

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, memasuki generasi Z kemajuan teknologi sudah semakin pesat. Teknologi kini sudah tidak asing dari aktivitas manusia, karena dengan adanya perkembangan teknologi membawa manusia untuk lebih mudah berkomunikasi dengan manusia lain, teknologi sendiri sudah dianggap sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia saat ini. Hampir semua kalangan dapat mengakses perkembangan teknologi yang semakin meningkat, baik dewasa, muda, maupun tua juga dapat menikmati kemajuan teknologi saat ini. Saat ini, beragam aplikasi dapat diinstal melalui gadget, mulai dari aplikasi game, musik, hingga aplikasi media sosial. Oleh karena itu, selain teknologi berbasis fisik, teknologi berbasis aplikasi menjadi semakin populer.

Media sosial merupakan sebuah media baru yang merubah cara manusia dalam berkomunikasi. Berbagai informasi yang terjadi diseluruh penjuru dunia, dapat dengan mudah diakses dan dipahami tanpa harus datang ke lokasi tersebut karena adanya media sosial, sehingga sangat jelas bahwa kehadiran jejaring internet ini telah membawa perubahan kepada manusia dalam melakukan interaksi (Maharani, 2022).

Memasuki generasi Z media yang disediakan semakin canggih, berbagai interaksi dibentuk dalam satu media, salah satunya yaitu platform media sosial. Munculnya berbagai aplikasi dimedia sosial tidak hanya dijadikan untuk berbagi informasi saja, tetapi dapat menjadi panggung dimana seseorang dapat

mengekspresikan diri dan mengembangkan diri untuk mendapatkan popularitas melalui media sosial. Kemudian media sosial kini juga dapat digunakan sebagai media dalam membangun *personal branding*.

Personal branding adalah proses membentuk kepercayaan orang lain terhadap kualitas diri yang dimiliki seseorang sehingga dapat menimbulkan citra diri dan kualitas diri tersendiri, contohnya seperti identitas seseorang, yang terkait dengan sifat, keyakinan, kemampuan, minat, aktivitas sehari-hari, dan bahkan hobinya (Masriadi et al., 2022). Semakin seseorang mampu memperlihatkan *value* dirinya, orang lain akan semakin mudah untuk mengenalnya. Pembentukan *personal branding* melalui media sosial, seseorang harus dapat mengelola ekspektasi yang diciptakan orang lain saat bertemu dengannya sebagaimana ia ingin dipandang, sehingga dapat mempengaruhi persepsi atau pendapat orang lain secara efektif.

Adapun beberapa *platform* yang sering digunakan, yaitu seperti: Instagram, Facebook, WhatsApp, Telegram, Tiktok, Youtube, dan lain sebagainya. Berdasarkan banyaknya *platform* media sosial yang ada saat ini, instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan mahasiswa Universitas Malikussaleh dalam membangun *personal branding*nya.

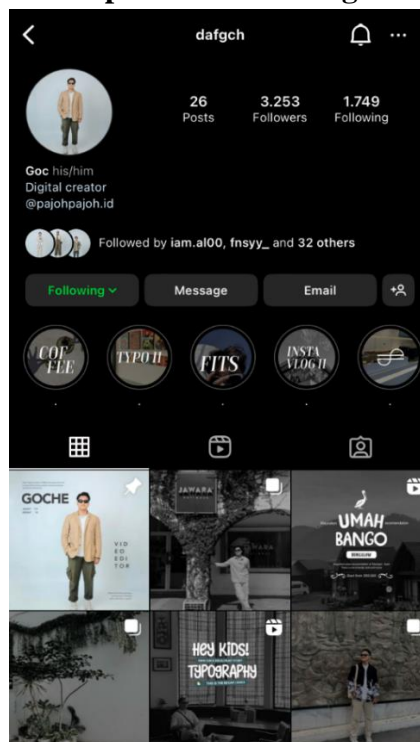
Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada *front stage* dan juga *back stage* mahasiswa Universitas Malikussaleh yang menjadi kreator digital dan berhasil membangun *personal branding* pada media sosial instagram. *Front stage* sama seperti panggung drama yang dimana dipertontonkan kepada *audience*, dan *back stage* adalah tempat aktor mempersiapkan sandiwara dirinya, dengan posisi tidak ada penonton. Instagram adalah sebuah *platform* jejaring sosial yang menawarkan

layanan berbagi foto atau video secara *online*. Profil pengguna instagram memiliki tampilan yang sangat sederhana, pada profil instagram ini, penggunaanya dapat mengekspresikan diri melalui postingan.

Banyak mahasiswa Universitas Malikussaleh yang ternyata menggunakan media sosial instagram dalam membangun *personal branding*nya, contohnya seperti menjadi seorang *content creator*, maka ia akan fokus pada pembuatan konten, atau jika ia ingin *membranding* dirinya sebagai model, mereka akan fokus pada pembuatan konten *modeling*, kemudian jika mereka ingin *membranding* dirinya sebagai *videographer*, maka mereka akan menunjukkan keahliannya dibidang tersebut, dan masih banyak lagi.

Berikut ini merupakan *capture* akun instagram *content creator* Universitas Malikussaleh yang memanfaatkan media sosial instagram dalam membangun *personal branding*nya.

