

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat di era digital. Platform seperti Instagram, YouTube, Twitter, dan TikTok kini tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang publik digital untuk berbagi informasi dan membangun interaksi sosial secara luas. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam menciptakan dan mendistribusikan konten, sehingga komunikasi tidak lagi bersifat satu arah, melainkan interaktif dan partisipatif (Aichner et al., 2021).

Seiring dengan perkembangan tersebut, peran pengguna media sosial mengalami transformasi dari sekadar informasi konsumen menjadi produsen konten yang aktif. Pengguna kini memiliki kemampuan untuk menciptakan, mengelola, dan menyebarkan informasi kepada *audiens* secara luas melalui berbagai platform digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang strategis dalam membangun interaksi sosial serta representasi diri secara digital, yang juga berkontribusi terhadap terbentuknya dinamika komunikasi yang lebih terbuka dan kolaboratif (Appel et al., 2020).

Di antara berbagai platform media sosial, Instagram menjadi salah satu media yang memiliki pengaruh besar dalam proses komunikasi digital saat ini. Instagram dikenal sebagai platform berbasis visual yang mengutamakan penyampaian pesan melalui foto dan video, yang mampu meningkatkan keterlibatan *audiens* dalam interaksi digital. Fitur seperti *feed*, *reels*, *story*, dan kolom komentar memungkinkan terjadinya interaksi yang cepat dan berkelanjutan antara pembuat konten dan *audiens*. Tingginya tingkat keterlibatan (*engagement*) menjadikan Instagram sebagai media yang efektif dalam membangun identitas, *personal branding*, serta *public image* secara digital (Casaló et al., 2020).

Dalam konteks tersebut, muncul peran pembuat konten sebagai individu yang secara konsisten menghasilkan dan membagikan konten digital kepada *audiens*. Seorang pembuat konten tidak hanya berfokus pada produksi konten, tetapi juga melakukan perencanaan ide, riset, serta pengembangan konsep yang sesuai dengan identitas yang ingin ditampilkan. Aktivitas ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi ruang produksi makna sekaligus sarana untuk membangun pengaruh dan keterlibatan *audiens* melalui konten yang disampaikan (Sundawa & Trigartanti, 2018).

Public image merupakan konstruksi citra yang terbentuk dalam pandangan publik terhadap individu berdasarkan bagaimana dirinya direpresentasikan di ruang publik, khususnya dalam media digital. Dalam konteks Instagram, *image* masyarakat tidak terbentuk secara spontan, melainkan melalui proses yang disengaja melalui pemilihan konten, pengelolaan identitas, dan strategi komunikasi yang terarah. Individu secara aktif mengontrol informasi yang ditampilkan untuk membentuk kesan tertentu di mata *audiens*, sehingga *public image* menjadi hasil dari proses representasi diri yang terstruktur (Audrezet et al., 2020).

Public image memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan dan penilaian *audiens*. *Audiens* cenderung meragukan kredibilitas, keaslian, dan kompetensi individu berdasarkan konsistensi *public image* yang ditampilkan melalui konten digital. *Public image* yang positif dapat meningkatkan kepercayaan serta memperkuat keterlibatan *audiens*, sedangkan *public image* yang negatif berpotensi menurunkan penerimaan terhadap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, pengelolaan *public image* menjadi aspek strategi dalam komunikasi digital (Lou & Yuan, 2019).

Bagi pembuat konten, *public image* dibangun melalui strategi komunikasi yang mencakup konsistensi pesan, gaya komunikasi, serta karakter yang ditampilkan dalam setiap konten. *Public image* yang kuat terbentuk ketika pembuat konten mampu menyampaikan nilai, sikap, dan kepribadian secara konsisten kepada *audiens*. Dalam hal ini, konten tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun identitas digital yang dapat memengaruhi penilaian publik secara berkelanjutan (Kapitan et al., 2021).

Selain itu, *public image* juga dipengaruhi oleh interaksi yang terjadi antara pembuat konten dan *audiens* di media sosial. *Respons* terhadap komentar, cara menyampaikan pendapat, serta gaya komunikasi dalam menanggapi isu tertentu menjadi faktor penting dalam membentuk dan memperkuat *public image*. Proses ini menunjukkan bahwa *public image* tidak hanya dibangun melalui produksi konten, tetapi juga melalui dinamika komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus di ruang digital (Casaló et al., 2020).

