

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Peran pemuda sangat besar terhadap kemajuan suatu bidang, karena pemuda memiliki segudang gagasan. Pemuda adalah pemimpin masa depan. Membangun kepemimpinan yang bertanggung jawab dan inspiratif adalah bagian integral dari pembentukan karakter yang kuat. Untuk membentuk karakter individu yang berkualitas dan berkontribusi positif dalam masyarakat pemuda haruslah memiliki karakter dan citra diri yang baik. *Personal branding* dalam pemuda dapat dikaitkan dengan peran mereka sebagai agen perubahan positif dalam masyarakat. Mereka dapat berkontribusi pada solusi bagi berbagai masalah dan mempromosikan nilai-nilai positif. Pemuda dapat terlibat dalam aktifisme dan keterlibatan sosial untuk menyuarakan isu-isu yang mereka yakini. Hal ini dapat menciptakan citra positif terkait dengan kepedulian sosial. Pemuda yang aktif terlibat dalam kegiatan komunitas dapat membangun citra sebagai individu yang peduli dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

Personal Branding adalah suatu praktik untuk membangun, mengelola dan mempromosikan citra diri kepada khalayak. Dengan melibatkan kesadaran diri, konsistensi, dan upaya sadar untuk membentuk bagaimana seseorang dilihat oleh dunia, juga proses mengembangkan dan mempertahankan reputasi serta kesan individu. Bisa dikatakan *personal branding* adalah cara dalam mempromosikan diri sendiri. Bagaimana seseorang ingin dikenal sebagai apa menjadi sangat penting. *Branding* diri sendiri ini menceritakan kisah dan kesan yang didapat orang dari reputasi diri sendiri. Maka dari itu keterampilan, pengalaman, dan kepribadian menjadi hal dasar tentang bagaimana cara

seseorang membangun branding diri sendiri.

Personal branding dapat terjadi dalam dua cara, yang pertama yaitu secara alami atau seseorang yang dimaksud tidak menyadari akan adanya *personal branding* yang dimilikinya. Sedangkan sengaja atau buatan yang dibentuk untuk mencapai tujuan tertentu. Bagaimana seseorang ingin dilihat atau dikenal tergantung bagaimana orang tersebut membangun *personal branding* dalam dirinya.

Sudah menjadi kebutuhan yang pokok untuk seseorang memiliki citra diri atau *personal branding* agar memiliki keunikan atau ciri khas pada diri sendiri. *Personal branding* dapat menjadi sebuah kekuatan dan identitas diri seseorang dalam pekerjaan atau profesi yang ia geluti.

Sebagaimana seorang duta yang memiliki latar belakang yang bermacam-macam seperti duta pariwisata atau yang biasanya disebut sebagai seorang Mojang Jajaka di daerah Jawa Barat memiliki *personal branding* khusus untuk menyebarkan dan membangun dirinya sebagai seorang duta wisata.

Mojang Jajaka Kabupaten Bandung yaitu seorang duta pariwisata dan ekonomi kreatif yang diwadahi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung. Tujuan dibentuknya mojang jajaka sendiri yaitu untuk membantu promosi dan menjadi mitra kerjasama dinas terkait dalam bidang kepariwisataan. Untuk menjadi seorang Mojang dan Jajaka harus melewati tahapan penyeleksian dan dipilih berdasarkan kontes dan ajang pasangiri yang melibatkan 31 kecamatan dan terpilih 30 orang terbaik dari perwakilan kecamatan yang ada di Kabupaten Bandung.

Kehadiran Mojang dan Jajaka tentunya membawa pengaruh yang besar dalam peningkatan eksistensi pariwisata. Diharapkan figur dari Mojang Jajaka dapat membantu mempromosikan potensi wisata yang ada di Kabupaten Bandung dengan menjalankan

perannya sebagai ikon, promotor, dan edukator pariwisata.

Personal branding bagi seorang Mojang Jajaka atau yang bisa disebut sebagai Duta Pariwisata dan Kebudayaan yaitu tentang menciptakan citra yang kuat dan positif sebagai duta yang mewakili keindahan dan kearifan budaya daerah tersebut. Hal ini dilakukan melalui media sosial yang mana penggunaan media sosial sebagai mediator peningkatan citra diri sangat berpengaruh. Salah satu media sosial yang ramai digunakan dari berbagai kalangan dalam jangka waktu yang cukup lama adalah instagram.

