

**KUNJUNGAN ISHOWSPEED SEBAGAI SARANA REPRESENTASI
BUDAYA INDONESIA DALAM WACANA NETIZEN INTERNASIONAL**

Berliana Wahyu Aqilla

Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
berlianaqillaa@gmail.com

Chintya Nirmala Sari

Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
chintya.nirmala@gmail.com

Elma Yulia Rahma

Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
yrelma0407@gmail.com

Afifa Safawati

Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
afifasfwt@gmail.com

Doan Widiandono

Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
doanwidhi@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

This study explores how the visit of American YouTuber IShowSpeed to Indonesia serves as a medium for representing Indonesian culture in the eyes of international netizens through social media, particularly YouTube. Using a qualitative approach with critical discourse analysis (Fairclough) and semiotic analysis (Barthes), the research examines IShowSpeed's video content in Yogyakarta and the international audience's responses. The findings reveal that his actions—such as wearing traditional Javanese attire, tasting herbal jamu, and participating in batik-making—construct rich symbolic and ideological representations of Indonesian culture. These representations are dynamic, shaped by the encoding process of the content creator and the diverse decoding by global audiences. The study emphasizes the role of influencers as digital cultural actors who can contribute to informal cultural diplomacy and extend Indonesia's soft power through global digital spaces.

Keywords: *Cultural Representation; Social Media; IshowSpeed; Cultural Diplomacy; Influencer; Global Discourse*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana kunjungan YouTuber asal Amerika Serikat, IShowSpeed, ke Indonesia menjadi sarana representasi budaya Indonesia di mata netizen internasional melalui media sosial, khususnya YouTube. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis (Fairclough) dan semiotika (Barthes), penelitian ini menganalisis video kunjungan IShowSpeed di Yogyakarta serta respons netizen internasional terhadap konten tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan IShowSpeed seperti mengenakan pakaian adat Jawa, mencoba jamu tradisional, dan membuat batik, membentuk representasi budaya Indonesia yang kaya makna simbolik dan ideologis. Representasi ini bersifat dinamis karena dipengaruhi oleh proses encoding dari kreator dan decoding dari audiens global. Temuan ini memperkuat bahwa influencer dapat menjadi aktor budaya digital yang berperan dalam diplomasi budaya informal dan memperluas jangkauan soft power Indonesia di ruang digital global.

Kata Kunci: *Representasi Budaya; Media Sosial; IshowSpeed; Diplomasi Budaya; Influencer; Wacana Global*

A. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana utama dalam membentuk persepsi budaya lintas negara. Fenomena ini memungkinkan individu dari berbagai belahan dunia untuk saling berinteraksi dan mengenal budaya satu sama lain tanpa batasan geografis. Salah satu contoh nyata dari dinamika ini adalah kunjungan YouTuber asal Amerika Serikat, IShowSpeed, ke Indonesia. Kunjungan tersebut tidak hanya menarik perhatian masyarakat lokal, tetapi juga menjadi sorotan netizen internasional melalui berbagai platform media sosial. Dalam konteks ini, peran figur publik digital seperti influencer dan streamer menjadi semakin sentral. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai produsen konten hiburan, tetapi juga sebagai mediator budaya yang memperkenalkan nilai, simbol, hingga praktik sosial suatu negara kepada khalayak global. Istilah influencer merujuk pada individu yang memiliki pengikut dalam jumlah besar di media sosial dan mampu mempengaruhi opini, gaya hidup, bahkan perilaku pengikutnya melalui konten yang mereka unggah (Hariyanti & Wirapraja, 2018: 141). Dengan demikian, influencer merupakan aktor budaya non-negara yang memiliki kekuatan simbolik dalam menyampaikan narasi budaya kepada publik internasional.

Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah proses produksi makna melalui bahasa, simbol, dan praktik sosial yang memungkinkan kita mengartikan objek, orang, atau peristiwa dalam konteks budaya tertentu. Representasi tidak bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh ideologi dan konteks sosial. Selanjutnya, Setiawan (2021) menjelaskan bahwa representasi budaya dalam media sosial merupakan proses selektif yang mencerminkan nilai dan konstruksi makna yang terus dinegosiasikan antar pengguna media digital. Artinya, budaya tidak ditampilkan secara utuh dan objektif, melainkan melalui sudut pandang kreator dan dinamika respons audiens.