Gaya komunikasi dapat dipahami sebagai cara khas yang digunakan individu dalam menyampaikan pesan, yang mencerminkan karakter, sikap, serta pendekatan dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam konteks komunikasi modern, gaya komunikasi tidak hanya berkaitan dengan struktur bahasa, tetapi juga mencakup bagaimana pesan disampaikan secara verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Vries dkk. (2020), gaya komunikasi mencerminkan pola perilaku komunikasi yang relatif konsisten dan menjadi bagian dari identitas individu dalam berinteraksi. Dengan demikian, gaya komunikasi menjadi elemen penting dalam menentukan bagaimana pesan dipandang oleh *audiens*.

Dalam media sosial, gaya komunikasi memiliki peran yang semakin signifikan karena menjadi salah satu indikator utama dalam membentuk penilaian masyarakat. *Audiens* cenderung tidak hanya menilai isi pesan, tetapi juga memperhatikan bagaimana pesan tersebut dikomunikasikan, termasuk nada, pilihan kata, dan cara menyampaikan pendapat. Gaya komunikasi yang dianggap jelas, konsisten, dan sesuai dengan ekspektasi *audiens* akan menghasilkan penilaian yang lebih positif. Sebaliknya, gaya komunikasi yang tidak selaras dengan nilai *audiens* dapat memengaruhi cara publik menilai individu tersebut secara keseluruhan (Kim et al., 2021).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki relevansi tinggi dalam kajian *public image* karena menggabungkan karakteristik komunikasi visual dan interaktif dalam satu ruang digital. Berdasarkan laporan

DataReportal Indonesia (2025), Instagram masih termasuk dalam jajaran media sosial dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia dan banyak digunakan oleh kelompok usia produktif. Fitur seperti *reels*, *story*, *caption*, *live*, dan kolom komentar memungkinkan *content creator* berinteraksi secara langsung dengan *audiens* melalui penyampaian pesan yang singkat, cepat, dan mudah direspons. Tingginya tingkat engagement pada Instagram menjadikan platform ini efektif untuk menampilkan identitas digital, memperkuat hubungan dengan *audiens*, serta memperlihatkan *public image* yang melekat pada seorang *content creator*.

Karakteristik Instagram memungkinkan komunikasi berlangsung secara dua arah melalui interaksi antara *content creator* dan *audiens*. *Audiens* tidak hanya menerima pesan yang disampaikan, tetapi juga dapat memberikan tanggapan secara langsung terhadap konten yang dipublikasikan. Kondisi tersebut menjadikan Instagram sebagai platform yang sesuai untuk mengamati bagaimana gaya komunikasi seorang *content creator* ditampilkan serta bagaimana *public image* seorang *content creator* terlihat dalam interaksi digital yang berlangsung di media sosial.

Penilaian yang diberikan *audiens* terhadap gaya komunikasi seorang *content creator* berkaitan dengan *public image* yang melekat pada dirinya di media sosial. Ketika *content creator* mampu menampilkan gaya komunikasi yang khas dan konsisten, maka *image* yang terbentuk akan semakin kuat dan mudah dikenali oleh *audiens*. Hal ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi memiliki keterkaitan yang erat dengan *public image* yang melekat pada seorang *content creator* di media sosial (Lee & Eastin, 2020). Dalam konteks penelitian ini, Instagram dipilih karena menjadi salah satu platform utama yang digunakan Timothy Ronald dalam menyampaikan opini dan membangun interaksi dengan *audiens*. Berbagai konten yang diunggah memperlihatkan penggunaan pilihan bahasa yang tegas, lugas, dan sering memunculkan beragam tanggapan dari *audiens*. Fenomena tersebut menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai bagaimana *audiens* memaknai gaya komunikasi tersebut serta kaitannya dengan citra publik *Influencer Finansial* Timothy Ronald.

Dalam konteks *content creator*, gaya komunikasi menjadi strategi yang digunakan untuk membangun identitas sekaligus membedakan diri dari kreator lainnya. *Content creator* yang mampu mempertahankan gaya komunikasi yang khas dan konsisten cenderung lebih mudah dikenal serta diingat oleh *audiens*. Selain itu, interaksi yang dilakukan secara berkelanjutan melalui komentar, *respons*, maupun penyampaian opini turut memperkuat penilaian publik terhadap karakter yang ditampilkan. Dengan demikian, gaya komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga menjadi salah satu aspek yang berkaitan dengan *public image* seorang *content creator*.

