SEMIOTIKA

Volume 27 Nomor 2, Juli 2026 Halaman 291—307

URL: https://semiotika.jurnal.unej.ac.id/index.php/SEMIOTIKA E-ISSN: 2599-3429 P-ISSN: 1411-5948

Simulakra identitas fenomena personal branding di *reels* Instagram Jerome Polin: Kajian semiotika Jean Baudrillard

Simulacra of identity the phenomenon of personal branding on Jerome Polin's Instagram reels: Jean Baudrilliard's semiotics study

Ramadhatul Nur 'Azizah[1], Leylil Nikmatur Rofiah[2], Muhammad Nysar Gazalba[3]

[1,2,3] Program Studi Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo
**Corresponding Author*: leylilnikmatur@gmail.com

Riwayat Artikel:
Dikirim: 1 Juni 2026; **Direvisi:** 18 Juni 2026; **Diterima:** 20 Juni 2026

Abstract

This study aims to analyze the simulacra of identity in the phenomenon of personal branding on Jerome Polin Sijabat's Instagram reels from January to March 2026. Social media functions not only as a communication tool but also as a space for image production and digital identity formation. This research employed a qualitative approach with a descriptive-analytical method. The data consisted of Jerome Polin's Instagram reels selected based on their relevance to personal branding practices. Data were collected through documentation, while the analysis applied Jean Baudrillard's semiotic theory by classifying the content into four stages of simulacra: reflection of reality, distortion of reality, masking the absence of reality, and pure simulacra. The findings reveal that Jerome Polin's personal branding is constructed through signs of intelligence, achievement, humor, closeness to the audience, and an inspirational image. The study identified one content in the first stage, two in the second stage, three in the third stage, and two in the fourth stage. The dominance of the third stage indicates that the constructed image is more symbolic representation than authentic reality. This study confirms that digital identity on social media is the result of strategically produced signs designed to shape public perception.

Keywords: *Instagram, Jean Baudrillard, personal branding, semiotics, simulacra*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis simulakra identitas dalam fenomena personal branding pada *reels* Instagram Jerome Polin Sijabat periode Januari hingga Maret 2026. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang produksi citra dan pembentukan identitas digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Data penelitian berupa unggahan video *reels* Instagram Jerome Polin yang dipilih berdasarkan relevansi terhadap praktik personal branding. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan semiotika Jean Baudrillard dengan mengklasifikasikan konten ke dalam empat tahap simulakra, yaitu representasi realitas, penyimpangan realitas, penutupan ketiadaan realitas, dan simulakra murni. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Jerome Polin dibangun melalui tanda-tanda kecerdasan, prestasi, humor, kedekatan dengan audiens, serta citra inspiratif. Ditemukan satu konten pada tahap pertama, dua konten tahap kedua, tiga konten tahap ketiga, dan dua konten tahap keempat. Dominasi tahap ketiga menunjukkan bahwa citra yang dibangun lebih banyak berupa representasi simbolik daripada realitas autentik. Penelitian ini menegaskan bahwa identitas digital di media sosial

merupakan hasil konstruksi tanda yang diproduksi secara strategis untuk membentuk persepsi publik.

Kata kunci: Instagram, Jean Baudrillard, personal branding, semiotika, simulakra

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sistem simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dalam proses komunikasi antar individu maupun kelompok (Akbar *et al*., 2025). Peran bahasa tidak terbatas pada penyampaian informasi, melainkan juga berperan dalam membentuk serta merepresentasikan identitas di ruang publik (Shiddiq *et al*., 2025). Perkembangan media sosial sebagai bagian dari teknologi digital menjadikannya ruang yang semakin dominan dalam proses pembentukan citra diri. Identitas yang terbentuk cenderung dipengaruhi oleh tuntutan representasi, ekspektasi sosial, serta respons dari audiens digital (Pasenrigading *et al*., 2025). Fenomena tersebut berkaitan erat dengan praktik *personal branding* sebagai upaya membangun citra dan identitas diri secara terencana. *Personal branding* dapat dipahami sebagai proses pengelolaan merek yang melekat pada individu, di mana identitas personal dikembangkan menjadi nilai yang memiliki daya tarik bagi publik. Strategi ini menuntut individu untuk menampilkan karakter, kemampuan, serta keunggulan tertentu agar memperoleh persepsi positif dari audiens (Bahar *et al*., 2022). Praktik tersebut memiliki keterkaitan dengan kajian semiotika, mengingat setiap representasi diri dalam media sosial merupakan bentuk tanda yang mengandung makna dan ditafsirkan oleh audiens.

Semiotika sebagai kajian tentang tanda dan proses pemaknaan memberikan dasar konseptual untuk memahami pembentukan identitas melalui simbol, citra, dan kode komunikasi (Fidiyah & Mayasari, 2025). Keterkaitan tersebut semakin kompleks ketika dikaji melalui teori simulakra yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard, seorang filsuf posmodern Prancis yang dikenal melalui pemikirannya mengenai relasi antara realitas dan representasi. Simulakra merupakan gambaran atau representasi yang tidak lagi memiliki hubungan dengan kenyataan asli, tetapi tetap terlihat seolah-olah nyata. Dalam kondisi ini, identitas tidak lagi terbentuk dari hal yang nyata atau fisik, melainkan dari simbol, tanda, dan representasi digital yang terus ditampilkan. Keadaan tersebut membuat batas antara kenyataan dan representasi menjadi tidak jelas dan sulit dibedakan (Syadzali *et al*., 2026). Jean Baudrillard membagi simulakra melalui empat tahap: tahap pertama menunjukkan citra yang masih mencerminkan kenyataan secara apa adanya; tahap kedua memperlihatkan citra yang mulai menyimpang dan tidak lagi sepenuhnya sesuai dengan kenyataan; tahap ketiga menggambarkan citra yang seolah-olah mewakili kenyataan, padahal kenyataan tersebut sebenarnya tidak ada dan tahap keempat simulakra murni, merupakan kondisi ketika citra sepenuhnya terlepas dari kenyataan dan hanya merujuk pada dirinya sendiri yang terlihat bukan lagi realitas, melainkan hasil konstruksi tanda yang dianggap sebagai realitas (Baudrillard, 2019).