Mojang jajaka banyak menggunakan instagram sebagai media promosi dan menunjukkan *personal branding* mereka. Banyak hal yang bisa dilakukan melalui media sosial instagram ini, diantaranya untuk berbisnis, sarana edukatif, dan *personal branding*. Saat ini era digitalisasi memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berubah dan berkembang membuat manusia harus bisa cepat dalam beradaptasi. Mengingat peranan dan kebutuhan teknologi saat ini yang sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Pentingnya teknologi dikemukakan pula oleh Marx dan Engels “Bahwa melalui kemajuan teknologi komunikasi makin canggih dan murah, Berkembangnya teknologi komunikasi dapat menyebabkan terjadinya hubungan antara negara maju dengan negara terbelakang yang teknik produksinya masih rendah sehingga tidak bisa dihindari Dalam bidang komunikasi, telah terjadi perubahan drastis dalam cara kita berkomunikasi dan berinteraksi serta berbagai informasi.” (dalam Budiman, 1993:43 Atmaja & Ariani, 2018:76).

Hadirnya media baru menjadi salah satu wadah atau solusi bagaimana setiap individu berkomunikasi dan bertukar informasi. Menurut Marshall Mc Luhan media baru atau *new media* adalah perkembangan teknologi komunikasi yang dalam sejarahnya telah

memperluas jangkauan komunikasi manusia. Disisi lain, McLuhan menggunakan istilah media baru untuk mengartikan sesuatu yang sangat mirip dengan yang dimaksudkan saat ini. Sejak zaman McLuhan, istilah media baru muncul dan bertahan serta mempunyai banyak definisi yang bisa disesuaikan dengan konteks penggunaannya. Dalam artian media mempercepat akses informasi juga jejaring sosial antar individu. Karakteristik media baru yang ada seperti jaringan, *digital*, interaktivitas, hipertekstual, virtual dan simulasi dibarengi dengan munculnya jejaring sosial yang dapat menghubungkan satu sama lain seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, Youtube* dan masih banyak lagi.

Media sosial memegang peranan yang sangat besar dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Saat ini manusia mengandalkan media sosial bukan hanya sebagai kebutuhan berkomunikasi, namun sebagai wadah untuk bisa berbisnis, mengembangkan karir, mencari pekerjaan, dan memperbaiki citra diri atau membentuk *personal branding*.

Saat ini pun banyak masyarakat khususnya para milenial yang menggunakan media sosial sebagai wadah mereka untuk bisa berekspresi dan mengembangkan diri. Dimulai dari mengunggah foto atau konten video sampai menjadi wadah untuk bisa berbisnis. Banyak orang yang percaya bahwa melalui media sosial dapat melihat sisilain karakter seseorang dari apa yang ia unggah dalam kesehariannya, dan hal itu menjadi peluang untuk seseorang yang ingin mengubah citra mereka yang ingin dipandang berbeda atau bahkan jauh lebih baik dengan pengaruh media sosial. Instagram adalah salah satu media sosial yang eksis untuk bisa membangun citra diri. Citra diri yang ingin kita tampilkan bisa disajikan dengan konten yang hendak dibagikan. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai "*Personal Branding* Mojang Jajaka Kabupaten dalam Akun Media Sosial Instagram.

1.2. Fokus Penelitian/Pernyataan masalah

1.2.1. Fokus Penelitian

Dari penjelasan latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan yang menjadi fokus penelitian, yaitu “ Bagaimana *Personal Branding* Mojang Jajaka Kabupaten Bandung dalam Akun Media Sosial Instagram.”

1.2.2. Pernyataan Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

- 1) Bagaimana *Skill Set Personal Branding* Mojang Jajaka Kabupaten Bandung dalam akun media sosial instagram?
- 2) Bagaimana *Aura Personal Branding* Mojang Jajaka Kabupaten Bandung dalam akun media sosial instagram?
- 3) Bagaimana *Identity Personal Branding* Mojang Jajaka Kabupaten Bandung dalam akun media sosial instagram

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk menyelesaikan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung. Kemudian ada tujuan lain sesuai dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti sebagai berikut :

- 1) Mengetahui bagaimana *Skill Set Personal Branding* Mojang Jajaka Kabupaten Bandung dalam akun media sosial instagram.
- 2) Mengetahui bagaimana *Aura Personal Branding* Mojang Jajaka Kabupaten Bandung dalam akun media sosial instagram.
- 3) Mengetahui bagaimana *Identity Personal Branding* Mojang Jajaka Kabupaten Bandung dalam akun media sosial instagram.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai *personal branding*
- 2) Penelitian ini dapat memberikan literatur dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam *personal branding*.
- 3) Memberikan perspektif baru mengenai *personal branding* yang dapat dibentuk dan dibangun melalui media sosial.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini dapat membantu kepada khalayak dalam mengetahui dan membentuk *personal branding* serta menerapkan elemen-elemen pembentuk *personal branding*.

- 2) Memberikan panduan dalam memahami pentingnya media sosial sebagai wadah pembentuk *personal branding*
- 3) Penelitian ini dapat memberikan masukan tentang bagaimana aspek *personal branding* dapat lebih diintegrasikan dalam program pelatihan dan pengembangan Mojang Jajaka