Seiring meningkatnya jumlah *content creator* di media sosial, persaingan dalam menarik perhatian *audiens* juga semakin tinggi. Kondisi tersebut mendorong setiap *content creator* untuk memiliki karakteristik yang mampu membedakan dirinya dari kreator lain agar lebih mudah dikenali oleh publik. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menampilkan gaya komunikasi yang khas dan konsisten. Dalam situasi persaingan yang ketat, gaya komunikasi yang unik dapat menjadi identitas sekaligus positioning yang membedakan seorang *content creator* dari kreator lainnya. Jin & Ryu (2020) menjelaskan bahwa gaya komunikasi yang khas dan konsisten berperan dalam membantu *audiens* mengenali serta mengingat karakter seorang *content creator*.

Tidak semua *content creator* menggunakan pendekatan komunikasi yang sama. Sebagian memilih menggunakan gaya komunikasi yang persuasif dan suportif, sementara sebagian lainnya menggunakan gaya komunikasi yang lebih tegas, lugas, bahkan cenderung konfrontatif. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, penggunaan gaya komunikasi yang berbeda sering kali menjadi strategi untuk menarik perhatian *audiens* dan meningkatkan keterlibatan terhadap konten yang dipublikasikan. Salah satu bentuk gaya komunikasi yang cukup sering ditemukan dalam konteks tersebut adalah *verbal aggression* atau komunikasi agresif verbal.

Komunikasi agresif verbal merupakan bentuk gaya komunikasi yang ditandai dengan penggunaan kata-kata yang menyerang, merendahkan, atau menyakiti pihak lain dalam proses interaksi. Dalam konteks komunikasi digital, agresi verbal dapat muncul melalui komentar kasar, ejekan, sindiran, maupun serangan personal yang berpotensi menimbulkan konflik antarindividu. Agresi verbal dipahami sebagai penggunaan bahasa untuk menyerang atau melukai pihak lain secara psikologis melalui pesan yang disampaikan (Lacko et al., 2024).

Dalam perkembangan komunikasi digital, komunikasi agresif verbal mengalami perubahan fungsi yang cukup signifikan. Jika sebelumnya lebih banyak dipahami sebagai bentuk reaksi emosional, dalam konteks media sosial komunikasi agresif verbal pada beberapa situasi justru digunakan sebagai strategi komunikasi untuk menarik perhatian publik. Ferreira dkk. (2021) menjelaskan bahwa komunikasi agresif di media sosial sering muncul dalam bentuk kritik tajam, sarkasme, maupun pernyataan provokatif yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan *audiens*. Hal tersebut menunjukkan bahwa agresivitas verbal dapat digunakan secara sadar sebagai bagian dari strategi komunikasi di ruang digital.

Penggunaan komunikasi yang agresif dalam media sosial juga dapat memberikan dampak positif, terutama dalam meningkatkan keterlibatan *audiens*. Gaya komunikasi yang lugas, tegas, dan tidak bertele-tele sering dipandang sebagai bentuk keberanian dan keterbukaan sehingga mampu memperkuat kesan autentik di mata *audiens*. Pascual-Ferrá dkk. (2021) menemukan bahwa pesan yang bersifat provokatif cenderung menghasilkan *respons* emosional yang lebih tinggi sehingga mampu meningkatkan interaksi dan partisipasi *audiens*. Dalam konteks ini, komunikasi agresif dapat berfungsi sebagai alat untuk memperkuat eksistensi dan menarik perhatian di tengah persaingan konten digital yang tinggi.

Namun demikian, komunikasi agresif verbal juga memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap penilaian masyarakat serta *public image* yang melekat pada seorang komunikator. Penggunaan bahasa yang menyerang atau

merendahkan pihak lain dapat menimbulkan kesan bahwa komunikator kurang profesional, arogan, atau tidak memiliki kontrol emosional yang baik. Rubin dkk. (2023) menjelaskan bahwa agresivitas verbal berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan konflik dalam hubungan komunikasi serta menurunnya kualitas interaksi antarpihak. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan *audiens* dan memunculkan penilaian negatif terhadap *public image* seorang komunikator.