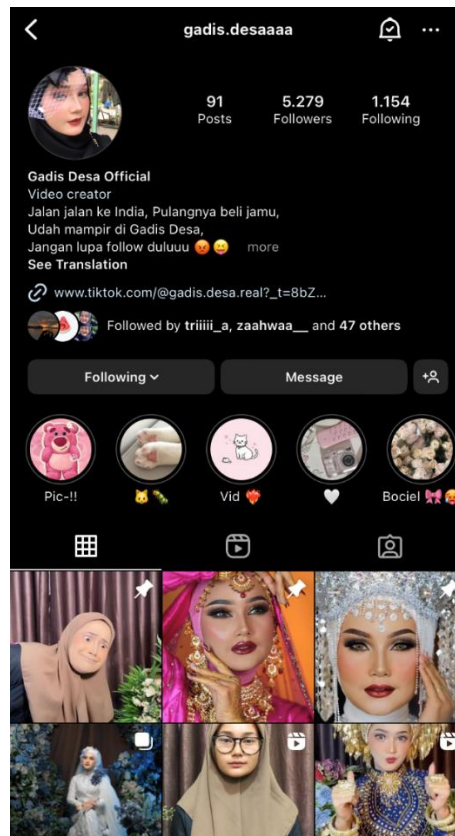
Gambar 1.1 Capture Akun Instagram @dafgch



Sumber: <https://www.instagram.com/dafgch>

Pada gambar diatas, merupakan akun instagram pribadi milik pengguna dengan *username* @dafgch yang aktif membuat konten-konten kreatif, pengguna ingin mengeksplorasi kreativitasnya dengan membuat video yang lebih menarik dari segi estetika dan pesan informatif secara tersirat disetiap videonya. Agar dapat menjangkau audiens pengguna menambahkan fitur *professional* dengan menampilkan dirinya sebagai “*Digital Creator*”. Fitur tersebut selain berfungsi untuk melihat data *insight*, juga dapat berfungsi untuk mendeskripsikan profesi seseorang pada era digital saat ini.

Gambar 1.2 Capture Akun Instagram @gadis.desaaaa



Sumber: <https://www.instagram.com/gadis.desaaaa>

Kemudian, pada gambar diatas menunjukkan akun instagram pribadi milik seorang pengguna dengan *username* @gadis.desaaaa dengan tema konten *modeling* yang juga memanfaatkan instagram untuk membangun *personal branding*nya.

Seperti fitur *professional* yang ditambahkan pengguna pada profil instagramnya, pengguna membranding diri sebagai “*Video Creator*” untuk kegiatan *modeling* dan juga sebagai *muse make up*.

Melalui konten yang dihasilkan baik foto maupun video, tentu saja akan menjadi daya tarik pengguna akun instagram lainnya, serta dapat meningkatkan jumlah followers, viewers, dan like. Agar akun instagram mereka dapat dikenal dan disukai banyak orang, seseorang yang ingin membangun *personal branding* harus memikirkan ide dan membuat konsep konten yang menarik. Semakin seseorang meningkatkan *personal brandingnya*, maka kepercayaan orang lain terhadap kualitas diri yang mereka punya pun akan semakin meningkat. Bahkan tidak menutup kemungkinan untuk mendapat kesempatan tawaran kerja sama.

Hal ini dapat membuat mereka sebagai pengguna instagram dengan mudah menampilkan *self imagenya* dengan konsep foto, video, caption, dan berbagai fitur lain yang telah diunggah diinstagram. Bahkan zaman sekarang, orang lain bisa mengambil kesimpulan tentang kehidupan dan karakter orang lain hanya dengan melihat profil instagramnya (Fajriati, 2020).

Melihat banyaknya mahasiswa Universitas Malikussaleh yang memanfaatkan instagram sebagai media untuk *personal branding*. Maka peneliti memilih mahasiswa Universitas Malikussaleh untuk menjadi subjek dalam penelitian ini, karena saat ini media sosial khususnya instagram semakin memudahkan seseorang dalam membangun *personal branding*. Sehingga, penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian ini mengenai **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Untuk Membangun *Personal Branding* Di Kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh”**.

1.2 Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian yang akan diteliti yaitu: “Mahasiswa Universitas Malikussaleh Yang Telah Berhasil Membangun *Personal Branding* Pada Media Sosial Instagram”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) mahasiswa Universitas Malikussaleh dalam membangun *personal branding* pada media sosial instagram?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam skripsi ini, yaitu: “Untuk menganalisis dan mendeskripsikan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) mahasiswa Universitas Malikussaleh dalam membangun *personal branding* pada media sosial instagram”.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Dapat bermanfaat sebagai karya ilmiah yang dapat menunjang pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Dapat menjadi tambahan referensi dan dapat memperluas wawasan pembaca pada penelitian-penelitian serupa terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi.
3. Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti khususnya mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai media untuk

membangun *personal branding* di kalangan mahasiswa Universitas Malikussaleh.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan pertimbangan pada penelitian yang akan datang.
2. Dapat berguna bagi para pembaca dan dapat memberi gambaran mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai media untuk membangun *personal branding* di kalangan mahasiswa Universitas Malikussaleh.
3. Untuk menerapkan ilmu yang selama ini didapat oleh penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi.