis non konvensional yang membuat interaksi sosial di kehidupan sehari-hari tidak lagi sepenuhnya bersifat personal, karena sebagian sudah berubah menjadi layanan yang memiliki nilai ekonomi dan bersifat transaksional. Di saat yang sama, sistem kerja berbasis *on-demand* yang mudah diakses memang membuka banyak peluang, tetapi juga berdampak pada kondisi kerja yang tidak stabil, perlindungan yang minim, serta persaingan yang semakin ketat dalam aktivitas ekonomi digital.

Risiko dalam situasi tersebut semakin meningkat ketika kebutuhan emosional dan hubungan interpersonal mulai diposisikan sebagai sesuatu yang dapat diperjualbelikan dalam *platform* digital. Model bisnis digital yang efektif mampu mengatur berbagai interaksi untuk menciptakan pengalaman bernilai bagi pengguna (Russo-Spena et al., 2022). Namun, ketika pengalaman emosional dan hubungan personal diperlakukan sebagai sesuatu yang dapat diperjualbelikan, muncul persoalan etis terkait keaslian hubungan, batas privasi, serta potensi ketergantungan emosional pada pengguna.. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis digital tidak hanya berkaitan dengan inovasi dan peluang ekonomi, tetapi juga membawa dampak sosial dan psikologis yang perlu diperhatikan.

#### **2.2.4 Personal Branding**

*Personal branding* merupakan konsep yang berkaitan dengan upaya individu dalam membangun serta mengelola identitas diri agar dapat dipersepsikan sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan kepada publik.

*Personal branding* sebagai proses pengembangan, pemanfaatan, serta penyusunan informasi mengenai diri sendiri sehingga terbentuk narasi yang merepresentasikan identitas individu, terutama melalui media sosial (Jacobson, 2020). Sejalan dengan itu, *personal branding* merupakan cara seseorang dipersepsikan oleh publik yang sekaligus menjadi sarana untuk menampilkan keunikan, nilai, dan keunggulan yang dimiliki individu (Anggarini, 2021).

Media sosial menjadi sarana efektif dalam membangun *personal branding* karena memudahkan individu memperkenalkan kemampuan, pengalaman, dan karakter kepada khalayak yang lebih luas (Anggarini, 2021). Dalam praktiknya, media sosial memiliki peran penting dalam pembentukan *personal branding* karena menyediakan ruang bagi individu untuk membangun identitas digital melalui konten, interaksi, serta citra yang ditampilkan kepada audiens. Hal ini diperkuat dengan adanya media sosial memungkinkan setiap individu membentuk persepsi publik melalui aktivitas dan konten yang ditampilkan di ruang digital (Widiyowati et al., 2025).

*Personal branding* terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu kompetensi (*competence*), gaya personal (*personal style*), dan standar personal (*personal standards*) (Jacobson, 2020). Efektifitas *personal branding* harus dibangun berdasarkan identitas yang autentik serta disampaikan secara konsisten agar dapat membentuk kepercayaan dan mudah dikenali oleh audiens (Widiyowati et al., 2025). Hal tersebut menyatakan bahwa pembentukan personal branding juga menuntut adanya konsistensi serta keautentikan identitas yang ditampilkan.

Konsep *personal branding* digunakan dalam program konten audio visual *Jejak Risiko* episode “Kemewahan Sementara di Balik Genggaman Status Instan” untuk memahami fenomena penyewaan iPhone sebagai bagian dari pembentukan citra diri di media sosial. Dalam konteks ini, iPhone tidak hanya dipandang sebagai perangkat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas, gaya hidup, dan status sosial yang ingin

ditampilkan di ruang digital. Kondisi tersebut mendorong sebagian individu memanfaatkan layanan penyewaan iPhone untuk mendukung kebutuhan konten, memperkuat citra diri, serta memperoleh pengakuan sosial di media digital. Melalui pendekatan *personal branding*, fenomena ini dianalisis sebagai bagian dari dinamika pembentukan citra diri yang turut memengaruhi pola konsumsi dan mendorong munculnya bisnis penyewaan iPhone dalam ekosistem bisnis digital.