Media sosial memiliki beragam bentuk, salah satunya Instagram yang menampilkan konten visual dan naratif yang kerap disusun secara terencana untuk membangun citra tertentu. Konten yang dipublikasikan tidak selalu merepresentasikan kondisi yang sebenarnya, melainkan hasil konstruksi yang telah dikurasi sesuai tujuan *personal branding*. Fenomena ini relevan untuk dianalisis karena praktik personal branding di Instagram menunjukkan bagaimana individu membentuk citra diri yang ideal dan terstruktur. Platform tersebut berfungsi sebagai ruang simulasi yang memungkinkan terbentuknya identitas semu yang

kemudian diterima sebagai kebenaran oleh audiens. Pemilihan objek kajian difokuskan pada figur publik yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembentukan citra diri, sehingga praktik simulakra dapat diamati secara lebih jelas. Salah satu contoh dapat dilihat pada konten kreator Jerome Polin Sijabat yang menggunakan Instagram untuk membangun personal branding sebagai alumni mahasiswa Jepang sekaligus kreator konten. Identitas yang ditampilkan dibentuk melalui penonjolan bidang tertentu seperti matematika dan pendidikan, disertai karakter kepribadian yang humoris dan intelektual. Strategi tersebut membentuk persepsi publik yang konsisten terhadap dirinya. Popularitas yang ditandai dengan jumlah pengikut yang besar, yaitu 9,6 juta, serta perjalanan karir dimulai tahun 2015 di kanal Youtube sebagai kreator konten menunjukkan keberhasilan konstruksi citra tersebut. Dalam perspektif teori Baudrillard, citra diri yang dibangun melalui media sosial dapat dipahami sebagai simulakra, yaitu representasi simbolik yang diproduksi untuk memperoleh pengakuan sosial dan tidak selalu mencerminkan realitas yang autentik.

Penelitian mengenai Jerome Polin Sijabat sebagai objek kajian telah dilakukan dalam berbagai pendekatan. Penelitian pertama dilakukan oleh (Utami *et al*., 2023) yang mengkaji kecenderungan aspek personal branding Jerome Polin yang tampak secara manifest dalam konten YouTube menggunakan metode analisis isi kuantitatif berdasarkan teori Montoya dan Vandehey. Hasilnya menunjukkan bahwa aspek kepribadian mendominasi dengan persentase 22%, diikuti aspek kesatuan sebesar 15%. Fokus analisisnya hanya menjangkau aspek yang tampak pada konten YouTube dan belum menyentuh dimensi konstruksi tanda atau makna yang tersembunyi di balik representasi yang ditampilkan. Penelitian kedua dilakukan oleh (Nursyifa & Nurainni, 2022) yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi untuk mengulas perjalanan hidup Jerome Polin dari berbagai unggahan media sosialnya, mulai dari latar belakang keluarga, perjuangan meraih beasiswa Mitsui Bussan, hingga kiprahnya sebagai pengusaha dan influencer. Penelitian ini membahas konten media sosial Jerome secara langsung,orientasinya lebih bersifat biografis dan motivasional, sehingga belum menganalisis bagaimana konten tersebut secara semiotis membangun dan memanipulasi persepsi publik terhadap identitas sang kreator. Penelitian ketiga dilakukan oleh (Artanadya & Anayarahma, 2025) yang mengkaji pembentukan identitas daring Jerome Polin menggunakan kerangka teori *context collapse*, otentisitas daring, dan pengawasan partisipatif. Hasilnya menunjukkan bahwa Jerome berhasil membangun persona daring yang kuat melalui strategi konten yang konsisten dan interaksi yang konstruktif dengan audiens, namun tetap menghadapi risiko misinformasi dan pengawasan negatif. Penelitian ini membahas konstruksi identitas digital Jerome Polin secara lebih kritis dibandingkan dua penelitian sebelumnya, analisisnya masih bertumpu pada perspektif komunikasi dan belum menggunakan kerangka semiotika yang mampu mengungkap lapisan tanda secara sistematis. Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, terlihat adanya celah kajian yang signifikan. Penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji Jerome Polin sebagai objek utama belum ada yang mendekatinya melalui perspektif semiotika kritis khususnya teori simulakra Baudrillard, yang mampu mengungkap lapisan konstruksi tanda di balik konten Instagram *reels*-nya.

Meskipun demikian, identitas yang ditampilkan di media sosial tidak selalu merepresentasikan realitas sebagaimana adanya. Setiap unggahan telah melalui proses pemilihan, penyuntingan, dan penyusunan pesan sehingga menghasilkan representasi yang dikonstruksi secara sadar. Dalam pandangan Jean Baudrillard, masyarakat modern hidup di tengah kondisi simulasi, yaitu situasi ketika tanda dan citra tidak lagi merefleksikan realitas,

melainkan menciptakan realitas baru yang disebut simulakra. Pada tahap ini, batas antara kenyataan dan representasi menjadi semakin kabur sehingga publik lebih banyak berinteraksi dengan citra daripada realitas yang sebenarnya. Kondisi tersebut melahirkan hiperrealitas, yaitu keadaan ketika representasi dianggap lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri. Fenomena ini semakin relevan dalam praktik personal branding di media sosial karena identitas yang dikonsumsi audiens sering kali merupakan hasil konstruksi simbolik yang terus diproduksi melalui konten digital. Kajian terbaru menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama terbentuknya simulakra identitas, di mana citra yang dikurasi lebih dominan daripada pengalaman nyata individu.