Selain itu, media sosial juga memainkan peran penting dalam diplomasi budaya informal, di mana elemen budaya diperkenalkan tanpa melalui kanal resmi

negara, melainkan melalui saluran kreatif dan partisipatif. Hal ini sejalan dengan penelitian Pratiwi (2022) yang menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi alat diplomasi budaya yang efektif karena mampu menjangkau audiens luas dan membentuk persepsi publik secara organik.

Salah satu platform yang paling berpengaruh dalam ekosistem ini adalah YouTube. Melalui YouTube, para kreator konten memiliki ruang luas untuk menampilkan narasi pribadi, aktivitas sehari-hari, hingga pengalaman lintas budaya dalam bentuk audio-visual. Salah satu sosok yang menonjol adalah IShowSpeed, atau Darren Jason Watkins Jr, seorang kreator konten, streamer, dan influencer asal Amerika Serikat. IShowSpeed dikenal luas melalui gaya komunikasinya yang ekspresif, performatif, dan sering kali kontroversial. Ia membangun popularitas global dengan memproduksi konten yang melibatkan permainan video, interaksi spontan, serta eksplorasi budaya populer dari berbagai negara.

Pada tahun 2024, IShowSpeed melakukan kunjungan ke Indonesia sebagai bagian dari konten digitalnya. Dalam kunjungan tersebut, ia tidak hanya mengeksplorasi tempat-tempat tertentu, tetapi juga terlibat langsung dalam elemen budaya lokal, seperti mengenakan sarung dan peci, busana adat Jawa, mencoba makanan khas Indonesia, serta berjoget bersama masyarakat. Seluruh aktivitas ini didokumentasikan dan diunggah ke berbagai platform, mendapatkan tanggapan masif dari warganet, baik di dalam negeri maupun dari audiens internasional. Fenomena ini kemudian menjadi viral dan menjadikan Indonesia sebagai objek representasi budaya dalam wacana digital global.

Fenomena kunjungan IShowSpeed ini penting untuk dianalisis karena merepresentasikan bagaimana budaya Indonesia dikonstruksi dan disampaikan oleh aktor non-negara melalui YouTube. Representasi budaya dalam media digital tentu tidak bersifat netral karena dibentuk oleh narasi visual, pilihan simbol, dan interaksi sosial yang ditampilkan dalam konten. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana konten tersebut berdampak pada diplomasi budaya Indonesia di mata internasional. Respons netizen internasional juga tidak bisa diabaikan, karena mereka turut serta dalam proses penafsiran dan konstruksi makna budaya yang mereka konsumsi secara daring lewat konten IShowSpeed. Dalam hal ini, representasi budaya Indonesia tidak hanya dibentuk oleh apa yang ditampilkan oleh IShowSpeed, tetapi juga oleh bagaimana konten tersebut diterima, disebarluaskan, dan dibahas oleh publik global.

Kajian terhadap fenomena ini relevan dalam konteks komunikasi lintas budaya dan studi representasi media. Penelitian ini berangkat dari pandangan bahwa budaya Indonesia dalam era digital dapat muncul dalam bentuk yang tidak terduga, seperti melalui kunjungan seorang YouTuber asing yang kemudian menjadi bagian dari diskursus global melalui partisipasi netizen di berbagai negara. Dengan menganalisis bagaimana budaya Indonesia direpresentasikan dalam konten IShowSpeed serta bagaimana warganet internasional meresponsnya, tulisan ini bertujuan mengungkap dinamika wacana budaya yang terbentuk di ruang digital global. Hal ini sekaligus menjadi refleksi atas kekuatan media sosial sebagai sarana diplomasi budaya non-formal di era globalisasi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana kunjungan IShowSpeed ke Indonesia

merepresentasikan budaya Indonesia dan mempengaruhi wacana netizen internasional di ruang digital global.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Representasi Budaya oleh Stuart Hall

Teori representasi budaya yang dikemukakan oleh **Stuart Hall** merupakan pendekatan penting dalam studi budaya dan media. Hall berpendapat bahwa representasi bukan sekadar mencerminkan realitas, tetapi merupakan proses aktif dalam membentuk dan mengonstruksi makna melalui bahasa, simbol, dan praktik sosial. Dalam pandangannya, makna tidak melekat secara langsung pada objek atau peristiwa, melainkan dibentuk melalui sistem representasi yang melibatkan konsep dalam pikiran dan bahasa yang digunakan untuk mengartikulasikannya.