Dalam konteks *content creator*, komunikasi agresif verbal menjadi dilema yang berkaitan dengan *public image* di media sosial. Di satu sisi, gaya komunikasi yang tegas dan konfrontatif dapat memperkuat citra sebagai individu yang autentik, berani, dan memiliki pendirian yang kuat. Namun di sisi lain, penggunaan bahasa yang bersifat menyerang berpotensi menimbulkan penilaian negatif yang dapat merusak *public image* secara keseluruhan. Pascual-Ferrá dkk. (2021) menekankan bahwa penggunaan komunikasi yang terlalu agresif dapat menggeser makna pesan dari informasi menjadi sensasional. Oleh karena itu, komunikasi agresif verbal memiliki hubungan yang kompleks dengan *public image* seorang *content creator* karena dapat memperkuat sekaligus merusak penilaian publik secara bersamaan.

Salah satu pembuat konten yang menarik untuk dikaji adalah Timothy Ronald. Berdasarkan data publik pada akun resminya, Timothy Ronald memiliki sekitar 2 juta pengikut pada Instagram @timothyronaldd, sementara kanal YouTube Timothy Ronald memiliki sekitar 3,14 juta subscribers. Perbandingan ini menunjukkan bahwa meskipun jangkauan *audiensnya* lebih besar di YouTube, Instagram tetap menjadi ruang yang relevan untuk diteliti karena platform ini menampilkan bentuk komunikasi yang lebih langsung, ringkas, dan interaktif melalui *reels*, *caption*, *story*, dan kolom komentar. Melalui konten yang secara konsisten membahas investasi, kripto, dan pola pikir keuangan bagi generasi muda, Timothy Ronald tidak hanya hadir sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai figur komunikasi digital yang membangun pengaruh dan *public image* melalui cara ia mengemas pesan kepada *audiens*.

Timothy Ronald juga dikenal sebagai salah satu investor muda yang memiliki pengaruh besar di media sosial Indonesia. Berdasarkan artikel yang dipublikasikan oleh Gadget Diva (2025), Timothy Ronald disebut sebagai “investor muda paling berpengaruh di Tanah Air” karena konsistensinya dalam membangun edukasi finansial melalui media digital. Selain dikenal melalui konten edukasi investasi dan finansial, Timothy Ronald beberapa kali menjadi perhatian publik karena cara penyampaian pendapatnya dalam berbagai konten media sosial memunculkan beragam *respons* dari *audiens*. Sebagian *audiens* menilai gaya penyampaian lugas dan berani, sedangkan sebagian lainnya menganggapnya terlalu keras. Perbedaan *respons* tersebut menunjukkan adanya variasi interpretasi *audiens* terhadap cara Timothy Ronald berkomunikasi.

Pemilihan Timothy Ronald sebagai objek penelitian didasarkan pada relevansinya dengan fokus penelitian mengenai interpretasi *audiens* terhadap citra publik *Influencer Finansial* Timothy Ronald melalui gaya komunikasi yang ditampilkan di Instagram. Sebagai figur edukasi finansial yang aktif di media sosial, Timothy Ronald memiliki jangkauan *audiens* yang luas sehingga memungkinkan munculnya beragam interpretasi terhadap cara berkomunikasi dan citra publik yang melekat pada dirinya. Selain memiliki jumlah pengikut yang besar, Timothy Ronald juga dikenal karena gaya komunikasi khas yang ditampilkannya, yaitu lugas, tegas, spontan, dan cenderung konfrontatif dalam menyampaikan pendapat. Karakteristik tersebut terlihat dari berbagai konten maupun pernyataannya yang sering memunculkan perdebatan di ruang digital. Keunikan Timothy Ronald dibandingkan *content creator* edukasi finansial lainnya terletak pada cara penyampaian yang blak-blakan serta tidak ragu menyampaikan kritik secara langsung kepada *audiens* maupun pihak lain. Karakteristik tersebut menjadikan gaya komunikasinya mudah dikenali dan membedakannya dari banyak *content creator* lain di bidang edukasi finansial. Di satu sisi, gaya komunikasi tersebut membuat Timothy Ronald dipandang sebagai sosok yang berani, autentik, dan konsisten dalam menyampaikan pandangannya. Namun di sisi lain, cara penyampaian yang keras dan provokatif juga kerap menuai kritik dari sebagian *audiens*. Kondisi tersebut menunjukkan adanya

fenomena komunikasi yang memunculkan beragam interpretasi dari *audiens*. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana *audiens* memaknai gaya komunikasi Timothy Ronald serta bagaimana interpretasi tersebut berkaitan dengan citra publik yang terbentuk.