Pendekatan ini menempatkan individu sebagai produsen tanda sekaligus objek simulasi, sehingga memperluas kajian semiotika Baudrillard dari ranah komoditas menuju konstruksi identitas personal di ruang digital. Perspektif ini juga memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mendeskripsikan konten, tetapi mengklasifikasikan tingkat keterpisahan antara tanda dan realitasnya secara sistematis, sehingga hasil analisis dapat menunjukkan gradasi simulakra yang terjadi dalam praktik personal branding secara lebih terperinci. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis simulakra identitas dalam fenomena personal branding pada *reels* Instagram Jerome Polin Sijabat periode Januari hingga Maret 2026, mengidentifikasi tahapan simulakra yang mendominasi konten yang diunggahnya, serta menjelaskan bagaimana konstruksi tanda dalam setiap konten membentuk persepsi publik terhadap identitas digital sang kreator. Melalui tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian semiotika dalam ranah media digital, sekaligus memberikan kontribusi teoritis bagi pemahaman tentang identitas yang tidak lagi hadir sebagai refleksi diri yang autentik, melainkan sebagai produk simulasi yang terus diproduksi dan dikonsumsi dalam ruang budaya digital kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah (Moleong, 2021). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemaknaan tanda, simbol, dan representasi identitas dalam fenomena *personal branding* di media sosial yang tidak dapat diukur secara numerik, melainkan harus diinterpretasikan secara mendalam. Adapun metode deskriptif analitis adalah metode yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya, kemudian dilanjutkan dengan analisis mendalam untuk menghasilkan kesimpulan yang bermakna berdasarkan perspektif teori simulakra Jean Baudrillard (Sugiyono, 2019). Objek penelitian ini adalah konten video *reels* pada akun Instagram Jerome Polin Sijabat periode Januari-Maret 2026 yang dipilih berdasarkan relevansinya terhadap praktik *personal branding*. Video yang dianalisis meliputi: (1) “Refleksi 8 Tahun setelah Lulus Sekolah Bahasa Jepang”, (2) “Akhirnya Ngerti Kok Bisa 8x8=6x4", (3) "Mantappu Academy Berkolaborasi dengan Della", (4) "Main Tebak-Tebakan Matematika di TMII", (5) "At Least Adu Pencapaian dengan Erica Ricardo", (6) "At Least Jerome Polin dengan Adiknya", (7) "Panglima Matematika di Sekolah", dan (8) "Bedanya Jerome Polin Sama yang Nonton".

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan, yaitu pengamatan sistematis tanpa keterlibatan langsung peneliti terhadap aktivitas yang diamati,

dokumentasi berupa pengarsipan tangkapan layar dan transkrip dialog video *reels* yang relevan, serta studi pustaka untuk memperkuat landasan teoritis melalui penelaahan jurnal ilmiah dan sumber tertulis yang berkaitan dengan topik penelitian (Haryoko, 2020).

Teknik analisis data menggunakan model semiotika dengan pendekatan teori simulakra Jean Baudrillard. Semiotika sebagai ilmu tentang tanda mencakup proses identifikasi tanda *(sign)*, penafsiran makna *(signified)*, dan hubungan antara keduanya dalam sistem representasi. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan data ke dalam empat tahap simulakra menurut Baudrillard, yaitu representasi yang masih mencerminkan realitas, representasi yang mulai menyimpang dari realitas, representasi yang menutupi ketiadaan realitas, dan simulakra murni yang sepenuhnya terlepas dari realitas, melalui model (Miles *et al*., 2013) yaitu tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori, yang merupakan penggunaan lebih dari satu perspektif teoritis dalam menafsirkan data yang sama untuk memastikan interpretasi yang dihasilkan tidak bias terhadap satu sudut pandang saja (Firmansyah *et al*., 2024). Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan hasil analisis simulakra Baudrillard dengan konsep semiotika Roland Barthes mengenai mitos dan konotasi disertai pembacaan berulang terhadap data agar interpretasi yang dihasilkan lebih mendalam dan konsisten dengan konteks asli konten yang dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis terhadap konten video *reels* pada akun Instagram Jerome Polin Sijabat menggunakan pendekatan semiotika dan kerangka teori simulakra Jean Baudrillard dilakukan pada video dari bulan Januari hingga Maret 2026, yang merepresentasikan variasi tema meliputi refleksi personal, edukasi matematika, humor, promosi produk, serta pengumuman program pendidikan. Setiap konten dianalisis berdasarkan tanda yang muncul, makna yang dihasilkan, serta keterkaitannya dengan empat tahap simulakra. Tahap pertama menunjukkan citra yang masih mencerminkan kenyataan secara apa adanya. Tahap kedua memperlihatkan citra yang mulai menyimpang dan tidak lagi sepenuhnya sesuai dengan kenyataan. Tahap ketiga menggambarkan citra yang seolah-olah mewakili kenyataan, padahal kenyataan tersebut sebenarnya tidak ada. Tahap keempat adalah simulakra murni, yaitu citra yang hanya merujuk pada dirinya sendiri. Berikut adalah analisis pada konten video *reels* akun Instagram Jerome Polin Sijabat :

1. Citra masih Mencerminkan Realitas

Tahap pertama simulakra menurut Jean Baudrillard merupakan kondisi ketika citra masih berfungsi sebagai representasi yang jujur terhadap realitas. Citra masih berfungsi sebagai cerminan realitas yang jujur, di mana tanda belum mengalami proses rekayasa makna dan masih memiliki hubungan langsung dengan referennya.

Video 1: Refleksi 8 Tahun setelah Lulus Sekolah Bahasa Jepang

Gambar 1. Video Refleksi 8 Tahun setelah Lulus Sekolah Bahasa Jepang

Video yang diunggah pada tanggal 29 Januari 2026 ini menunjukkan karakteristik tahap pertama simulakra. Dalam video tersebut, Jerome Polin mengunjungi kembali sekolah bahasa Jepang tempat ia pernah menempuh pendidikan delapan tahun sebelumnya. Ia menyampaikan informasi yang bersifat spesifik dan dapat diverifikasi, seperti penyebutan kamar nomor 501 sebagai tempat tinggal serta kebiasaannya bermain basket bersama teman-teman di lingkungan tersebut. Detail yang disampaikan merupakan fakta biografis yang konkret dan tidak menunjukkan adanya upaya konstruksi citra. Jerome tampil sebagai individu yang merefleksikan pengalaman hidupnya secara apa adanya, disertai perenungan mengenai makna kehidupan dan kesementaraan eksistensi manusia. Hal ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini:

> *"Balik lagi ke sekolah bahasa Jepang, aku lulus dari sini 8 tahun lalu. Aku dulu sering banget main basket di sini sama temen-temen dan dulu aku tinggal di sana di kamar 501 dan sekarang udah ditempatin orang lain."*

Penyebutan "8 tahun" dan "kamar 501" menunjukkan penanda faktual yang spesifik serta berfungsi sebagai representasi langsung dari pengalaman nyata. Informasi tersebut tidak menunjukkan adanya manipulasi atau penguatan citra tertentu, melainkan menghadirkan realitas masa lalu secara apa adanya.