Pendekatan ini dikenal sebagai pendekatan **konstruksionis**, yang menekankan bahwa makna budaya dibentuk melalui interaksi antara individu, masyarakat, dan media. Dalam konteks ini, media seperti film, televisi, dan platform digital memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap budaya tertentu. Melalui representasi yang disajikan, media dapat memperkuat atau menantang stereotip, serta membentuk pemahaman baru tentang identitas budaya.

Sebagai contoh, dalam penelitian yang dilakukan oleh Ayuanda et al. (2024), teori representasi Stuart Hall digunakan untuk menganalisis representasi budaya Jawa dalam film "Primbon". Penelitian ini menemukan bahwa film tersebut merepresentasikan berbagai aspek budaya Jawa, seperti tahlilan, primbon, bahasa Jawa, weton, ruwatan, Bujang Ganong, dan pakaian tradisional. Melalui pendekatan konstruksionis, penelitian ini menunjukkan bagaimana elemen-elemen budaya tersebut dikonstruksi dan disampaikan kepada penonton melalui narasi dan visual dalam film.

Dengan demikian, teori representasi budaya oleh Stuart Hall memberikan kerangka analisis yang kuat untuk memahami bagaimana budaya direpresentasikan dalam media, serta bagaimana representasi tersebut mempengaruhi persepsi dan pemahaman masyarakat terhadap budaya tertentu.

2. Diplomasi Budaya sebagai Strategi Soft Power

Diplomasi Budaya merupakan salah satu bentuk soft power yang digunakan oleh negara untuk membangun citra positif dan memperkuat hubungan internasional melalui pertukaran budaya, seni, dan nilai-nilai. Menurut penelitian oleh Firgi Febrian (2025), diplomasi budaya Indonesia dalam mempromosikan angklung di Amerika Serikat telah berhasil meningkatkan pemahaman dan apresiasi masyarakat Amerika terhadap budaya Indonesia. Kegiatan seperti program "Angklung Goes to School" menjadi contoh konkret bagaimana diplomasi budaya dapat mempererat hubungan antarbangsa melalui seni dan pendidikan.

Lebih lanjut, diplomasi budaya tidak hanya dilakukan oleh aktor negara, tetapi juga melibatkan aktor non-negara seperti komunitas seni dan organisasi masyarakat. Penelitian oleh Arfrido Valentino Murbawanto Putra dan Penny Kurnia (2023) menunjukkan bahwa Komite Seni Budaya Nusantara (KSBN) sebagai aktor non-pemerintah berperan aktif dalam mempromosikan budaya Indonesia di luar negeri melalui berbagai kegiatan seni dan budaya.

Selain itu, diplomasi budaya juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan sektor pariwisata. Studi oleh Helda Purwantika et al. (2022) menggambarkan bagaimana diplomasi budaya di kawasan perbatasan Entikong, Kalimantan Barat, melalui festival budaya dan pertunjukan seni, berhasil menarik wisatawan dan memperkuat hubungan bilateral antara Indonesia dan Malaysia.

Dengan demikian, diplomasi budaya menjadi strategi penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan budaya Indonesia di kancah internasional, serta membangun hubungan yang harmonis dengan negara lain melalui pendekatan yang bersifat non-konfrontatif dan berbasis pada nilai-nilai budaya.

3. Peran Influencer sebagai Aktor Budaya Digital

Dalam era digital saat ini, influencer media sosial telah berkembang menjadi aktor budaya yang berpengaruh dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku masyarakat. Mereka tidak hanya mempromosikan produk atau layanan, tetapi juga menyebarkan nilai-nilai budaya dan gaya hidup kepada pengikutnya.

Gaspersz et al. (2024) dalam studi mereka mengungkapkan bahwa influencer media sosial di Indonesia telah mengalami transformasi peran dari sekadar pembuat konten menjadi pemimpin opini digital. Efektivitas mereka dalam membentuk opini publik dipengaruhi oleh kredibilitas, tingkat keterlibatan (*engagement rate*), dan konsistensi pesan yang disampaikan. Studi ini juga menyoroti bahwa nilai-nilai kolektivisme dan integrasi nilai tradisional Indonesia memberikan dimensi unik dalam dinamika pembentukan opini oleh influencer.

Selain itu, Christanti dan Cahyani (2022) meneliti bagaimana influencer di Instagram membentuk identitas budaya virtual melalui unggahan foto. Penelitian ini menemukan bahwa influencer mengkonstruksi identitas budaya yang mencerminkan kelas sosial ekonomi, agama, dan keluarga, yang kemudian mempengaruhi persepsi dan perilaku pengikutnya dalam ruang digital.

Fenomena hiperrealitas juga menjadi perhatian dalam studi tentang influencer. Triyas et al. (2023) mengkaji bagaimana representasi influencer dalam konten ulasan produk dapat menciptakan budaya hiperrealitas di kalangan mahasiswa. Mereka menemukan bahwa influencer seringkali melebih-lebihkan kualitas produk dalam ulasan mereka, yang dapat mengaburkan batas antara realitas dan representasi, serta mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

Lebih lanjut, Hatimah et al. (2021) menyoroti peran digital influencer dalam mereaktualisasi budaya lokal, seperti budaya *pacce'* masyarakat Bugis-Makassar, di tengah pandemi COVID-19. Mereka menemukan bahwa influencer dapat menjadi agen perubahan sosial yang efektif dalam menyebarkan dan memperkuat nilai-nilai budaya lokal melalui platform digital.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis berdasarkan model Norman Fairclough untuk mengkaji representasi budaya Indonesia dalam konten video digital. Metode ini dipilih karena mampu mengungkap proses pembentukan makna melalui media sosial, serta memungkinkan analisis terhadap isi konten dan respons audiens secara menyeluruh. Menurut Munfarida (2010), analisis wacana kritis versi Norman Fairclough terdiri dari tiga dimensi: deskripsi teks, interpretasi praktik diskursif,

dan eksplanasi praktik sosial. Dalam penelitian ini, penekanan diberikan pada dua dimensi awal, yakni teks dan praktik diskursif.

Objek penelitian dalam studi ini adalah konten video kunjungan IShowSpeed di Indonesia yang diunggah di platform YouTube, serta komentar dan diskusi netizen internasional yang muncul sebagai respons terhadap konten tersebut. Secara spesifik, penelitian ini menyoroti video berikut: Video Kunjungan IShowSpeed di Yogyakarta, <https://www.youtube.com/live/8FzcNN3ZvB0?si=r0ZPulIW0-ue0gN>. Fokus pada konten video dan interaksi digital ini penting untuk memahami bagaimana budaya Indonesia direpresentasikan dan diinterpretasikan dalam wacana global (Suwinda, 2023).

Untuk teknik pengumpulan data, peneliti melakukan observasi dan dokumentasi terhadap konten video yang menjadi objek penelitian. Selain itu, data komentar dan interaksi netizen dikumpulkan secara purposif hanya dari platform YouTube pada video yang menjadi objek penelitian untuk mendapatkan gambaran pola respons audiens secara luas. Pendekatan ini didukung dengan studi literatur yang relevan terkait fenomena representasi budaya dan teori-teori komunikasi digital (Kristina, 2020; Pratiwi, 2022).