Fenomena tersebut menjadikan Timothy Ronald relevan sebagai objek penelitian karena memperlihatkan adanya beragam interpretasi *audiens* terhadap gaya komunikasi yang ditampilkan serta bagaimana interpretasi tersebut membentuk citra publiknya di media sosial. Tingginya tingkat eksposur, pengaruh yang dimiliki, serta munculnya beragam tanggapan publik terhadap gaya komunikasinya menunjukkan bahwa Timothy Ronald merupakan objek yang sesuai untuk mengkaji bagaimana *audiens* memaknai citra publik Timothy Ronald melalui gaya komunikasi yang ditampilkan pada akun Instagram @timothyronaldd.

Dalam artikel yang dipublikasikan oleh Inilah.com (2025), Timothy Ronald menjadi sorotan publik setelah beberapa pernyataannya dianggap merendahkan dan memancing perdebatan di media sosial, seperti penyampaian yang menyebut bahwa “orang miskin tidak akan bisa kaya kalau pola pikirnya masih miskin” serta kritiknya terhadap generasi muda yang dianggap terlalu banyak mengeluh dibanding membangun kemampuan finansial. Selain itu, artikel yang dipublikasikan oleh Poskota.co.id (2025) menjelaskan bahwa Timothy Ronald dikenal sebagai *influencer* kripto yang sering menyampaikan opini secara blak-blakan, keras, dan konfrontatif sehingga memunculkan pro dan kontra di kalangan *audiens*. Cara penyampaian tersebut memunculkan berbagai tanggapan dari masyarakat. Sebagian pemberitaan media menilai gaya komunikasinya keras dan provokatif, sedangkan sebagian *audiens* menilai penyampaian lugas dan apa adanya. Perbedaan penilaian tersebut menunjukkan bahwa gaya komunikasi Timothy Ronald dipersepsikan secara beragam oleh *audiens* sehingga menarik untuk dikaji melalui perspektif interpretasi *audiens*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa gaya komunikasi Timothy Ronald tidak hanya memunculkan perhatian dan beragam tanggapan dari *audiens*, tetapi juga menimbulkan beragam penilaian publik yang relevan untuk dikaji dalam konteks bagaimana *audiens* memaknai citra publik Timothy Ronald melalui gaya komunikasi yang ditampilkan pada akun Instagram @timothyronaldd.

Gaya komunikasi yang ditampilkan Timothy Ronald turut berkaitan dengan *public image* yang melekat pada dirinya di kalangan *audiens* media sosial. Di satu sisi, Timothy Ronald sering dipandang sebagai sosok yang berani, autentik, dan memiliki keberanian untuk menyampaikan pendapat secara langsung tanpa menyesuaikan diri dengan opini mayoritas. Karakter tersebut selaras dengan *image* yang selama ini melekat pada dirinya sebagai investor muda yang sukses, percaya diri, dan konsisten dalam menyampaikan pandangan mengenai finansial maupun pengembangan diri. Namun demikian, gaya komunikasi yang sama juga menimbulkan beragam penilaian dari publik. Sebagian *audiens* menilai pendekatan komunikasinya terlalu keras, provokatif, dan cenderung menghakimi kelompok tertentu.

Perbedaan penilaian tersebut menunjukkan bahwa *public image* Timothy Ronald tidak selalu dipahami secara seragam oleh *audiens*. Di satu sisi ia dipandang sebagai figur yang tegas dan inspiratif, sementara di sisi lain dianggap terlalu konfrontatif dalam menyampaikan pendapat. Kondisi tersebut menjadikan Timothy Ronald relevan untuk diteliti karena menunjukkan bahwa gaya komunikasi Timothy Ronald memunculkan beragam interpretasi *audiens* yang berkontribusi



**Gambar 1.1. Cuplikan Reels Instagram @timothyronaldd, diunggah pada 25 Juli 2025, mengenai perbedaan orang miskin dan orang kaya.
Sumber: @timothyronaldd, diakses pada 15 Juli 2026.**

