

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Lia Nurhaeliah Zeftian (liyanzef) merupakan seorang selebgram yang pernah membintangi beberapa FTV serta Sinetron dari Jendela SMP ini menjadi viral karena ketidak sengajaannya memposting foto KTP nya di instagram miliknya @liyanzef. iapun mendapat beberapa pujian dan anggap cantik oleh beberapa netizen karena kenaturalan foto KTP nya yang sangat cantik. Di Instagram dia terlihat sangat nyentrik, namun banyak netizen yang melihat jika dia sangat terlihat tomboy, karena banyak postingan di instagram yang memperlihatkan kesangarannya, seperti memposting foto saat dia Beladiri, *Hiking*, dan sering terlihat mengendarai motor besar layaknya seperti pria sejati, namun jika melihat parasnya dia begitu sangat cantik dan imut.

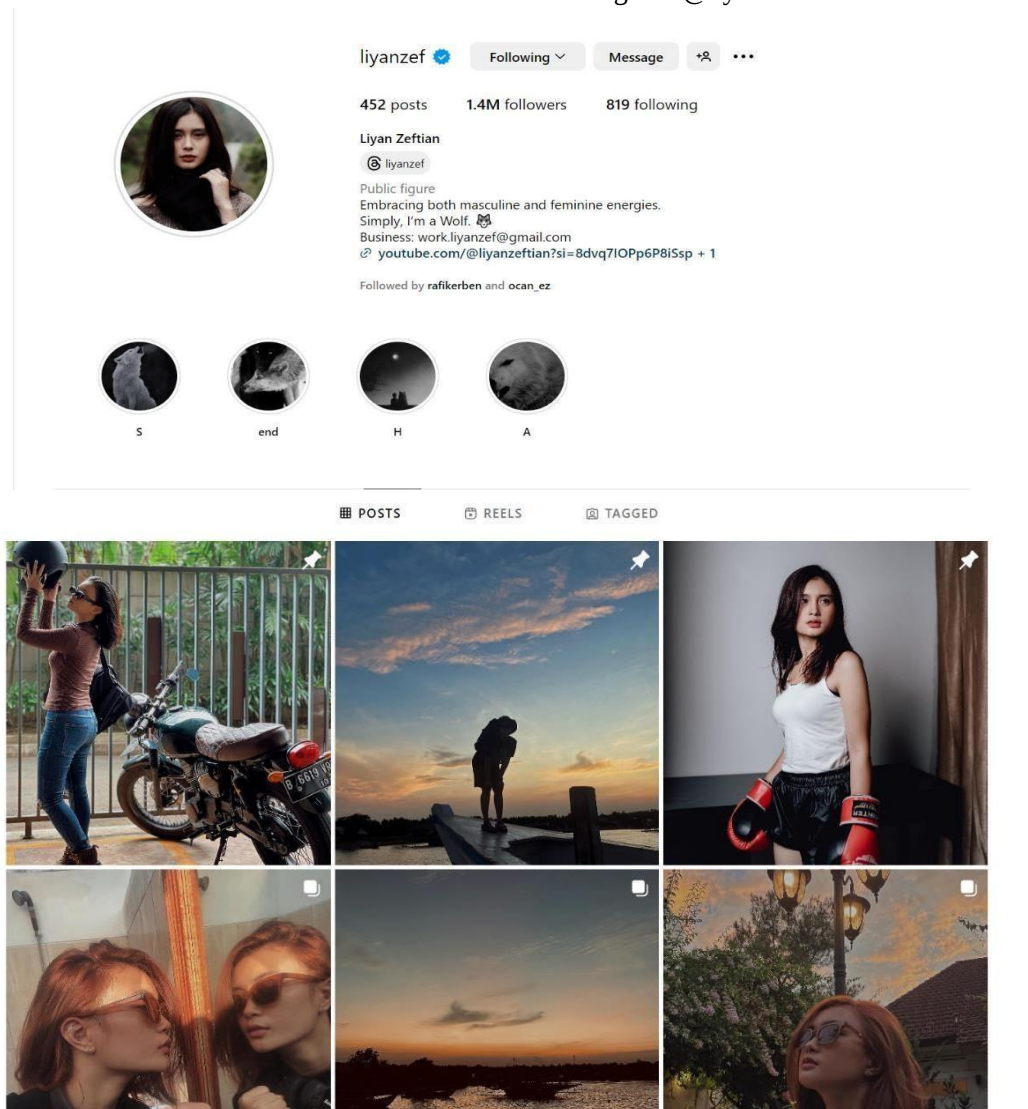
Untuk saat ini dengan karakternya yang tomboy Liyanzef membuahkan prestasi yang baik, kepiauan Liyanzef dalam bermain *Boxing* membuahkan hasil yang sangat baik, dalam kurung waktu kurang dari 1 tahun, Liyanzef sudah mendapatkan 2 gelar sabuk kejuaraan *Boxing* dan semakin naik *insight* nya di Instagram.