Dalam teknik analisis data, penelitian ini mengadopsi analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis) yang dikembangkan oleh Fairclough untuk mengkaji teks konten video, praktek produksi, serta konteks sosial yang melingkupi representasi budaya tersebut. Analisis wacana kritis memungkinkan peneliti mengungkap bagaimana makna budaya dikonstruksi dan bagaimana ideologi serta relasi kekuasaan turut berperan dalam proses tersebut (Muharam, 2021; Rembulan & Nur, 2024). Selain itu, analisis semiotika digunakan untuk mengurai makna simbol budaya yang ditampilkan dalam konten, baik pada tingkat denotasi (makna literal) maupun konotasi (makna simbolik dan ideologis) sesuai teori Roland Barthes (Gatokaca, 2023). Selanjutnya, analisis tematik diterapkan untuk memahami pola respons netizen dan bagaimana konstruksi makna budaya berkembang melalui interaksi digital di ruang publik media sosial (Suwinda, 2023). Dengan kombinasi metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai representasi budaya Indonesia dalam konten digital IShowSpeed dan dinamika wacana yang terbentuk diantara netizen internasional.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kunjungan IShowSpeed ke Indonesia membawa momentum penting dalam merepresentasikan budaya Indonesia dimata dunia. Dalam jurnal ini kita akan mencoba menganalisis kunjungannya pada saat ke Yogyakarta. Kehadiran IShowSpeed, seorang kreator konten dengan jutaan pengikut dari berbagai negara, secara tidak langsung mengangkat budaya Jawa ke panggung global, terutama melalui berbagai aktivitas yang ia lakukan selama di Yogyakarta dan disiarkan secara luas melalui media sosialnya. Salah satu momen paling menonjol adalah ketika IShowSpeed mengenakan pakaian adat Jawa lengkap dengan surjan dan blangkon. Penampilannya ini bukan hanya menjadi hiburan bagi penonton, namun juga menampilkan simbol penghormatan terhadap budaya lokal.



Gambar 1. Menit ke 01:39:05

Analisis simbolik terhadap pemakaian pakaian adat ini menunjukkan bahwa simbol tersebut bukan sekadar kostum, melainkan sebuah tanda yang mengandung makna mendalam tentang identitas dan tradisi Jawa. Dalam konteks teori Stuart Hall tentang representasi, pakaian adat ini dapat dipahami sebagai proses encoding makna budaya oleh pembuat konten, yang kemudian di-decode oleh audiens dengan berbagai interpretasi berdasarkan latar belakang sosial dan budaya mereka. Hall menekankan bahwa representasi budaya adalah konstruksi yang bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh interaksi antara media dan audiens, sehingga makna pakaian adat dalam video ini dapat diterima sebagai bentuk penghormatan dan pengenalan budaya, sekaligus membuka ruang dialog tentang identitas budaya dalam konteks global (Hall, 2025)

Selain itu, pengalaman IShowSpeed dalam mencoba jamu tradisional beras kencur juga menjadi sorotan tersendiri. Ia tampak antusias saat mencicipi jamu yang disajikan dalam oleh seorang penjual jamu di dalam toko batik di Yogyakarta, bahkan sempat bertanya mengenai bahan-bahan dan khasiat dari minuman tersebut. Ekspresi spontan yang ia tunjukkan, mulai dari rasa kaget hingga ketertarikan terhadap rasa unik jamu, menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton internasional yang sebelumnya mungkin tidak mengenal minuman tradisional Indonesia. Interaksi ini tidak hanya memperkenalkan produk budaya berupa kuliner, tetapi juga nilai-nilai kesehatan dan tradisi turun-temurun yang melekat pada masyarakat Jawa.



Gambar 2. Menit ke 21:05

Saat IShowSpeed keluar dari toko, ia sempat disambut sebuah band karawitan dan mencoba memainkan gendangnya secara langsung.



Gambar 3. Menit ke 16:50

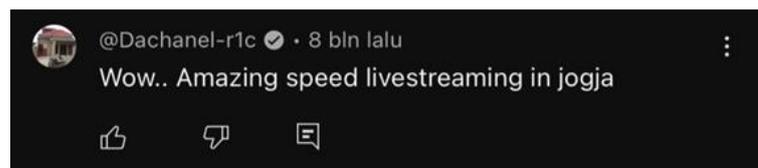
Kegiatan lain yang juga mendapat perhatian luas adalah saat IShowSpeed mengikuti proses membatik. Ia belajar menggunakan canting dan malam untuk membuat pola di atas kain, meskipun hasilnya masih sederhana. Aktivitas ini memperlihatkan bagaimana budaya membatik yang telah diakui UNESCO sebagai warisan dunia, diperkenalkan secara langsung kepada audiens global. Banyak penonton yang mengapresiasi usaha IShowSpeed dalam mencoba membatik, dan beberapa bahkan mengekspresikan keinginan untuk mencoba sendiri jika berkunjung ke Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman budaya yang

bersifat partisipatif dapat menjadi sarana promosi yang efektif, karena melibatkan emosi dan rasa ingin tahu audiens secara langsung.