Gambar 1.1 menampilkan salah satu konten Reels Instagram Timothy Ronald yang diunggah pada 25 Juli 2025 mengenai *Perbedaan Orang Miskin dan Orang Kaya*. Konten tersebut dipilih karena memperoleh perhatian yang tinggi dari *audiens* serta memunculkan beragam tanggapan pada kolom komentar. Penggunaan pilihan kata dan cara penyampaian dalam konten tersebut menjadi fenomena komunikasi yang menarik untuk dikaji. Penelitian ini tidak bertujuan menetapkan bahwa konten tersebut merupakan bentuk agresi verbal, melainkan memahami bagaimana *audiens* memaknai gaya komunikasi yang ditampilkan serta bagaimana interpretasi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra publik Timothy Ronald. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan gaya komunikasi yang lugas dan tegas di media sosial dapat memunculkan beragam penilaian dari *audiens*. Sebagian *audiens* dapat memaknainya sebagai bentuk ketegasan dan keberanian, sedangkan sebagian lainnya dapat memaknainya sebagai cara komunikasi yang terlalu keras. Perbedaan interpretasi inilah yang menjadi fokus penelitian.

Penelitian mengenai pembuat konten di media sosial banyak membahas bagaimana individu membangun *public image* melalui cara mereka berkomunikasi dengan *audiens*. Djafarova & Rushworth (2020) menjelaskan bahwa *influencer* mampu membentuk citra diri melalui representasi yang konsisten dan *relatable*, sehingga *audiens* lebih mudah percaya dan terhubung secara emosional. Hal serupa juga ditemukan oleh Sokolova & Kefi (2022), yang menunjukkan bahwa interaksi serta gaya komunikasi *influencer* berperan penting dalam membangun kedekatan dan kepercayaan *audiens*. Temuan ini menegaskan bahwa *public image* sangat dipengaruhi oleh cara seorang pembuat konten menyampaikan pesan di media sosial.

Di sisi lain, kajian mengenai komunikasi agresif di media sosial lebih banyak fokus pada perilaku komunikasi dalam interaksi digital secara umum. Beaunier & Veneti (2020) menemukan bahwa komunikasi yang bersifat konfrontatif atau agresif mampu menarik perhatian serta meningkatkan partisipasi pengguna dalam diskusi online. Namun, Chu dkk. (2021) menunjukkan bahwa komunikasi yang mengandung agresi verbal juga dapat menurunkan kualitas

interaksi dan memunculkan penilaian negatif terhadap komunikator. Dua temuan ini menampilkan bahwa komunikasi agresif memiliki efek yang tidak selalu sejalan antara menarik perhatian dan membangun citra positif.

Penelitian mengenai gaya komunikasi di media sosial umumnya membahas pengaruhnya terhadap citra publik atau kredibilitas komunikator, sedangkan penelitian mengenai agresi verbal lebih banyak mengkaji perilaku komunikasi dalam ruang digital. Penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana *audiens* memaknai citra publik seorang content creator melalui gaya komunikasi yang dipersepsikan sebagai agresi verbal, khususnya pada content creator edukasi finansial di Instagram, masih relatif terbatas.

Perkembangan media sosial menjadikan pembuat konten sebagai aktor penting dalam membentuk opini dan penilaian publik. Konten yang disampaikan tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga memengaruhi cara berpikir dan pola komunikasi *audiens*, khususnya generasi muda. Veirman dkk. (2019) menunjukkan bahwa influencer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan perilaku *audiens* melalui komunikasi yang mereka tampilkan. Dalam konteks ini, gaya komunikasi yang digunakan menjadi krusial karena berperan langsung dalam membentuk *public image* sekaligus menentukan bagaimana pesan diterima dan dimaknai oleh publik.

Penggunaan gaya komunikasi agresif di media sosial menunjukkan bahwa komunikasi digital saat ini tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi cara bagi individu untuk menarik perhatian publik dan membangun eksistensi di ruang digital. Dalam praktiknya, tidak sedikit influencer maupun figur publik dengan jumlah pengikut besar menggunakan gaya komunikasi yang tegas, keras, dan cenderung provokatif agar konten yang disampaikan lebih mudah mendapatkan perhatian *audiens*. Vraga dkk. (2022) menjelaskan bahwa paparan komunikasi yang tidak sopan di media digital dapat memengaruhi standar komunikasi publik di ruang online. Kondisi ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi agresif mulai menjadi bagian dari dinamika komunikasi di media sosial karena dianggap mampu meningkatkan *respons* dan keterlibatan *audiens*.