Seperti yang kita ketahui sekarang media bisa menjadi alat kita untuk memperkenalkan diri kepada khalayak, seperti halnya yang di lakukan oleh Lia, dia tak sengaja memposting foto KTP nya di Instagram dan menjadi viral, hal ini membuat dirinya menjadi seorang yang banyak di kenali oleh khalayak tanpa dia

sadari.

Kini akun Instagram @liyanzef mempunyai 1,4 Juta pengikut dengan 400 lebih postingan yang hampir semuanya terlihat nyentrik. Pada akun tersebut banyak sekali foto-foto Liyanzef yang menunjukkan kesangaran dan ketomboyan nya yang menjadi daya Tarik penggemarnya. Karena itulah yang membedakan Liyanzef dengan artis atau selebgram lainnya, Dimana para penggemar menyukai konten-konten Liyanzef disaat sedang berolahraga bahkan sedang naik gunung.

Gambar 1. 1 Profil akun Instagram @liyanzef



Dibalik kesangaran Liyanzef itu semua bukan menjadikan dia selalu kuat seperti pria, kerap kali Liyanzef pun membuat konten-konten sendu galau tentang percintaan anak muda atau bahkan tentang struggling hidupnya yang dikemas dengan konten-konten *positive vibes*.

Salah satu teknologi yang kini perkembangannya semakin pesat adalah teknologi internet, teknologi dunia maya ini merupakan teknologi yang menjadi tren untuk semua kalangan. Seiring dengan perkembangannya internet mampu melahirkan suatu jaringan baru yang bisa kita kenal dengan sebutan media sosial. Media sosial ini yang memudahkan orang lain untuk berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, *Wi-Fi*, forum dan dunia virtual. Awalnya media sosial ini digunakan sebagai sarana berkomunikasi, namun pada perkembangannya media sosial tidak hanya untuk itu saja.

Media sosial kini digunakan untuk menyebarluaskan atau memberikan berbagai informasi, mulai dari bisnis, kuliner, pendidikan, budaya, hiburan hingga kegiatan promosi produk. Memanfaatkan media sosial Instagram untuk mempromosikan diri. Dengan adanya media sosial Instagram ini memudahkan liyanzef untuk membagikan video, foto foto yang diunggah ke laman Instagram yang tujuannya untuk memberikan promosi kepada khalayak agar khalayak menyukai dirinya layaknya Selebgram.

Di era globalisasi ini, masyarakat dengan mudahnya menggunakan internet sebagai sarana komunikasi yang efektif, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat cepat dan pesat perkembangannya. Media sosial menjadi sebuah kebutuhan pada masyarakat

dengan latar belakang modernitas saat ini. Media sosial juga dapat membantu masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Penggunaan fasilitas komunikasi yang semakin canggih memberikan peluang bagi setiap individu untuk mengakses informasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya masing – masing.

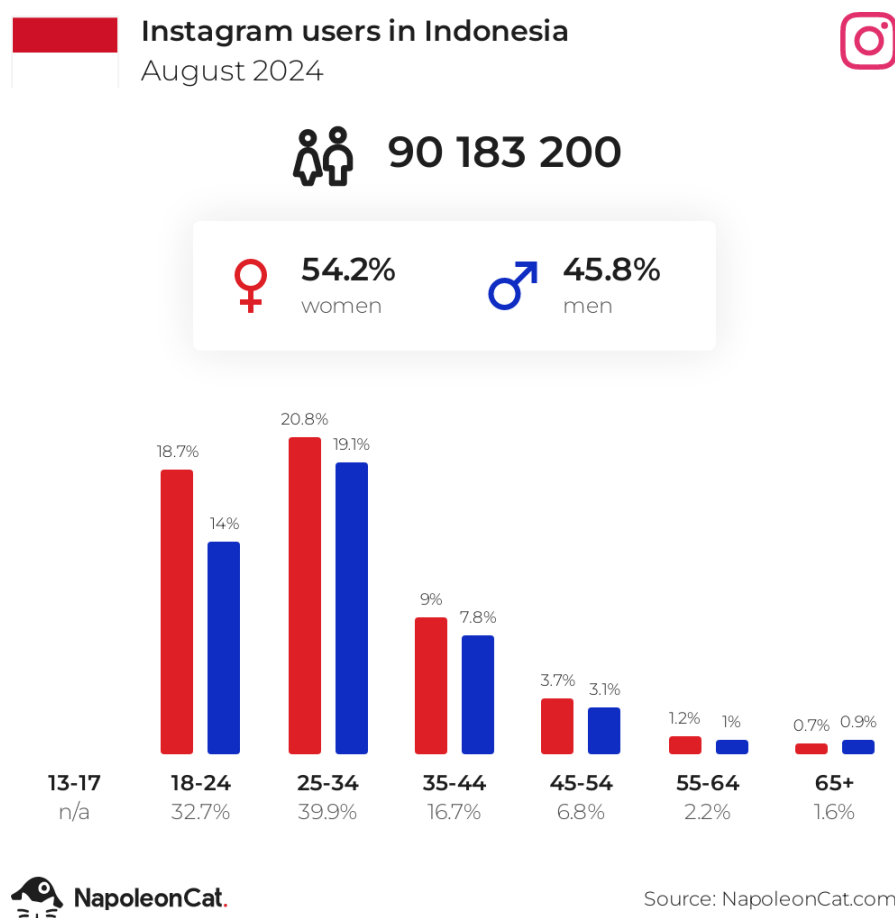
Media sosial adalah portal atau sarana pergaulan sosial secara online yang terhubung melalui koneksi internet. Kehadiran media sosial tentunya memudahkan para penggunanya untuk saling berkomunikasi, berinteraksi, kirim pesan, saling berbagi, dan bisa membangun jaringan (networking) pribadinya maupun terbuka untuk umum.