> *"Bayangin 100 tahun kemudian, 200 tahun kemudian, kita udah gak ada lagi di dunia ini... mungkin udah gak ada yang inget kita sama sekali. Kalau kita mikir kayak gitu, buat apa ya kita overthinking sekarang ini, buat apa kita takut ngelakuin sesuatu, takut untuk hidup semaksimal mungkin."*

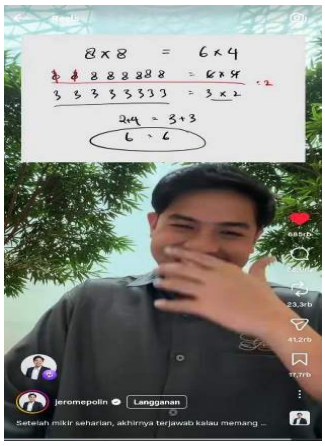
Refleksi yang disampaikan bersifat universal dan tidak bergantung pada konstruksi persona tertentu. Jerome berbicara sebagai individu yang merenungkan kehidupan secara eksistensial, bukan sebagai figur publik dengan identitas yang dikonstruksi. Ketiadaan unsur *personal branding* yang dominan dalam video ini memperlihatkan bahwa konten yang ditampilkan masih berada dalam kategori representasi autentik, yaitu kondisi apa yang ditampilkan di ruang digital selaras dengan pengalaman nyata yang sesungguhnya dialami oleh subjek (Azzahra, 2026). Dengan demikian, representasi yang muncul belum

dimanfaatkan sebagai sarana pembentukan persona. Tanda yang hadir masih berperan sebagai penunjuk realitas, bukan sebagai alat untuk menggantikannya.

2. Citra mulai Menyimpang dari Realitas

Tahap kedua simulakra ditandai oleh perubahan fungsi citra yang tidak lagi sepenuhnya merepresentasikan realitas, melainkan mulai mengalami penyimpangan melalui proses kurasi. Kurasi yaitu proses pemilihan, penyusunan, dan pengemasan informasi secara terencana untuk membangun kesan atau citra tertentu di hadapan publik (Habiburrahman *et al*., 2025). Fakta yang ditampilkan masih memiliki dasar nyata, tetapi cara penyajiannya telah mengalami distorsi yaitu perubahan atau penyimpangan terhadap realitas asli sehingga makna yang diterima audiens tidak lagi sepenuhnya sama dengan kenyataan sebenarnya (Harefa, 2025).

Video 1: Akhirnya Ngerti Kok Bisa 8x8=6x4



Gambar 2. Video Akhirnya Ngerti Kok Bisa 8x8=6x4

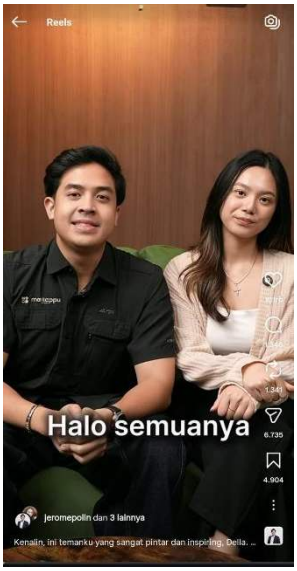
Video yang diunggah pada tanggal 16 Januari 2026 ini menunjukkan karakteristik tahap kedua simulakra. Dalam video tersebut, Jerome Polin memanfaatkan konsep matematika yang pada dasarnya bersifat logis dan sistematis, kemudian mengubahnya melalui teknik manipulasi tertentu agar menghasilkan pernyataan yang keliru namun tampak masuk akal. Matematika tidak lagi difungsikan sebagai representasi kebenaran ilmiah, melainkan sebagai sarana pertunjukan yang mendukung pembentukan citra diri sebagai individu yang cerdas sekaligus menghibur. Realitas matematika tetap diperkenalkan pada bagian awal melalui pernyataan yang benar, seperti 8x8=64 dan 6x4=24. Proses berikutnya menunjukkan adanya penyimpangan yang dilakukan secara sadar melalui perubahan konteks, penggunaan konsep yang tidak tepat, serta visualisasi yang tidak sesuai dengan kaidah matematika. Strategi tersebut menghasilkan efek humor sekaligus memperkuat identitas sebagai kreator yang mampu mengolah pengetahuan menjadi hiburan. Hal ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini:

"Kebanyakan diplintir guys, kalau waras-waras aja gak bisa mikir gini guys, nah kalau kita mau lebih pelintir lagi, supaya lebih gak waras. Tapi baginya kayak gini guys ya, 8

dibagi bukan jadi 4 gitu, bukan. Tapi kalau 8 dipotong setengah gini kan 3 kan, karena kepotong setengah."

Pada penggalan ini, realitas matematika sudah sepenuhnya ditinggalkan karena angka 8 "dipotong secara visual" menjadi 3, sebuah langkah yang tidak sah secara ilmiah. Namun karena disampaikan dengan percaya diri dan penuh humor, penonton ikut larut. Penyajian yang dilakukan Jerome memperlihatkan bahwa realitas matematika masih dikenali oleh penonton sebagai sesuatu yang keliru, tetapi kesalahan tersebut sengaja dipertahankan demi efek humor dan daya tarik konten. Tanda tidak selalu merepresentasikan realitas secara langsung, melainkan dapat dimanipulasi untuk menghasilkan makna baru sesuai kepentingan komunikasi (Sulianta, 2024). Dengan demikian, video ini menunjukkan bahwa matematika tidak lagi dijadikan standar kebenaran utama, tetapi telah berubah menjadi tanda yang dikonstruksi untuk memperkuat persona Jerome sebagai kreator edukatif sekaligus menghibur.

