

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Konteks Penelitian

*Photographer* menjadi suatu pekerjaan yang cukup berkembang pesat seiring kemajuan nya teknologi, profesi ini menjadi profesi yang banyak diminati bahkan menjanjikan. pekerjaan nyaman dan waktu yang fleksibel bagi para pekerja baik *fresh graduate* atau sekalipun sebagai pekerjaan utama banyak yang memilih profesi ini sebagai profesi yang layak untuk di tekuni. *photographer* sudah menjadi salah satu pekerjaan yang populer pada era jaman dahulu hingga kini seperti dengan apa yang peneliti ambil, salah satu *photographer* asal Bandung yang sudah melanglangbuana dalam menekuni profesi ini, sebagai seorang *photographer* pernikahan yang bernama Fitra Sujawoto.

Fitra Sujawoto dan nama akun *Instagram* @sijawot adalah seorang *photographer* khususnya *photographer* pernikahan. Melalui media sosial *Instagram* @Sijawot yang sekarang sudah mempunyai 5500 *followers* sampai saat ini. Dari setiap postingan yang diunggahnya kita bisa melihat bahwa tidak hanya dari segi hasil-hasil pengambilan foto pernikahan saja namun seperti postingan *tips and trick* bagi seorang *photographer* pernikahan, foto yang berunsur edukatif lalu banyak hal inspiratif lainnya pun kerap menjadi rutinitas postingan yang Fitra lakukan dengan tujuan melalui media sosial

Pribadinya Fitra Sujawoto dapat membentuk, membangun dan mempertahankan citra dirinya melalui *Instagram*. Karena bagi Fitra *Instagram* adalah sebagai bentuk apresiasi atas karya sehingga bisa menjadi inspirasi untuk para *followers* dan *photographer* pernikahan lainnya sebagai seorang *photographer* pernikahan.

Pada *Instagram* @sijawot mencantumkan akun-akun lainnya yang dia kembangkan dan didirikan olehnya, di salah satu kolom di bio *Instagram* mencantumkan juga *link youtube channel* yang didalamnya tidak jauh dari seputar materi tentang dunia fotografi pernikahan. Melalui akun-akun tersebut yang di cantumkan di akun @sijawot bisa di lihat diantaranya ada @Redwhitephoto berisikan portofolio hasil foto dari *agency* yang dia naungi lalu @loscihapit berisikan postingan seminar, event seputar dunia pendidikan dan seni lalu akun @cap.doarestu berisikan konten komunitas balai kursus visual pernikahan di setiap postingannya serta banyak sekali konten seminar, *event* dan acara mengenai fotografi pernikahan lalu akun @weddingfestivalkitakita berisikan konten seputar pernikahan dan pelaminan serta *you tube channel* berisikan konten *podcast* santai mengenai dunia seorang *photographer* pernikahan dari seluruh akun tersebut khususnya akun @sijawot seringkali memberikan informasi tentang *event-event besar*, bahkan seminar hingga *sharing session* terbuka untuk umum dan konten-konten edukasi yang sangat bermanfaat bagi *followers* nya selain itu kini Fitra sedang meluncurkan *first* Buku karya Fitra Sujawoto yang mana buku itu berisi tentang fotografi dalam suatu pernikahan buku tersebut berjudul “Lihat Dengan Rasakan, jilid 1” dan kini seringkali Fitra

Sujawoto menjadi pembicara atau pengisi materi di suatu acara dengan itu peneliti mengetahui dari setiap *update insta-story* dan *upload feeds* seputar kegiatan yang sering kali dia unggah di akun *Instagram @sijawot* tersebut.

Dari beberapa testimoni beberapa orang dalam satu profesi di bidang ini sosok dan akun akun *Instagram* yang disebutkan, peneliti mendapatkan informasi bahwa Fitra Sujawanto atau @sijawot sudah dikatakan dan tidak lah dipandang remeh karena dari pernyataan testimoni tersebut Fitra Sujawanto sudah dikatakan bahwa dia adalah salah satu *trend center* di Jawa Barat bahkan Indonesia melalui postingan Instagram yang Fitra *branding* banyak orang yang menjadikan *instagram @sijawot* sebagai inspirasi dan referensi bagi sesama fotografer.