Fenomena ini juga terlihat pada beberapa figur publik dan *content creator* yang dikenal memiliki gaya komunikasi keras dan kontroversial di media sosial, seperti penggunaan kritik tajam, sindiran, serta penyampaian opini secara konfrontatif untuk menarik perhatian *audiens*. Penelitian Hidayanto (2026) menggunakan istilah “*influencer agresif*” untuk menggambarkan influencer yang menyampaikan konten dengan gaya komunikasi keras dan provokatif di media sosial. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa paparan influencer agresif berkaitan dengan munculnya perilaku komunikasi seperti *flaming*, komentar kasar, hingga serangan verbal di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi agresif memang mampu menarik perhatian publik dengan cepat, tetapi di sisi lain juga berpotensi membentuk pola komunikasi yang negatif di media sosial.

Selain meningkatkan perhatian *audiens*, komunikasi agresif juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kualitas interaksi dan penilaian publik terhadap komunikator. Fitriyanawati (2026) menjelaskan bahwa agresi verbal di media sosial muncul dalam bentuk hinaan, ujaran kasar, ancaman, dan serangan personal yang dapat memengaruhi kualitas komunikasi online. Penelitian Eliani et al. (2018) juga menemukan bahwa interaksi di media sosial sering memunculkan perilaku agresif verbal berupa ejekan, hinaan, dan serangan terhadap pengguna lain akibat fanatisme dan konflik antarpengguna. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan gaya komunikasi agresif oleh influencer atau *content creator* tidak hanya berdampak pada meningkatnya visibilitas dan *engagement*, tetapi juga berpotensi menurunkan kredibilitas serta membentuk penilaian negatif terhadap *public image* individu di media sosial.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menempatkan *audiens* sebagai pusat analisis dalam memahami citra publik Timothy Ronald. Penelitian ini tidak berupaya menetapkan bahwa Timothy Ronald menggunakan gaya komunikasi agresi verbal, melainkan mengkaji bagaimana *audiens* memberikan makna terhadap gaya komunikasi yang ditampilkan. Penelitian ini didasarkan pada pandangan bahwa interpretasi *audiens* terhadap gaya komunikasi tidak selalu seragam, melainkan dipengaruhi oleh persepsi mengenai kompetensi finansial komunikator, konsistensi karakter, manfaat konten, serta kedekatan *audiens*

dengan isu investasi. Dengan demikian, citra publik *Influencer Finansial* Timothy Ronald dipahami sebagai hasil proses negosiasi makna yang dibangun oleh *audiens*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai interpretasi audiens terhadap citra publik Influencer Finansial Timothy Ronald melalui gaya komunikasi yang ditampilkan di Instagram menjadi penting untuk dilakukan. Meskipun berbagai penelitian telah membahas citra publik Influencer Finansial maupun komunikasi agresif di media sosial, penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana audiens memaknai citra publik seorang content creator melalui gaya komunikasi yang dipersepsikan sebagai agresi verbal masih terbatas, khususnya pada content creator edukasi finansial di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk memahami bagaimana audiens memaknai citra publik Influencer Finansial Timothy Ronald melalui gaya komunikasi yang ditampilkan pada akun Instagram @timothyronaldd.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan media sosial telah menciptakan ruang komunikasi yang semakin terbuka dan interaktif, sehingga *content creator* memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi sekaligus membangun hubungan dengan *audiens*. Dalam praktiknya, setiap *content creator* memiliki karakteristik gaya komunikasi yang berbeda, yang dapat memengaruhi cara publik memberikan penilaian terhadap dirinya di media sosial. Salah satu gaya komunikasi yang banyak ditemukan dalam ruang digital adalah *verbal aggression*, yaitu gaya komunikasi yang ditandai dengan penyampaian pesan secara tegas, langsung, dan dalam situasi tertentu cenderung konfrontatif.

Fenomena penggunaan gaya komunikasi *verbal aggression* dapat ditemukan pada *content creator finansial* Timothy Ronald. Selain dikenal sebagai salah satu figur edukasi finansial yang memiliki pengaruh besar di media sosial Indonesia, Timothy Ronald juga beberapa kali menjadi sorotan publik karena gaya komunikasinya yang tegas, blak-blakan, dan sering memunculkan perdebatan di

ruang digital. Pemberitaan yang dipublikasikan oleh Gadget Diva (2025), Inilah.com (2025), dan Poskota.co.id (2025) menunjukkan bahwa Timothy Ronald merupakan figur yang memiliki eksposur tinggi di media sosial sekaligus dikenal karena gaya penyampaian pendapat yang tegas dan cenderung konfrontatif. Kondisi tersebut menjadikan Timothy Ronald menarik untuk dikaji dalam konteks komunikasi digital.