Video 2: Mantappu Academy Berkolaborasi dengan Della



Gambar 3. Video Mantappu *Academy* Berkolaborasi dengan Della

Video yang diunggah pada tanggal 4 Februari 2026 ini menunjukkan karakteristik tahap kedua simulakra. Dalam video tersebut ditampilkan fakta yang dapat diverifikasi, seperti keberadaan Della yang mendapatkan beasiswa penuh di CUHK (*The Chinese University of Hongkong*). Penyajian realitas tersebut mengalami perubahan melalui proses pembingkaian yang terencana. Pertemuan antara Jerome dan Della di CUHK pada tahun 2023 diceritakan ulang dalam bentuk narasi yang menyerupai alur cerita dramatik. Jerome digambarkan sebagai sosok yang melakukan perjalanan ke berbagai negara untuk mengunjungi kampus-kampus unggulan, kemudian menemukan individu berbakat melalui interaksi yang terkesan spontan. Cara penyampaian tersebut menggeser realitas yang sederhana menjadi cerita yang lebih dramatis dan menarik perhatian audiens. Narasi yang dibangun menempatkan Jerome tidak hanya sebagai pendiri lembaga pendidikan, melainkan sebagai figur yang berperan dalam menemukan dan mengembangkan potensi orang lain. Hal ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini:

"Jadi ceritanya tahun 2023 aku kan keliling dunia dan setiap keliling dunia aku itu pergi ke kampus-kampus di setiap negara dan waktu itu aku ke Hongkong, aku pergi ke CUHK itu salah satu top ya, dan Della udah di sana dengan full beasiswa. Aku kan suka banget kasih kuis matematika ya ke orang-orang yang aku kenal gitu, dan Della ini salah satu yang paling cepet ngerjainnya. Dan aku bener-bener kayak, wow, ini orang pinter banget."

Pada penggalan ini terdapat dua penanda utama, yaitu Jerome sebagai individu yang melakukan perjalanan intelektual dengan mengunjungi kampus-kampus terbaik di dunia, dan Della sebagai bintang tersembunyi yang ditemukan Jerome. Fakta kunjungan ke CUHK mungkin nyata, tetapi pembingkaiannya sebagai bagian dari keliling dunia mengunjungi kampus-kampus mengangkat citra Jerome jauh melampaui realitas kunjungan biasa. Tanda dalam media tidak selalu berfungsi sebagai representasi langsung atas realitas, melainkan dapat diproduksi dan di organisasi sedemikian rupa untuk membangun makna tertentu sesuai kepentingan komunikasi. Dengan demikian, video ini tidak sekadar merepresentasikan aktivitas kolaborasi pendidikan, tetapi telah menjadi representasi simbolik yang memperbesar peran Jerome dalam cerita. Realitas kunjungan kampus masih dikenali, namun maknanya telah mengalami distorsi melalui dramatisasi naratif sehingga citra yang muncul lebih dominan dibanding fakta asli yang mendasarinya.

3. Citra yang Menutupi Ketiadaan Realitas

Tahap ketiga simulakra adalah kondisi di mana citra seolah-olah merepresentasikan realitas, padahal realitas yang dimaksud sesungguhnya tidak hadir secara utuh. Citra hanya diklaim keberadaannya melalui deretan tanda yang terus diulang.

Video 1: Main Tebak-Tebakan Matematika di TMII

Gambar 4. Video Main Tebak-Tebakan Matematika di TMII

Video yang diunggah pada tanggal 14 Januari 2026 ini menunjukkan karakteristik tahap ketiga simulakra. Dalam video tersebut, Jerome ditampilkan dalam suasana santai di kawasan wisata TMII dengan interaksi yang terlihat spontan, disertai candaan serta permainan tebak-tebakan matematika. Penyajian tersebut membangun kesan keseharian

yang alami dan tidak dirancang. Kesan tersebut sebenarnya merupakan hasil konstruksi yang disusun secara halus melalui penggunaan tanda-tanda tertentu. Identitas Jerome sebagai sosok yang humoris sekaligus memiliki kemampuan di bidang matematika terus direproduksi melalui penyisipan simbol yang berulang, salah satunya melalui permainan kata yang mengaitkan huruf "M" dengan matematika. Hal ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini:

> *"TMII itu kan M-nya matematika ya? Nah 1, tambah 2, tambah 3, tambah 4, tambah 5 tambah 6, tambah 7, tambah 8, tambah 9, tambah 10 berapa? 55."*

Penggalan tersebut menunjukkan bahwa konsep matematika dimasukkan ke dalam konteks yang tidak berkaitan secara langsung, yaitu kunjungan ke tempat wisata, bukan ruang kelas atau diskusi akademis. Matematika hadir bukan karena relevan dengan situasi, melainkan karena ia adalah tanda pembentuk persona yang harus terus direproduksi di mana pun Jerome berada. Dalam konteks ini, kehadiran matematika di setiap sudut kehidupan Jerome telah dinaturalisasikan sedemikian rupa sehingga audiens menerimanya sebagai bagian tak terpisahkan dari identitasnya, padahal kehadirannya adalah hasil penempatan yang disengaja.

Video 2: At Least Adu Pencapaian dengan Erica Ricardo

Gambar 5. Video *At Least* Adu Pencapaian dengan Erica Ricardo

Video yang diunggah pada tanggal 31 Januari 2026 ini menunjukkan karakteristik tahap ketiga simulakra. Pencapaian yang disebutkan meliputi kemampuan berbahasa, kepemilikan lembaga pendidikan Mantappu Academy yang sudah mengajar lebih dari 30.000 orang, serta pengakuan melalui Forbes 30 Under 30 Asia yang secara faktual dapat saja benar dan terverifikasi. Penyajian pencapaian tersebut tidak lagi berfungsi sebagai rekam jejak kehidupan yang utuh, melainkan sebagai sarana pembentukan citra diri yang

dikemas secara strategis dalam bentuk humor. Pola pengulangan frasa *"at least"* berperan sebagai penanda yang terus dihadirkan untuk memperkuat kesan tertentu. Setiap pengulangan tidak bertujuan memperdalam makna, melainkan menambah akumulasi tanda yang membangun citra sebagai individu yang unggul di berbagai bidang. Realitas dari setiap klaim tidak ditampilkan secara rinci, bahkan tidak menjadi fokus utama, karena fungsi utama penyajian tersebut adalah membangun persepsi, bukan memverifikasi fakta. Hal ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini:

"At least gue bisa tiga bahasa, At least gue punya mantap akademi dan gue udah ngajar lebih dari 30.000 orang, At least aku masuk Forbes 30 under 30 Asia."