Fenomena penggunaan akun media sosial sebagai bentuk baru dalam melakukan kegiatan komunikasi di Indonesia, tercatat pengguna sosial media aktif sekitar 55 juta jiwa dengan penetrasi pengguna sosial media di Tanah Air

Instagram adalah layanan jejaring sosial berbagi foto dan video yang dimiliki oleh perusahaan Amerika, Meta Platform. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah media yang dapat diedit dengan filter atau diatur dengan tagar dan penandaan geografis namun seiring berjalan waktu Instagram berubah sebagai aplikasi kritik dan saran dari warganet indonesia, banyak selebritis dunia yang mengunggah foto untuk mendapatkan kritik dan saran dari panitia warganet Indonesia, munculnya Instagram di tahun 2010 sebagai aplikasi dengan berbasis foto dan video singkat juga sebagai sebagian faktor munculnya selebritis media sosial. Belakangan ini kemunculan instagram sangat diminati di kalangan anak muda masa kini. Maka penggunaan instagram semakin berkembang yang menggunakan instagram di Indonesia.

Data terakhir dari napoleoncat menyatakan bahwa jumlah pengguna instagram terbaru Agustus 2024 sebesar 90,183,200 pengguna yang setara dengan 31,9% dari populasi total penduduk indonesia. Mayoritas pengguna instagram di Indonesia adalah wanita dengan 54,2% dengan demografis umur pengguna instagram di indonesia terbesar yaitu 25 hingga 34 sebesar 36,000,000 orang, Selain itu jumlah perbedaan berdasarkan gender pria dan wanita ada pada umur 18 hingga 24, dimana wanita lebih banyak 12,600,00 orang.

Gambar 1. 2 Grafik Pengguna Instagram di Indonesia



Selebgram sebagai salah satu pengguna akun Instagram yang memiliki follower Instagram yang banyak dengan reaksi komentar dan like yang banyak dan

ramai, untuk itu banyak pundi-pundi yang dihasilkan oleh selebgram di depan mata. Oleh karenanya selebritis Instagram atau selebgram sedang banyak disukai di tengah para marketer sebagai upaya mempromosikan produk dari brand perusahaannya dibanding para artis. (Dwi, 2018)

Selebgram sebagai salah satu profesi yang dapat menghasilkan materi membuat banyak yang berlomba-lomba menjadi selebgram karena selebgram dianggap menjanjikan. Selain itu dengan proses kerja yang mudah yang memudahkan masyarakat umum untuk menjadi selebgram. Bisnis selebgram memiliki cara kerja dengan cara membagikan foto dirinya yang bersandingan dengan produk atau alat lain yang dapat mendukung foto tersebut, kemudian selebgram diminta untuk dapat menuliskan deskripsi produk sehingga membuat orang penasaran akan produk yang dipromosikan oleh selebgram tersebut. Kreativitas merupakan hal yang sangat diperlukan untuk keberhasilan dari selebgram. Jika konten yang dibuat oleh selebgram sangat kreatif, maka akan banyak pengikut akun selebgram tersebut.

Selebgram sebenarnya seperti artis, namun hanya saja selebgram sebagai artis online. Sesuatu tindakan yang dilakukan oleh selebgram, biasanya diikuti oleh para pengikutnya. Kemudahan cara kerja dan menghasilkan penghasilan serta membuat orang menjadi terkenal, hal ini membuat banyak masyarakat yang menjadi selebgram. Banyak orang-orang biasa yang berusaha menjadi selebgram baru. Selebgram muncul dari orang-orang biasa yang umumnya tidak terkenal, banyak dari selebgram dari tidak tau apa-apa dan bukan dari siapa-siapa. Oleh karena itu selebgram harus memiliki konten instagram yang bagus, sesuai dengan apa sedang

diminati oleh para pengguna instagram, ketika konten itu sesuai dengan populer saat ini, maka konten yang disajikan dari akun instagramnya maka semakin meningkat followers yang didapatkan oleh selebgram tersebut.

