

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Membangun sebuah karakter yang unik dan dapat diingat khalayak umum tidaklah mudah, dibutuhkan konsistensi serta kerja keras dalam upaya membangun citra diri yang tak lain ialah *personal branding*.

*Personal branding* merupakan suatu nama, istilah, simbol, desain serta kombinasi dari semua yang digunakan sebagai identifikasi produk dan membedakan produk tersebut dengan yang lainnya. *Personal branding* menunjukkan siapa diri anda, apa yang dilakukan serta apa yang membuat diri anda berbeda dengan orang lain atau juga bagaimana anda mampu menciptakan sesuatu yang unik terhadap lingkungan sekitar. *Personal branding* juga merupakan upaya dalam meningkatkan nilai jual seseorang. Kegiatan *personal branding* secara tak langsung sudah dibangun oleh seseorang melalui sebuah pekerjaan atau profesi yang ditekuni. Harapannya ialah bahwa *personal branding* mampu membuahkan persepsi yang positif dari khalayak luas hingga akhirnya mampu digunakan sebagai alat pemasaran.

Salah seorang yang terus membranding dirinya ialah Jerome Polin. Jerome polin ialah seorang anak muda asal Indonesia yang memiliki segudang prestasi. Bermula dari mimpi dan cita-cita semasa kecilnya yang ingin bersekolah di luar negeri kini impian tersebut bukanlah mimpi melainkan sebuah kenyataan. Tak berenti disitu, selain menjadi mahasiswa di Negeri Sakura Jepang, Jerome juga rajin membuat

konten video edukatif dan kesehariannya sebagai mahasiswa rantau yang diunggah dalam akun Youtubenya. Ditengah kesibukannya sebagai mahasiswa, Jerome juga telah berhasil menerbitkan buku best seller berjudul Nihongo Mantappu di tahun 2019 yang menceritakan bagaimana perjuangan pendidikan dan awal mula merintis karir. Selain itu, baru-baru ini di tahun 2021 Jerome dan sang kakak membuka bisnis minuman yang diberi nama MENANTEA. Bermula dari konten Youtubenya yang menggabungkan teh dengan berbagai macam bahan dan buah-buahan segar membuatnya tergerak untuk membuka toko minuman untuk mewujudkan eksperimannya tersebut. Dengan bantuan sang kakak sekaligus manajer yaitu Jehian akhirnya dalam kurun waktu 7 hari hal itu dapat terelialisasikan dari mulai mengkonsep hingga *actual lauching* produk.

Tak jarang Jerome polin juga sering menggugah hal-hal positif di berbagai akun media sosialnya. Sifatnya yang rendah hati dan periang juga membuat para pengikutnya menjadi terinspirasi dan termotivasi karena usahanya. Melalui media sosial pula, Jerome mencoba menyampaikan keinginannya membuat sebuah bisnis minuman. Hal itu membuat penyebaran informasi dan komunikasi dapat mudah dijalani.

Berkembangan zaman di era yang semakin pesat ini tak jarang sering ditemukan berbagai bentuk *personal branding* melalui media online yaitu media sosial. Di era ini banyak individu yang memanfaatkannya untuk berbagai kepentingan termasuk salah satunya ialah kegiatan pembentukan citra atau yang disebut dengan *personal branding*. Media sosial terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu

khususnya ialah Instagram dimana kini media sosial Instagram mampu membuat orang saling terkoneksi satu sama lain dengan segala fitur yang ditawarkan kepada para pengguna sehingga membuat seseorang lebih mudah dalam membangun *personal branding* secara efektif dan efisien. Selain itu dengan adanya media sosial pula dapat memanfaatkan segala bentuk kegiatan positif selain untuk media membranding diri tapi juga sebagai media untuk saling terkoneksi dan berkomunikasi dengan berbagai pihak tanpa terhalang ruang dan waktu.

