

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengalaman hidup Shafa sebagai seorang *influencer* Perempuan Formula 1 dalam membangun identitas di media social, dapat disimpulkan bahwa identitas Shafa tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses pemaknaan terhadap pengalaman, interaksi dengan audiens, serta adanya dukungan serta tantangan dari lingkungan social. Proses terbentuk ini tidak hanya membentuk Shafa sebagai *influencer* Perempuan Formula 1, tetapi juga menjadikannya sebagai representasi sekaligus menjadikannya sebagai sumber inspirasi bagi Perempuan lain untuk lebih percaya diri mengekspresikan ketertarikannya terhadap Formula 1.

Pertama, proses pembentukan identitas diawali dari pemaknaan Shafa terhadap Formula 1 hingga dapat membentuk peluang dalam menjadi *content creator* di bidang tersebut. Pengalaman viralnya konten Formula 1 sehingga ada perubahan pada focus konten dari edukasi politik ke Formula 1, serta adanya strategi yang dilakukan untuk menjangkau audiens yang lebih luas untuk menunjukkan bahwa setiap keputusan yang diambil lahir dari suatu proses interpretasi serta refleksi terhadap pengalaman yang dialaminya. Temuan ini sejalan dengan konsep *Mind* yang menjelaskan bahwa Tindakan seseorang didasarkan pada proses berpikir dan pemberian makna terhadap suatu pengalaman.

Kedua, Identitas Shafa terbentuk melalui interaksi yang terjadi terus-menerus dengan audiens di media social. Respons positif, apresiasi, serta adanya pengakuan dari audiens membentuk kesadaran bahwa dirinya dapat menjadi representasi dan inspirasi bagi para perempuan di dunia *motorsport*. Pengalaman tersebut mengubah orientasi Shafa dalam membuat konten, yang pada awalnya berfokus pada ekspetasi audiens menjadi berorientasi pada nilai dan keinginannya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa identitas Shafa berkembang melalui proses refleksi diri yang sejalan dengan konsep *Self*.

Ketiga, pembentukan identitas Shafa dipengaruhi oleh lingkungan social. Dukungan keluarga, relasi professional, serta adanya peluang yang diperoleh

melalui Oracle Red Bull Racing dan F1 Academy memperkuat identitasnya sebagai *influencer* Formula 1. Sebaliknya, adanya stereotipe terhadap perempuan di dunia *motorsport*, adanya keraguan terhadap kemampuan Perempuan serta tekanan sebagai *influencer* menjadi tantangan yang turut membentuk Shafa dalam memandang serta menjalankannya perannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa identitas Shafa dibentuk melalui hubungan yang dinamis dengan lingkungan sosialnya, sebagaimana yang dijelaskan dalam konsep *Society*

Berdasarkan keseluruhan proses tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa identitas Shafa sebagai *influencer* Perempuan Formula 1 bukan merupakan identitas yang sepenuhnya terbentuk secara alami maupun sekedar hasil pencitraan di media sosial. Identitas tersebut berawal dari ketertarikan personal dan pengalaman autentik Shafa terhadap Formula 1, namun kemudian mengalami proses konstruksi melalui interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus. Proses konstruksi tersebut terlihat melalui bagaimana Shafa memberikan makna terhadap pengalamannya, membangun hubungan dengan audiens, memperoleh pengakuan sosial, serta beradaptasi dengan lingkungan dan peluang yang muncul dalam dunia Formula 1. Dengan demikian, identitas Shafa dapat dipahami sebagai identitas autentik yang kemudian dikonstruksi dan diperkuat melalui proses sosial. Hal ini menunjukkan bahwa identitas digital seorang *influencer* tidak hanya berasal dari bagaimana individu melihat dirinya sendiri, namun juga terbentuk melalui hubungan timbal balik antar individu, audiens, dan lingkungan sosial.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan pada bidang Social Media Strategy, khususnya mengenai strategi pengelolaan media sosial dan penyusunan konten kreatif dalam membangun identitas di media digital. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam proses pengambilan data lapangan, terutama pada keterbatasan akses peneliti terhadap pengalaman personal informan serta keterbatasan waktu dalam menggali informasi secara lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan proses pengumpulan data dengan waktu yang lebih Panjang serta melibatkan

informan yang lebih beragam, seperti kreator konten, audiens, komunitas, maupun pihak profesional yang berkaitan dengan industri Formula 1.

Selain itu, bagi kreator konten maupun pengelola media sosial, penelitian ini diharapkan dapat menjadi Gambaran mengenai pentingnya konsistensi, pemahaman audiens, serta strategi komunikasi dalam membangun identitas di media digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan motivasi bagi Perempuan untuk lebih percaya diri dalam mengekspresikan minat dan ketertarikannya pada bidang yang didominasi oleh laki-laki. Komunitas dan audiens di media sosial diharapkan dapat menciptakan ruang interaksi yang lebih inklusif sehingga Perempuan dapat mengekspresikan minat dan pengetahuannya tanpa rasa takut terhadap diskriminasi.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian mengenai identitas digital, *influencer*, strategi konten media sosial, serta komunikasi digital. Secara metodologis, penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan fenomenologi yang berfokus pada pengalaman subjektif satu individu, sehingga hasil penelitian lebih menggambarkan pengalaman personal informan dan belum dapat merepresentasikan pengalaman *influencer* perempuan secara lebih luas. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pengalaman mendalam informan yang terbatas menjadi faktor yang dapat memengaruhi keluasan perspektif dalam penelitian ini.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai pembentukan identitas *influencer* Perempuan dengan melibatkan lebih banyak informan dari berbagai latar belakang, seperti *influencer* lain, audiens, komunitas, maupun pihak profesional yang berkaitan dengan industri media digital. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan perspektif teori, objek penelitian, maupun platform media sosial yang berbeda agar dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang sosial media strategi dan pembentukan identitas digital.