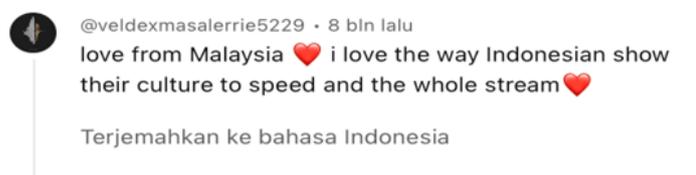


Gambar 4. Menit ke 01:56:57

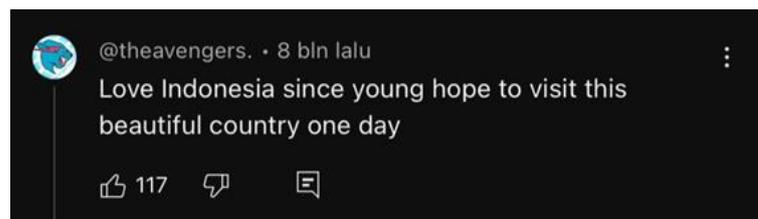
Berdasarkan analisis wacana kritis, komentar-komentar netizen seperti yang kami lampirkan dibawah;



Gambar 5.



Gambar 6.



Gambar 7.



Gambar 8



Gambar 9

Komentar diatas menunjukkan adanya keterbatasan pengetahuan dan potensi stereotip yang masih melekat pada persepsi global tentang budaya Indonesia . Hal ini sejalan dengan temuan Suwinda (2023) bahwa respons netizen internasional terhadap konten budaya Indonesia di media sosial cenderung membentuk wacana baru yang tidak selalu netral, melainkan dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan pengetahuan masing-masing audiens.

Kaitan dengan diplomasi budaya dapat dilihat dari bagaimana video ini berfungsi sebagai alat diplomasi budaya informal yang memperkenalkan dan mempromosikan budaya Indonesia secara luas melalui platform digital. Seperti yang ditemukan dalam penelitian tentang diplomasi budaya Indonesia melalui berbagai program dan festival, penggunaan media dan konten digital oleh aktor non-negara seperti influencer dapat menjadi sarana efektif untuk membangun citra positif dan memperkuat soft power Indonesia di mata dunia (Kim Hwajung, 2017; Raharja, 2021). Dengan mengemas budaya lokal dalam format yang menarik dan mudah diakses, video ini membantu menyebarkan nilai-nilai budaya Indonesia secara damai dan partisipatif, sejalan dengan prinsip-prinsip diplomasi budaya yang menekankan penyebaran, penerimaan, dan koeksistensi budaya (Raharja, 2021; Upaya Diplomasi BIPA, 2023).

Secara keseluruhan, video kunjungan IShowSpeed ke Yogyakarta tidak hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga media representasi budaya yang kompleks dan sarat makna. Melalui simbol pakaian adat dan praktik tradisional seperti mencoba jamu, video ini mengkomunikasikan identitas budaya Indonesia kepada audiens global, memicu dialog lintas budaya, dan berkontribusi pada diplomasi budaya digital yang semakin penting dalam era globalisasi dan media sosial. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana budaya lokal dapat diangkat dan dipromosikan secara efektif melalui media digital dengan dukungan teori representasi Stuart Hall dan praktik diplomasi budaya modern.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya YouTube, telah menjadi ruang utama dalam membentuk, menyebarluaskan, dan menegosiasikan representasi budaya Indonesia di mata dunia. Kunjungan IShowSpeed ke Yogyakarta menjadi contoh konkret bagaimana seorang influencer digital non-Indonesia dapat berperan sebagai mediator budaya yang efektif. Melalui aktivitas seperti mengenakan pakaian adat Jawa, mencoba makanan tradisional, dan berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal, IShowSpeed tidak hanya memperkenalkan simbol-simbol budaya Indonesia kepada audiens global, tetapi juga membuka ruang dialog lintas budaya secara partisipatif.