Deretan pernyataan tersebut disampaikan secara berurutan tanpa penjelasan kontekstual maupun elaborasi yang mendalam. Informasi yang disampaikan tidak dilengkapi dengan rincian yang dapat memperjelas makna pencapaian, seperti jenis bahasa yang dikuasai, bentuk kegiatan mengajar, atau konteks pencapaian lainnya. Pencapaian yang disebutkan berfungsi sebagai label simbolik yang menguatkan identitas, bukan sebagai representasi realitas yang dijelaskan secara lengkap. Dalam konteks personal branding, pencapaian Jerome tidak dihadirkan sebagai narasi perjalanan yang autentik, tetapi sebagai deretan penanda yang disusun strategis untuk membangun citra superioritas. Pengelolaan kesan di ruang publik seringkali mengandalkan simbol-simbol status yang mudah dikenali audiens tanpa perlu penjelasan lebih lanjut, karena efektivitasnya justru terletak pada kemampuannya memicu asosiasi makna secara instan di benak penonton.

Video 3: At Least Jerome Polin dengan Adiknya

Gambar 6. Video *At Least* Jerome Polin dengan Adiknya

Video yang diunggah pada tanggal 15 Maret 2026 ini menunjukkan karakteristik tahap ketiga simulakra, yaitu citra yang menutupi ketiadaan realitas. Dalam video

tersebut, Jerome Polin bersama seorang adiknya menyampaikan deretan pernyataan yang menonjolkan pencapaian Jerome melalui pola pengulangan frasa *"at least"*. Konten dikemas dalam bentuk humor ringan, tetapi dibalik itu terdapat reproduksi tanda-tanda identitas yang telah lama melekat pada dirinya, yaitu cerdas, berprestasi, dan unggul secara akademik. Hal ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini:

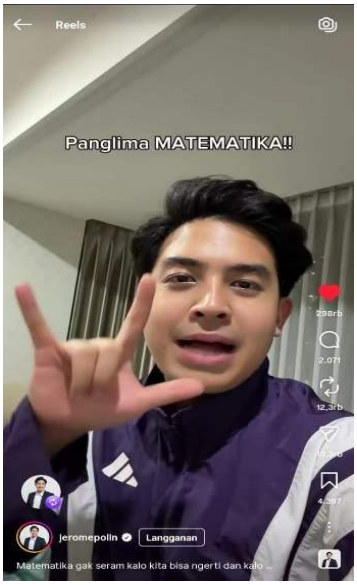
"At least Bang Jerome kalau nonton anime nggak perlu pakai subtitle, at least Bang Jerome udah lulus kuliah, at least waktu SMA Bang Jerome juara olimpiade matematika."

Pada penggalan tersebut terdapat tiga penanda utama, yaitu kemampuan berbahasa Jepang melalui klaim tidak memerlukan subtitle anime, status pendidikan sebagai lulusan perguruan tinggi, dan prestasi akademik sebagai juara olimpiade matematika saat SMA. Ketiga hal tersebut dapat memiliki dasar realitas, namun dalam konten ini tidak ditampilkan sebagai pengalaman hidup yang utuh, melainkan sebagai simbol prestise yang disusun secara singkat dan repetitif. Proses penumpukan tanda-tanda yang secara kolektif membangun sebuah citra ideologis tanpa harus menjelaskan proses di balik pembentukan citra tersebut. Ketiga hal tersebut dapat memiliki dasar realitas, namun dalam konten ini tidak ditampilkan sebagai pengalaman hidup yang utuh, melainkan sebagai simbol yang disusun secara singkat. Fokus utama bukan lagi realitas pencapaian itu sendiri, tetapi efek citra yang muncul di hadapan audiens.

4. Simulakra Murni

Tahap keempat merupakan puncak simulakra menurut Baudrillard, yaitu kondisi di mana citra sudah sepenuhnya terlepas dari realitas dan hanya merujuk pada dirinya sendiri sebagai tanda yang otonom. Tanda otonom dalam pengertian ini merujuk pada kondisi ketika sebuah tanda tidak lagi membutuhkan rujukan berupa objek nyata atau pengalaman aktual, melainkan tanda tersebut telah memiliki kehidupan maknanya sendiri dengan berdiri mandiri di dalam sistem representasi. Pada tahap ini tidak ada lagi realitas yang dirujuk, tidak ada realitas yang disembunyikan, karena yang ada hanyalah tanda yang bermain dengan tanda lain dalam sebuah sistem yang mereproduksi dirinya sendiri.

Video 1: Panglima Matematika di Sekolah



Gambar 7. Video Panglima Matematika di Sekolah

Video yang diunggah pada tanggal 22 Januari 2026 ini menunjukkan karakteristik tahap keempat simulakra. Konten tersebut memiliki struktur yang sangat sederhana, namun justru memperlihatkan dengan jelas bagaimana tanda beroperasi secara otonom. Penyebutan jabatan "Panglima Matematika" tidak memiliki dasar dalam realitas institusional, karena tidak terdapat struktur organisasi pendidikan yang mengakui posisi tersebut. Istilah tersebut tidak bergantung pada kebenaran faktual, melainkan pada kekuatan persona yang telah dibangun sebelumnya. Identitas Jerome sebagai sosok yang identik dengan matematika telah tertanam kuat dalam persepsi publik, sehingga label tersebut dapat diterima tanpa memerlukan pembuktian. Hal ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini:

"Jabatannya di sekolah cukup serem - Panglima Matematika."