Kehidupan sebagai manusia makhluk sosial sangat berkaitan dengan peran sosial masing-masing individu dan kelompoknya, baik dalam skala kecil maupun besar. Peran sosial orang berbeda-beda tergantung dari apa yang akan dilakukan dan dari tempat mereka bersosialisasi. Dalam menjalani peran sosialnya, seorang individu diharapkan dapat menampilkan performa yang terbaik, memiliki citra diri atau kesan yang baik di mata masyarakat. Seiring dengan itu, seseorang yang bersangkutan juga memiliki eskpektasi atas performanya dalam menjalani peran sosial.

Citra diri atau bisa disebut dengan *personal branding* merupakan seseorang yang memiliki keahlian dan keterampilan juga sikap mental, perkataan dan tingkah laku yang terpuji. *Personal branding* merupakan satu hal yang sangat penting, dan syarat utama dalam menunjang kesuksesan seseorang, baik itu seorang pengusaha, karyawan, pelajar, mahasiswa atau pejabat. Pada hakekatnya setiap orang mempunyai *personal branding* tersebut, dan secara alami menempel pada diri setiap orang baik secara fisik maupun *value* (nilai). Dengan kata lain *personal branding* itu bagaimana seseorang mengembangkan dan memaksimalkan potensi/ keterampilan (*skill*), perilaku (*behaviour*) dan memahami nilai unggul (*value*) apa yang ingin dicapai dan dilakukan pada dirinya.

Menurut Parengkuan dan Becky (2014), *personal brand* adalah suatu kesan yang berkaitan dengan keahlian, perilaku maupun prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan untuk menampilkan citra dirinya. *Personal brand* dapat dijadikan suatu identitas yang digunakan orang lain dalam mengingat seseorang. *Brand* yang ada dalam diri individu tumbuh dan berkembang dari kegiatan yang dilakukan secara berulang hingga membentuk kebiasaan dan membangun karakter individu. Melalui karakter yang melekat di diri individu tersebut, orang lain dapat menilai individu.

Menurut pandangan peneliti, *Skill* fotografi agar menjadi *photographer* bisa dipelajari. Dengan mempelajari bidang fotografi, seseorang bisa menjadi lebih tepat dalam mengambil *object* dan *angle* serta pesan yang ingin disampaikan dalam foto tersebut untuk *expose* di publik. Manfaat lain dari

menguasai teknik fotografi bisa membuat seseorang mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari masyarakat. Selain itu kemampuan fotografi bisa membuat seseorang memiliki nilai tambah baik sebagai pelajar maupun pekerja seperti guru, dosen, wartawan, *photographer* dokumentasi *event* lalu *photographer* model hingga pernikahan bahkan seorang praktisi humas. Fotografi ini bisa dipelajari. Berbagai macam sumber buku,seminar dan lain lain yang banyak menawarkan dan memberi pelatihan di bidang fotografi sebagai salah satu *soft skill* yang harus dikuasai oleh seorang *photographer*.

Dengan berkembangnya teknologi, seseorang sekarang memanfaatkan sebuah media sosial untuk melakukan *personal branding*. Media sosial pada dasarnya dapat dianggap sebagai salah satu macam-macam media komunikasi. Media sosial pada umumnya adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lain sebagainya). Pada media sosial dan jaringan sosial, ada banyak orang saling terhubung satu sama lain tanpa dibatasi dengan batas geografis, ruang, bahkan waktu dengan tujuan untuk saling berkomunikasi, berbagi sesuatu, berpendapat, menjalin pertemanan, bahkan pada beberapa kasus untuk mencari belahan hatinya.

Saat ini media sosial tidak hanya digunakan sebagai *platform* komunikasi dan sosialisasi, tetapi juga untuk kepentingan politik, pemerintah, bisnis dan lain sebagainya. Media sosial yang saat ini digemari oleh para pengguna internet di Indonesia adalah media sosial *instagram*, selain itu ada juga *facebook*, *twitter* dan lain-lain. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang

memungkinkan penggunan mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Perancang awal aplikasi ini adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger dan dirilis perdana pada 6 Oktober 2010. *Instagram* dapat digunakan di sistem *android* maupun *ios*. Pada tanggal 9 April diumumkan bahwa *facebook* setuju mengambil alih *instagram*. Dengan makin berjalannya waktu, *instagram* pun terus berkembang. Pada awal mulanya yang hanya beberapa pengguna saja, sekarang sudah melebihi 8 juta pengguna dari seluruh dunia.