Hadirnya Instagram memberikan ruang untuk mempromosikan serta membangun sebuah *brand* dan juga membangun *personal branding* bagi pemiliknya. Hal itu terbukti dari banyaknya orang yang menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana dalam membranding produknya. Jerome Polin sembari menunggu berjalannya pembuatan toko, Jerome telah membuat akun Instagram untuk bisnis minumannya tersebut. Dalam sehari, akun bisnisnya tersebut telah mencapai 10 ribu *followers*. Kian hari kian bertambah pula *followers* Instagramnya dan dalam lima hari telah mencapai 200 ribu *followers*. Menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membranding adalah tindakan yang tepat dilakukan oleh Jerome Polin. Pasalnya dengan begitu Jerome juga turut melibatkan *followers* secara kolaboratif dalam membangun bisnisnya. Selain itu juga keunikan yang ditampilkan dari *brand* MENANTEA ini mempunyai keunikan tersendiri dimana akun MENANTEA ini sering membagikan cerita mengenai proses perkembangan dan keseharian toko yang membuat khalayak tidak ketinggalan informasi dari perkembangan MENANTEA ini. Dengan begitu, melalui media sosial dapat menciptakan kedekatan antara penjual dan konsumen dan membuat

Jerome Polin mampu meningkatkan usaha serta membangun *personal branding* yang baik di benak khalayak. Peneliti melihat penggunaan Instagram yang dilakukan oleh Jerome Polin mampu membangun *personal branding* yang membuat dirinya dan bisnisnya lebih dikenali banyak orang dan membuat penilaian bagi yang melihatnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai **“PERSONAL BRANDING JEROME POLIN PADA BISNIS MINUMAN MENANTEA (Studi Kualitatif *Personal Branding* Jerome Polin Pada Bisnis Minuman MENANTEA Melalui Media Sosial Instagram)”**

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini ialah **“PERSONAL BRANDING JEROME POLIN PADA BISNIS MINUMAN MENANTEA (Studi Kualitatif *Personal Branding* Jerome Polin Pada Bisnis Minuman MENANTEA Melalui Media Sosial Instagram)”** serta untuk menjelaskan fokus penelitian tersebut maka pertanyaan penelitian ini ialah:

- 1) Bagaimana Persepsi masyarakat mengenai bisnis minuman MENANTEA di media sosial Instagram?
- 2) Bagaimana Kognisi masyarakat mengenai bisnis minuman MENANTEA di media sosial Instagram?
- 3) Bagaimana Motivasi masyarakat mengenai bisnis minuman MENANTEA di media sosial Instagram?

- 4) Bagaimana Sikap masyarakat mengenai bisnis minuman MENANTEA di media sosial Instagram?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini ialah untuk mengetahui tentang “*PERSONAL BRANDING JEROME POLIN PADA BISNIS MINUMAN MENANTEA (Studi Kualitatif Personal Branding Jerome Polin Pada Bisnis Minuman MENANTEA Melalui Media Sosial Instagram)*” serta tujuan dari penelitian ini ialah untuk:

- 1) Mengetahui bagaimana Persepsi masyarakat mengenai bisnis minuman MENANTEA di media sosial Instagram.
- 2) Mengetahui bagaimana Kognisi masyarakat mengenai bisnis minuman MENANTEA di media sosial Instagram
- 3) Mengetahui bagaimana Motivasi masyarakat mengenai bisnis minuman MENANTEA di media sosial Instagram
- 4) Mengetahui bagaimana Sikap masyarakat mengenai bisnis minuman MENANTEA di media sosial Instagram.

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

##### **1.3 1.1. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu referensi tambahan dalam bidang Ilmu Komunikasi utamanya mengenai proses membangun citra atau *personal branding* melalui media sosial Instagram serta diharapkan

mampu mengembangkan pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi dan *personal branding* bagi penelitian selanjutnya.

#### **1.3.2.2. Kegunaan praktis**

Kegunaan penelitian ini ialah mampu memberikan pengetahuan dan wawasan lebih dalam mengenai pembentukan *personal branding* seseorang supaya mampu menciptakan citra positif di masyarakat serta dalam penelitian ini juga memberikan kesempatan baik bagi peneliti untuk mempraktikkan apa yang telah diterima peneliti selama perkuliahan.