

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial menjadi kebutuhan di hampir segala aspek kehidupan manusia mulai dari mengirim pesan kepada teman, berbagi informasi, hingga mencari suatu informasi yang sedang hangat di masyarakat semuanya dilakukan dengan media sosial jadi tak heran lagi jika peranannya telah menjadi kebutuhan penting bagi setiap orang dan juga media sosial telah merubah cara bersosialisasi di kalangan masyarakat berupa interaksi sosial yang dilakukan didalam ranah media sosial dari pada berhadapan satu sama lain secara langsung, Rulli Nasrullah (2017). Adanya media sosial yang merupakan medium internet memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Melalui media sosial instagram orang – orang bebas mengapresiasi apapun yang mereka rasa dan alami dalam bentuk unggahan foto serta video, hal ini mendorong munculnya eksistensi diri dikalangan masyarakat yang berdampak pada timbulnya popularitas pada individu akibat dari adanya citra diri yang positif berupa keunikan, bakat serta karakteristik yang dimiliki kemudian diperlihatkan melalui unggahan di media sosial instagram dalam foto maupun video dan kemudian muncullah istilah *personal branding* di kalangan masyarakat.

*Personal branding* dapat diartikan sebagai proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang, seperti kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai dan bagaimana semua itu menciptakan persepsi positif dari masyarakat yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran Haroen (2014).

Pada penelitian kali ini peneliti akan mengkaji *platform* Instagram sebagai elemen dalam membentuk citra diri. Melalui akun instagram @cut.tara\_ dimana akun instagram miliknya merupakan wadah untuk membentuk *personal branding* yang diaplikasikan dalam postingan foto serta video yang merefleksikan aspek-aspek yang dimiliki sebagai elemen utama dalam pembentukan *personal branding*. Penggunaan Instagram dalam hal ini memungkinkan peneliti untuk menjelajahi cara-cara tertentu untuk mempresentasikan diri, seperti melalui estetika visual, cerita hidup, dan keterlibatan dengan audiens.

Selain itu, penelitian ini akan meneliti bagaimana proses pembentukan *personal branding* pada akun instagram @cut.tara\_. Proses pembentukan *personal branding* melibatkan serangkaian langkah yang diambil oleh @cut.tara\_ untuk membangun citra yang diinginkan, langkah tersebut merupakan identitas dan nilai-nilai yang ingin diungkapkan oleh @cut.tara\_ dalam proses pembentukan *personal branding*-nya. Dalam konteks ini, *personal branding* mengacu pada upaya @cut.tara\_ untuk membangun citra diri yang kuat, konsisten, dan autentik di platform instagram.

Proses ini melibatkan pemilihan konten yang relevan, pengungkapan nilai-nilai yang penting bagi @cut.tara\_, dan konsistensi dalam tema dan gaya visual. Dengan demikian, penelitian ini akan memfokuskan pada analisis langkah-langkah yang diambil oleh @cut.tara\_ dalam proses membangun *personal branding* pada akun instagramnya. Kemudian penelitian akan meneliti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan terbentuknya *personal branding* pada akun instagram @cut.tara. Faktor – Faktor tersebut merupakan elemen-elemen penting yang berkontribusi dalam membangun citra diri yang kuat dan autentik, sehingga dengan adanya faktor

-faktor yang terlibat pada pada proses pembentukan *personal branding* akun instagram @cut.tara\_ akan membentuk suatu citra diri yang kuat kepada khalayak ramai dan juga sebagai pembeda dan juga ciri khas dari citra dirinya.

Hal ini yang nantinya akan menjadi fondasi pendukung yang kuat bagaimana *personal branding* yang kuat tercipta dari faktor – faktor yang yang terlibat dalam proses pembentukan *personal branding* pada akun Instagram @cut.tara\_. Dengan memahami dan menganalisis faktor-faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana *personal branding* yang kuat tercipta dari faktor-faktor yang terlibat dalam pembentukan *personal branding* pada akun instagram @cut.tara\_.



**Gambar 1.1** Instagram @cut.tara\_

Gambar di atas merupakan akun instagram milik @cut.tara\_ dimana akun ini dijadikan sebagai sarana menyebarkan pesan *personal branding* diri dengan memposting foto serta video yang merefleksikan aspek- aspek yang dimiliki seperti karakteristik , keunikan diri dan bagaimana semua itu menciptakan persepsi positif dari masyarakat yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Melalui akun instagram miliknya dapat diidentifikasi bagaimana setiap unggahan di akun tersebut menunjukkan ciri khas diri sehingga dari adanya ciri khas diri yang kuat tersebut terbentuklah suatu asumsi atau gambaran tentang bagaimana branding diri pada akun instagram @cut.tara\_ kepada khalayak ramai,serta dengan adanya pembentukan suatu merek diri dapat memberikan keuntungan kepada individu berupa pengakuan dari khalayak ramai,untuk mendapatkan partisipasi dari khalayak ramai serta dapat menjadi media dalam memasarkan brand diri.

Adapun alasan utama mengapa instagram dijadikan alat personal branding adalah karena platform ini memfasilitasi visual *storytelling* yang kuat. Melalui fitur foto, video, dan stories, pengguna dapat mengungkapkan aspek-aspek kehidupan mereka dengan cara yang kreatif dan menarik, membentuk citra diri yang diinginkan. Selain itu, jangkauan yang luas dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif setiap bulan, yang memungkinkan untuk mencapai audiens yang beragam dan membangun pengaruh yang signifikan. Instagram berfungsi sebagai portofolio digital yang memamerkan karya, pencapaian, dan minat seseorang yang dapat menampilkan kualitas dan keberagaman karya mereka, membangun citra diri dan membentuk personal branding sebagai seorang profesional atau ahli dibidang tertentu.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan dari latar belakang maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penggunaan “ Instagram Sebagai Alat *Personal branding* Dalam Membentuk Citra Diri Studi Pada Akun Instagram @cut.tara\_”. Dan dari uraian masalah yang telah dipaparkan diatas oleh penulis bermaksud untuk melakukan penelitian guna memperoleh data-data, keterangan atau informasi yang digunakan dalam proses penelitian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perlu adanya sebuah pengarahannya masalah yang mendalam dalam judul skripsi ini, untuk itu penulis memandang penting membatasi permasalahan dalam penelitian ini agar pembahasannya konsisten dan tidak melebar dari fokus kajian yang diteliti, yaitu dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pembentukan *personal branding* pada akun instagram @cut.tara\_?
2. Apa saja faktor – faktor yang mendukung proses pembentukan *personal branding* di akun instagram @cut.tara\_?

## **1.3 Fokus Penelitian**

1. Proses Pembentukan *Personal branding* pada Akun Instagram @cut.tara\_

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan *personal branding* pada akun instagram @cut.tara\_.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor yang mendukung proses pembentukan *personal branding* pada akun instagram @cut.tara\_.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang bagaimana proses pembentukan *personal branding* melalui media sosial khususnya bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi penulis penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman kepada penulis tentang proses pembentuk personal brand melalui media sosial dengan tujuan mendapat respon yang positif dari perspektif khalayak ramai.
  - b. Bagi pembaca diharapkan menjadi sumber referensi terkait penggunaan media sosial dalam membangun citra diri positif yang berguna sebagai alat promosi dalam menunjang segala macam bentuk potensi diri.