Instagram dipilih sebagai fokus penelitian karena menjadi salah satu platform utama yang digunakan Timothy Ronald untuk menyampaikan opini dan berinteraksi dengan *audiens* melalui fitur *reels*, *story*, *caption*, dan kolom komentar pada akun Instagram @timothyronaldd. Karakteristik Instagram yang interaktif memungkinkan gaya komunikasi yang ditampilkan *content creator* terlihat secara lebih jelas melalui berbagai bentuk konten dan interaksi yang terjadi dengan *audiens*.

Di sisi lain, gaya komunikasi *verbal aggression* memiliki karakteristik yang dapat menimbulkan beragam tanggapan dari *audiens*. Gaya komunikasi yang tegas dan lugas dapat dipandang sebagai bentuk keberanian dan autentisitas, namun dalam situasi tertentu juga dapat dinilai sebagai komunikasi yang terlalu keras dan provokatif. Perbedaan tanggapan tersebut menunjukkan adanya keterkaitan yang menarik antara gaya komunikasi *verbal aggression* dan *public image* seorang *content creator* di media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penggunaan gaya komunikasi *verbal aggression* oleh Timothy Ronald pada akun Instagram @timothyronaldd menunjukkan adanya fenomena komunikasi yang menarik untuk dikaji karena berkaitan dengan *public image* yang melekat pada dirinya sebagai *content creator* di media sosial. Kondisi tersebut menjadi dasar bagi penelitian ini untuk mengkaji *public image content creator* melalui gaya komunikasi *verbal aggression* pada akun Instagram @timothyronaldd.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana bentuk gaya komunikasi *verbal aggression* yang ditampilkan oleh Timothy Ronald dalam konten Instagram @timothyronaldd?
2. Bagaimana *public image content creator* Timothy Ronald melalui gaya komunikasi *verbal aggression* pada akun Instagram @timothyronaldd?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk gaya komunikasi *verbal aggression* yang ditampilkan oleh Timothy Ronald dalam konten Instagram @timothyronaldd.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *public image content creator* Timothy Ronald melalui gaya komunikasi *verbal aggression* pada akun Instagram @timothyronaldd.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan komunikasi digital, khususnya mengenai hubungan antara gaya komunikasi *verbal aggression* dengan pembentukan *public image content creator* di platform Instagram. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, terutama dalam memahami bagaimana gaya komunikasi memengaruhi penilaian *audiens* dalam konteks interaksi digital yang semakin berkembang di Instagram.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi *content creator*, praktisi komunikasi, serta pengguna Instagram mengenai dampak penggunaan gaya komunikasi *verbal aggression* terhadap pembentukan *public image*. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi komunikasi yang lebih efektif, menarik, dan tetap memperhatikan norma serta etika komunikasi di platform Instagram.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat untuk lebih kritis dalam menilai gaya komunikasi yang berkembang di platform Instagram. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga etika komunikasi serta tanggung jawab dalam menyampaikan pendapat di ruang digital, khususnya di Instagram sebagai salah satu media komunikasi yang banyak digunakan.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi agar pembahasan lebih terarah dan tidak melebar dari fokus yang telah ditentukan. Penelitian ini berfokus pada analisis gaya komunikasi *verbal aggression* yang digunakan oleh *content creator* Timothy Ronald dalam konten di platform Instagram. Kajian dalam penelitian ini hanya melihat pembentukan *public image* berdasarkan penilaian *audiens* yang diperoleh melalui wawancara, sehingga tidak mencakup analisis data kuantitatif seperti jumlah engagement atau statistik pada platform Instagram.

Selain itu, penelitian ini dibatasi pada konten yang diunggah oleh Timothy Ronald di Instagram sebagai platform utama yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini juga tidak membahas aspek lain di luar gaya komunikasi, seperti strategi pemasaran, branding secara keseluruhan, maupun performa finansial *content creator*. Informan dalam penelitian ini terbatas pada *audiens* yang pernah melihat dan memahami konten Timothy Ronald di Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga hasil yang diperoleh bersifat deskriptif dan bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti, bukan untuk menghasilkan generalisasi yang berlaku secara luas. Dengan adanya batasan ini, diharapkan penelitian dapat lebih fokus dalam menganalisis hubungan antara gaya komunikasi *verbal aggression* dengan pembentukan *public image content creator* di platform Instagram.