Istilah "Panglima Matematika" berfungsi sebagai tanda yang tidak memiliki referensi nyata dalam dunia kelembagaan. Ketiadaan legitimasi formal tidak menjadi hambatan bagi penerimaan makna, karena yang bekerja adalah asosiasi terhadap identitas yang telah terbentuk. Tanda tersebut tidak merujuk pada realitas konkret, melainkan pada rangkaian tanda lain yang sebelumnya telah diproduksi dalam praktik *personal branding*. Proses tertanamnya asosiasi tersebut juga berkaitan dengan konsep *brand equity* yang diadaptasi dalam konteks *personal branding*, di mana nama atau label tertentu telah memiliki nilai perseptual yang melebihi substansi aktualnya karena dibangun melalui eksposur yang konsisten dan berulang (Febrianty, & Subanda, 2026). Dengan demikian, label "Panglima Matematika" tidak perlu dibuktikan kebenarannya karena audiens tidak lagi mencari realitas di balik tanda tersebut, melainkan langsung menerima dan mengonsumsinya sebagai bagian dari sistem identitas Jerome yang telah mereka konstruksi sendiri melalui pengalaman mengikuti kontennya secara berkelanjutan.

Video 2: Bedanya Jerome Polin Sama yang Nonton

Gambar 8. Video Bedanya Jerome Polin sama yang Nonton

Video yang diunggah pada tanggal 15 Februari 2026 ini menunjukkan karakteristik tahap keempat simulakra. Dalam video ini, identitas Jerome sebagai figur yang identik dengan matematika tidak lagi memerlukan dukungan konteks akademik, pencapaian nyata, maupun pembuktian kemampuan untuk dapat dipahami oleh audiens. Penyebutan nama "Jerome Polin" telah berfungsi sebagai penanda yang secara otomatis menghadirkan serangkaian makna yang telah terbentuk sebelumnya. Kalimat pembuka "Bedanya Jerome Polin sama yang nonton apa sih?" tidak berperan sebagai pertanyaan yang membutuhkan jawaban faktual, melainkan sebagai pemicu yang mengaktifkan identitas simbolik tersebut. Persona yang dimiliki telah berkembang menjadi sistem makna yang dapat dikenali secara langsung tanpa penjelasan tambahan. Kondisi ini menunjukkan bahwa identitas yang dibangun telah mencapai tahap di mana tanda berfungsi secara mandiri tanpa bergantung pada realitas. Penggunaan konsep matematika dalam video ini tidak lagi diarahkan pada tujuan edukatif atau pembuktian kemampuan intelektual, melainkan dimanfaatkan sebagai elemen simbolik untuk menciptakan humor yang berkaitan dengan pengalaman emosional, khususnya dalam hubungan asmara. Matematika tidak lagi berperan sebagai representasi ilmu pengetahuan, melainkan sebagai atribut simbolik yang memperkuat karakter persona. Hal ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini:

"Bedanya Jerome Polin sama yang nonton apa sih? Kalau Jerome Polin jago perkalian, jago pembagian. Kalau yang nonton, putus sama yang tahunan tapi gamon sama yang gak jadian."

Penggunaan nama "Jerome Polin" dalam penggalan tersebut tidak merujuk secara langsung pada individu sebagai realitas, melainkan sebagai simbol yang telah memiliki makna tetap dalam persepsi audiens. Transformasi nama menjadi tanda budaya ketika sebuah nama berhasil melampaui fungsi denotatifnya sebagai penunjuk identitas dan masuk ke dalam fungsi konotatif sebagai pembawa nilai, citra, dan asosiasi yang lebih luas dalam benak masyarakat. Penonton tidak memerlukan penjelasan tambahan terkait

kemampuan yang disebutkan, karena asosiasi tersebut telah terbentuk melalui pengulangan representasi dalam berbagai konten sebelumnya. Pengulangan inilah yang menjadi mekanisme utama pembentukan tanda otonom, karena semakin sering sebuah tanda direproduksi dalam berbagai konteks, semakin kuat pula kemampuannya untuk menghasilkan makna secara mandiri tanpa perlu merujuk kembali pada sumber asalnya. Identitas yang ditampilkan tidak lagi bergantung pada pembuktian nyata, melainkan pada kekuatan tanda yang telah hidup secara mandiri. Kondisi ini yang oleh Baudrillard dinyatakan sebagai puncak simulakra, ketika realitas tidak lagi menjadi tolok ukur kebenaran sebuah tanda, karena audiens sendiri sudah tidak lagi mencarinya dan justru merasa puas dengan mengonsumsi tanda sebagai realitas itu sendiri.

SIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa konstruksi identitas digital Jerome Polin Sijabat melalui konten *reels* Instagram periode Januari hingga Maret 2026 tidak sekadar merepresentasikan realitas diri, melainkan merupakan hasil produksi simulakra yang berlangsung secara bertahap dan sistematis. Tahap pertama simulakra terdapat satu konten, yaitu representasi yang masih mencerminkan realitas secara apa adanya tanpa konstruksi citra yang dominan. Tahap kedua simulakra ditemukan pada dua konten, yang menunjukkan citra mulai menyimpang dari realitas melalui proses pembingkaian, dramatisasi, dan pengemasan tertentu yang disengaja. Tahap ketiga simulakra menjadi yang paling dominan dengan tiga konten, yakni citra yang menutupi ketiadaan realitas melalui pengulangan tanda prestasi, kecerdasan, serta persona inspiratif. Selanjutnya, tahap keempat simulakra muncul pada dua konten, ketika identitas Jerome Polin telah berfungsi sebagai tanda otonom yang tidak lagi membutuhkan pembuktian realitas untuk diterima audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar konten Jerome Polin, yakni tujuh dari delapan konten yang dianalisis, telah berada pada tahap simulakra yang menunjukkan adanya jarak antara citra yang ditampilkan dengan realitas yang sesungguhnya. Dominasi tahap ketiga dengan tiga konten mengindikasikan bahwa strategi *personal branding* Jerome Polin lebih banyak bertumpu pada reproduksi tanda-tanda prestasi dan kecerdasan secara berulang. Kemunculan tahap keempat pada dua konten juga menjadi temuan yang signifikan karena membuktikan bahwa nama "Jerome Polin" telah berkembang melampaui identitas personal dan bertransformasi menjadi tanda budaya yang otonom. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa identitas digital di era media sosial bukan sekadar direpresentasikan, melainkan diproduksi, dikurasi, dan disimulasikan secara strategis sehingga batas antara realitas dan representasi menjadi semakin kabur, sebuah kondisi yang relevan dibaca melalui teori simulakra Baudrillard sebagai cerminan budaya digital kontemporer.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi teoritis yang penting bagi pengembangan kajian semiotika dalam konteks media digital. Relevansi tersebut bahkan semakin menguat mengingat media sosial menyediakan infrastruktur teknis yang secara inheren mendukung produksi dan sirkulasi simulakra melalui fitur-fitur seperti *reels*, *story*, dan *highlight* yang memungkinkan individu mengkurasi representasi dirinya secara presisi dan strategis. Penelitian ini juga memperluas aplikasi teori Baudrillard dari ranah komoditas dan budaya konsumsi menuju ranah konstruksi identitas personal, sehingga membuka ruang kajian baru yang