Banyak dari mereka yang menjadi selebgram karena orisinitas konten yang mereka tuankan. Para selebgram yang lahir sendirinya bukan karena sudah menjadi selebritis sebelumnya, mereka ketika merintis konten yang disajikan lebih natural dan diminati follower. Biasanya memiliki ciri khas dari konten yang dibuat. (Sakinah, 2018) Dalam membuat konten yang memiliki ciri khas dan kreatif sangat diperlukan dalam membangun reputasi personal. *Personal Branding* adalah teknik mengkonversikan kompetensi menjadi benefit untuk banyak orang, karena *Personal Branding* bukan soal terkenal, namun tentang membangun reputasi dengan diri sesuai dengan kompetensi dan passion, dan menjadi berbeda dengan orang lain, serta pemberi manfaat bagi masyarakat. Kreativitas dalam mengembangkan personal storytelling akan menjadikan reputasi sesuai dengan benak pikiran masyarakat. Pada dasarnya kreativitas berguna untuk reputasi personal. (Wasesa, 2018a)

Ciri khas yang dituangkan dalam konten di instagram ini menjadi suatu branding bagi dirinya. *Personal Branding* sebagai suatu jenis kegiatan menginterpretasikan aktualisasi diri sehingga dapat membangun sebuah branding sesuai yang diinginkan. (Soraya: 2017). *Personal Branding* merupakan cara agar seseorang dapat menumbuhkan dan seseorang yang terus menggali potensi dan kapabilitas diri (skill), sikap atau perilaku serta mengetahui mutu yang ada di dalam dirinya. Terdapat delapan konsep utama pembentuk *Personal Branding*

sebagai referensi dalam menciptakan branding diri sehingga memiliki kekuatan bagi seseorang menurut Montoya (2002) dalam (Haroen, 2014) Delapan konsep tersebut merupakan pondasi untuk dalam menciptakan branding diri yang kuat, yaitu memiliki spesialisasi yaitu dalam diri punya sesuatu kekhususan atau ciri khas, kepemimpinan yang dilakukan dalam hal-hal yang kecil di kehidupan sehari-hari, memiliki kepribadian yang baik, memiliki perbedaan dibandingkan dengan yang lain, memiliki konsistensi supaya terlihat lebih memiliki karakter, memiliki satu kesatuan yang menjadikan cerminan dirinya, memiliki keteguhan bahwa dalam mencapai sesuatu itu merupakan proses yang selalu bertahap dan memiliki nama baik yang positif. Banyak pengguna instagram menyukai keaslian konten para selebgram. Para selebgram membentuk branding dirinya berdasarkan keahliannya dan kapasitas dirinya melalui delapan konsep dalam akun instagram. Banyak selebgram menampilkan keunikan karakter dan gaya yang berbeda dengan selebgram lain untuk membangun *Personal Branding*.

1.1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka fokus penelitian dalam skripsi ini adalah “untuk memberikan gambaran dan informasi mengenai proses pembentukan *Personal Branding* pada selebgram dengan kajian 8 konsep *Personal Branding*.”

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada fokus penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut;

1. Bagaimana proses selebgram dalam membentuk *Personal Branding* dengan menggunakan delapan konsep pembentukan *Personal Branding* di instagram?
2. Bagaimana bentuk *Personal Branding* yang tercipta dengan penggunaan media instagram?

1.2 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.2.1 Tujuan Penelitian

Mengacu pada pertanyaan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan proses pembentukan *Personal Branding* di instagram
2. Untuk memahami bentuk *Personal Branding* yang tercipta dari delapan konsep pembentukan *Personal Branding* dengan penggunaan media instagram.

1.2.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang berjudul *Personal Branding Liyanzeif sebagai Selebgram melalui Aplikasi Instagram*, adalah sebagai berikut:

1.2.2.1 Kegunaan Teoritis

- Secara akademis, penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi dan menambah khazanah kajian teoretis dalam bidang Ilmu Komunikasi, terutama mengenai analisis studi *Personal Branding*.

- Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi yang berarti bagi peneliti lainnya yang juga melakukan penelitian *Personal Branding*

1.2.2.2 Kegunaan Praktis

- Hasil penelitian memberikan gambaran mengenai pembentukan *Personal Branding* yang dilakukan selebgram dengan penggunaan media sosial instagram.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur ilmiah terkait dengan aktivitas para selegram dalam membangun *Personal Branding*.