Penggunaan media sosial juga semakin beragam khususnya di *instagram*. Tidak hanya aktivitas mencari teman, bersosialisasi, dan lain-lain, tetapi media sosial *instagram* di Indonesia juga digunakan untuk melakukan promosi produk tertentu atau pada prinsipnya melakukan bisnis tertentu dan juga para pengguna melakukan sebuah *personal branding* di akun *instagram* masing-masing. Salah satu dampak positif media sosial adalah membangun sebuah *personal branding*, *personal branding* adalah cara dan proses kita memasarkan diri kepada orang lain atau komunitas yang menjadi target kita. Kini penilaian orang lain terhadap pribadi seseorang juga didasarkan pada perilaku mereka di media sosial. Dengan banyak selebgram di media sosial itu merupakan sebuah hasil dari *personal branding* yang dilakukan oleh seseorang tentang kemampuan dan nilai unggul yang ada pada dirinya, dimana nilai-nilai tersebut di *share* kepada orang banyak.

Dari permasalahan diatas, untuk mempelajari kasus tersebut lebih dalam maka peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus. Adapun studi kasus

merupakan metode pengumpulan data secara komperhensif yang meliputi aspek fisik dan psikologi individu, dengan tujuan memperoleh pemahaman secara mendalam dan komperhensif atau suatu peristiwa atau kejadian. Studi kasus adalah suatu pendekatan untuk mempelajari, menerangkan atau menginprestasikan suatu kasus (*case*) dalam konteks secara natural tanpa adanya intervensi dari pihak luar. Lalu kasus (*case*) itu apa? Kasus adalah keadaan yang sebenarnya dari suatu urusan atau perkara, keadaan atau kondisi yang berhubungan dengan seseorang atau suatu hal. Maka dari itu peneliti memilihi salah satu yang benar spesifik.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut studi kasus tersebut dengan judul **“*Personal Branding* Fitra Sujawanto(@sijawot) Sebagai *Photographer* Melalui *Instagram*”**.

## **1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas peneliti memfokuskan pada proses pembentukan *Personal Branding* yang dilakukan Fitra Sujawanto @Sijawot Sebagai *Photographer* pernikahan Melalui *Instagram* tersebut yang dibentuk, dibangun, dan dipertahankan di instagram.

### **1.2.2. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka peneliti memperoleh beberapa pertanyaan penelitian yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana *skill set* Fitra Sujawoto(@sijawot) di *instagram*.

2. Bagaimana *aura* Fitra Sujawoto (@sijawot) di *intagram*.
3. Bagaimana *Identity* Fitra Sujawoto (@sijawot) di *instagram* sebagai *photographer*.

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

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

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui *skill set* Fitra Sujawoto (@Sijawot) di *instagram*.
2. Untuk mengetahui *aura* Fitra Sujawoto(@sijawot) di *instagram*.
3. Untuk mengetahui *Identity* Fitra Sujawoto di *instagram* sebagai *photographer*.

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

##### **1.3.2.1. Kegunaan Teoretis**

1. Penelitian ini dilakukan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengertian, dan pemahaman mengenai kejadian yang terjadi di kehidupan sehari-hari atau ilmu-ilmu baru khususnya ilmu komunikasi.
3. Menjadi bahan referensi yang diharapkan dapat memperluas wawasan bagi penelitian selanjutnya dalam memecahkan masalah. dalam kajian komunikasi yang berkaitan dengan *personal branding*
4. Menambah wawasan mengenai optimalisasi media sosial dalam tataran keilmuan *public relations*.



### **1.3.2.2. Kegunaan Praktis**

1. Kegunaan dari penelitian yang diadakan oleh peneliti adalah memberikan manfaat berupa tambahan referensi mengenai bagaimana pembentukan *personal branding* seseorang berdasarkan lembaga pelatihan yang diikuti sehingga dapat menimbulkan penilaian atau persepsi yang positif dari masyarakat
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi humas dalam memberikan masukan untuk meningkatkan citra positif lembaga, organisasi, bahkan perusahaan di mata masyarakat
3. Menambah wawasan mengenai optimalisasi media sosial dalam tataran keilmuan *public relations*.