menempatkan individu bukan hanya sebagai konsumen simulakra melainkan juga sebagai produsen aktif sistem tanda yang membentuk realitas sosial di ruang digital. Secara praktis, temuan ini memberikan pemahaman kritis bagi audiens media sosial mengenai pentingnya kemampuan literasi digital dalam membaca konten yang dikonsumsi sehari-hari, karena sebagaimana ditunjukkan oleh data penelitian ini, sebagian besar konten yang tampak autentik dan spontan sesungguhnya merupakan hasil konstruksi tanda yang telah dirancang secara strategis untuk membentuk persepsi tertentu. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan analisis dengan melibatkan lebih banyak konten dari berbagai platform sekaligus, seperti TikTok dan YouTube, agar pola simulakra yang terbentuk dapat dipotret secara lebih komprehensif dan komparatif. Selain itu, kajian serupa perlu dikembangkan dengan mengkaji figur-figur kreator konten dari latar belakang yang berbeda agar temuan mengenai konstruksi identitas digital dapat digeneralisasikan secara lebih luas dalam konteks budaya digital Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, F., Isnani, A., Sulfiani, M., Ahsanulrizal, & Ahmad. (2025). *Linguistik dan Sastra dalam Dinamika Sosial Budaya di Era Digital*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

Artanadya, D. R., & Anayarahma, N. (2025). Online Identity Analysis of Public Figure Jerome Polin: Analisis Identitas Daring Tokoh Publik Jerome Polin. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, *8*, 23–28. https://doi.org/10.21070/pssh.v8i.768

Azzahra, S. F. (2026). *Representasi Diri Influencer Dalam Membentuk Personal Branding*. *10*.

Bahar, A. D., Maringgi, Y., & Syawal, F. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Personal Branding. *Journal of Management and Business (JOMB)*, *4*(1), 199–217. https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3547

Baudrillard, J. (2019). *Simulacra and simulation* (S. F. Glaser, Trans.). Univ. of Michigan Press.

Febrianty, P. A. T., & Subanda, N. (2026). *Personal Branding, Dari Konsep Menuju Praktik*. Nilacakra.

Fidiyah, B., & Mayasari, D. (2025). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Marjan. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik*, *26*(2), 130–141.

Firmansyah, T. R., Muttaqin, K., Hidayah, L., & Murniatie, I. U. (2024). The Hyperreality and Simulacra Theory of Jean Baudrillard: On Fashion Trends in Tiktok. *ELite Journal : International Journal of Education, Language and Literature*, *4*(2), 27–34. https://doi.org/10.26740/elitejournal.v4n2.p27-34

Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2022). Personal Branding Konten Kreator Melalui Citra Diri Mahasiswa Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @Jeromepolin). *Jurnal Media Penyiaran*, *1*(2), 117–123. https://doi.org/10.31294/jmp.v1i2.991

Habiburrahman, H., Dewiki, S., & Nurdiansyah, A. (2025). Kurasi Digital dalam Pengelolaan Arsip Elektronik: Tantangan dan Solusi untuk Meningkatkan Efektivitas SIKN dan JIKN di

Indonesia. *Khazanah: Jurnal Pengembangan Kearsipan*, *18*(2), 232–258. https://doi.org/10.22146/khazanah.102115

Harefa, A. (2025). Distorsi Hukum Penggunaan Teknik Undercover Buy dalam Pengungkapan Tindak Pidana Narkotika di Indonesia. *Jurnal Education and Development*, *13*(3), 699–704.

Haryoko, S. (2020). *Analisis Data Kualitatif*. Badan Penerbit UNM.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2013). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Nursyifa, C., & Nurainni, F. (2022). *Analyzing Jerome Polin Sijabat's Struggle from Social Media Posts*. *3*(3).

Pasenrigading, A. R., Nur, H., & Daud, M. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, *2*(9). https://doi.org/10.5281/zenodo.15290940

Shiddiq, M. N. A., Firmansyah, B., Salman, A. M., & Hanaffiah, M. A. (2025). Analisis Makna Kontekstual: Gaya Bahasa dalam Iklan Smartphone. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik*, *26*(2), 243–254.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitaf, dan R&D*. Alfabeta.

Sulianta, F. (2024). *Semiotika Digital*. Elex Media Komputindo.

Syadzali, A., Rahmah, P. A., Ningsih, F., & Khotimah, H. (2026). Fenomena Hijab Cosplay Di Media Sosial: Analisis Simulakra Jean Baudrillard. *Studia Sosia Religia*, *9*(1), 29–40. https://doi.org/10.51900/ssr.v9i1.25773

Utami, I. W., Abidin, S., Zuhriah, Z., Utami, I. W., Abidin, S., & Zuhriah, Z. (2023). Personal Branding Jerome Polin sebagai Content Creator melalui Youtube. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, *2*(6), 1807–1818.