Analisis dengan teori representasi Stuart Hall menunjukkan bahwa makna budaya yang ditampilkan dalam konten digital bersifat konstruktif dan dinamis, sangat dipengaruhi oleh narasi visual, simbol, dan interaksi sosial yang dipilih oleh kreator konten, serta respons audiens yang beragam. Representasi budaya Indonesia dalam video IShowSpeed tidak pernah netral, melainkan selalu melalui proses encoding oleh kreator dan decoding oleh audiens yang membawa latar belakang dan ideologi masing-masing. Hal ini menyebabkan munculnya berbagai interpretasi, mulai dari apresiasi hingga stereotip, yang semuanya membentuk wacana budaya Indonesia di ruang digital global.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya peran influencer sebagai aktor budaya non-negara dalam diplomasi budaya informal. Melalui konten yang viral, influencer seperti IShowSpeed mampu memperluas jangkauan diplomasi budaya Indonesia secara organik, memperkuat citra positif bangsa, dan bahkan berkontribusi pada sektor pariwisata serta hubungan internasional. Fenomena ini membuktikan bahwa diplomasi budaya tidak lagi hanya menjadi domain negara, tetapi juga dapat dijalankan secara efektif oleh individu atau komunitas melalui media digital.

Akhirnya, penelitian ini merekomendasikan agar pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan influencer internasional terus didorong sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya Indonesia. Selain itu, penting untuk terus mengkaji dan mengantisipasi dinamika wacana yang berkembang agar representasi budaya Indonesia di ruang digital dapat tetap positif, inklusif, dan berdaya saing di tingkat global.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuanda, W., Sidabalok, D., & Perangin-angin, A. B. (2024). Budaya Jawa dalam film *Primbon*: Analisis representasi Stuart Hall. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 7(2), 440–449.
- Christanti, M. F., & Cahyani, I. P. (2022). Instagram: *Konstruksi identitas budaya virtual melalui unggahan foto para influencer Indonesia*. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(1), 45–56.
- Febrian, F. (2025). Diplomasi budaya Indonesia ke Amerika Serikat dalam mempromosikan angklung sebagai warisan budaya dunia. *Global Insight Journal*, 2(1), 1–15.

- Gaspersz, R., Pelamonia, M., Izaak, D., & Yoris, J. (2024). Peran influencer media sosial dalam membentuk opini publik: *Systematic literature review pada studi kasus di Indonesia*. *Jurnal Badati*, 3(2), 12–25.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.
- Hatimah, K., Amaliah, N., Putri, S. A., & Hakim, A. (2021). *Digital influencer dalam upaya reaktualisasi budaya pacce' masyarakat Bugis-Makassar di tengah pandemi COVID-19*. *Humanika*, 28(2), 150–162.
- Murbawanto Putra, A. V., & Kurnia, P. (2023). *Upaya diplomasi budaya Indonesia melalui Komite Seni Budaya Nusantara*. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 45–60.
- Munfarida, E. (2010). Analisis wacana kritis dalam perspektif Norman Fairclough. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 8(1).
- Pratiwi, A. (2022). Diplomasi budaya melalui media sosial: *Studi kasus Korea Selatan dan K-pop*. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 88–98.
- Purwantika, H., Nugrahaningsih, N., & Darmawan, D. (2022). Diplomasi budaya Indonesia dalam meningkatkan pariwisata di kawasan perbatasan Indonesia-Malaysia tahun 2019 (Studi: Kecamatan Entikong, Provinsi Kalimantan Barat). *Sovereign: Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 4(1), 1–15.
- Setiawan, R. (2021). Representasi budaya dalam media sosial: *Studi semiotik pada konten budaya lokal*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 153–165.
- Triyas, A. P. A., Mulida, D. R. W., & Rahmawati, N. A. (2023). Analisis representasi influencer dalam memunculkan budaya hiperrealitas mahasiswa terhadap suatu produk melalui konten review. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(1), 30–42.
- Universitas Hasanuddin. (2022). Skripsi: *Analisis Representasi Budaya dalam Media Digital* [Undergraduate thesis].