

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting bagi manusia, dimana sejak lahir manusia tidak dapat hidup sendiri. Manusia perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis seperti makan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologi seperti sukses serta kebahagiaan, kebutuhan utama sebagai manusia untuk menjadi manusia yang sehat secara rohaniah, kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, dan hanya bisa terpenuhi dengan melakukan hubungan baik, dengan orang lain. Melalui komunikasi kita dapat memenuhi kebutuhan emosional dan meningkatkan kesehatan mental. Rudolph F. Verdrber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama fungsi sosial yakni untuk tujuan kesenangan, menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun serta memelihara hubungan. Kedua fungsi pengambilan keputusan, yaitu memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.

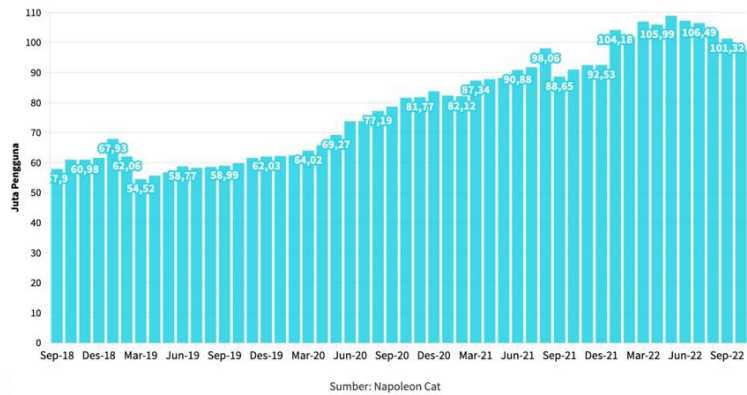
Berinteraksi merupakan kebutuhan setiap manusia. Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang memiliki sifat ketergantungan satu sama lain yang membuat interaksi sosial menjadi berjalan dengan efektif, dalam berinteraksi tersebut ada pesan tersampaikan. Media untuk berkomunikasi sangat beragam mulai dari konvensional sampai modern banyak kemudahan bisa dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi. Berinteraksi secara langsung salah satu cara paling

sering ditemukan dikhalayak umum yaitu dengan cara tersebut pesan dapat tersampaikan.

Interaksi sosial merupakan hubungan dinamis dimana hubungan tersebut berkaitan dengan hubungan antar perseorangan, kelompok maupun perorangan dan kelompok, seseorang akan sulit untuk bertahan hidup apabila ia tidak menjalin interaksi dengan individu lainnya. Interaksi sosial adalah kunci dari kehidupan sosial, tanpa adanya interaksi sosial tidak mungkin ada kehidupan secara bersama dalam proses interaksi sosial yang dilakukan oleh manusia dapat membentuk berbagai macam kelompok.

Media sosial merupakan salah satu dari perkembangan internet. Memiliki berbagai fitur didalamnya membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan, orang akan mudah mengambil foto atau video dimanapun dan kapanpun, setelah itu diupload ke media sosial, jenis media sosial yang biasa digunakan yaitu facebook, twitter, tiktok dan instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagai foto dan video yang memungkinkan penggunanya berbagai aktivitas sehari harinya melalui fitur story atau memberikan kabar secara tidak langsung kepada pengguna lainnya. Brand Development lead instagram APAC Paul Webster mengungkapkan, bahwa sejak diluncurkan pada tahun 2010 aplikasi instagram telah memiliki 400 juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak dengan 90 persen. Media sosial bukan ruang pribadi melainkan ruang publik bagi mahasiswa.

Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia
(November 2018-Oktober 2022)



Gambar 1.1 pengguna Instagram

Sumber: Napoleon Cat

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di Indonesia. Peralannya, platform ini lebih menekankan kepada aspek visual ketimbang teks. Instagram memiliki banyak pengguna di dalam negeri. Berdasarkan data Napoleon Cat, ada 97,38 juta pengguna Instagram di Indonesia per Oktober 2022. Jumlah tersebut meingkat 7% dibandingkan setahun sebelumnya yang sebanyak 91,01 juta pengguna meskipun pengguna Instagram di Indonesia menurun 3.89% dari bulan sebelumnya yang sebanyak 101,3 juta akun. Berbeda dengan Napoleon Cat, We Are Social mencatat jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 93,6 juta orang pada Oktober 2022. Jumlah itu merupakan yang terbesar keempat di dunia. India berada di urutan teratas dengan 248,65 juta pengguna Instagram. Setelahnya ada Amerika Serikat dan Brasil dengan jumlah pengguna Instagram masing-masing sebanyak 147,45 juta akun dan Brasil 117,3 juta akun.

Perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan dan pembaharuan. Konsumsi masyarakat terhadap teknologi semakin meningkat di era digital ini, media sosial merupakan suatu cara baru berkomunikasi juga sebagai alat untuk

mengekspresikan diri. Dalam pemanfaatannya, kita dapat mengekspresikan diri dalam instagram dengan mengunggah foto atau video aktifitas sehari-hari, pekerjaan, hobi, serta keluhan kesahan kehidupan dapat di curahkan pada media sosial tersebut. Pembentukan diri di instagram dapat mempengaruhi gerak dalam berekspresi karena media sosial mencerminkan penggunanya. Unggahan foto/video ke dalam instagram story yang kita bagikan di media sosial instagram yang hanya berdurasi dalam hitungan detik hingga menit dapat mengundang persepsi pengguna instagram lainnya untuk menilai kehidupan kita. Tidak sedikit muncul tanggapan yang kurang baik terhadap unggahan postingan foto/video pemilik akun instagram lainnya.

Di era sekarang bermain media sosial bukan hanya sekedar main-main banyak hal positif dan negatif tergantung kita memanfaatkan media sosial instagram tersebut. Dengan tampilan profil instagram cukup sederhana, hanya menampilkan biografi pengguna secara singkat, dan selebihnya berisi postingan foto/video mendorong para penggunanya untuk mengunggah foto terbaik mereka dan mengkonsep sedemikian rupa di feeds instagram. Foto dan video tersebut mendapatkan respon dari pengguna lain dalam bentuk like dan komen disetiap postingan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi banyaknya like dan komen dalam setiap unggahan seseorang, salah satunya banyak jumlah following dan followers yang dimiliki seseorang dalam akun instagram penggunanya. Isi dari postingan juga mempengaruhi ketertarikan pengguna lain untuk mengunjungi atau mendapatkan banyak like dan komen dari pengguna instagram lainnya.

Hal ini kemudian memudahkan pengguna instagram lainnya mengenali personal kita melalui instagram. Cara menunjukkan eksistensi diri setiap penggunanya tentu saja berbeda-beda. Eksistensi yaitu bagaimana seseorang ingin diperhatikan atau ingin diakui dilingkungan masyarakat. Hal tersebut menjadikan sebagian orang memaksakan untuk tampil mewah di media sosial agar mendapatkan perhatian lebih.

Banyaknya pengguna media sosial instagram semakin banyak juga para audience atau khalayak kemudian menerapkan personal branding yang dilakukan pengguna instagram tersebut. Membentuk personal branding dapat dijadikan sebagai cara untuk meningkatkan nilai jual seseorang. personal branding merupakan sebuah proses pembawaan keahlian, kepribadian, dan karakter seseorang dalam keunikan yang dimiliki untuk kemudian menjadi identitas (Agustinna et al,2017).

Fenomena penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Universitas sangga buana YPKP sangat umum pada era digital saat ini terdapat berbagai macam manfaat yang bisa didapatkan ketika menggunakannya dengan baik dan benar, serta membangun sebuah komunikasi melalui jaringan. Didalam media sosial instagram memiliki berbagai fitur yang bisa digunakan untuk membagikan konten yang menjual kepada publik.

Salah satu fitur yang sering digunakan yaitu Instagram stories, fitur ini biasa digunakan untuk membagikan momen singkat sehari-hari dalam bentuk foto dan video berdurasi pendek yang akan menghilang kurun waktu 24 jam. Banyak mahasiswa ilmu komunikasi menggunakan fitur tersebut untuk membagikan informasi yang sedang ramai di media sosial atau membagikan aktivitas

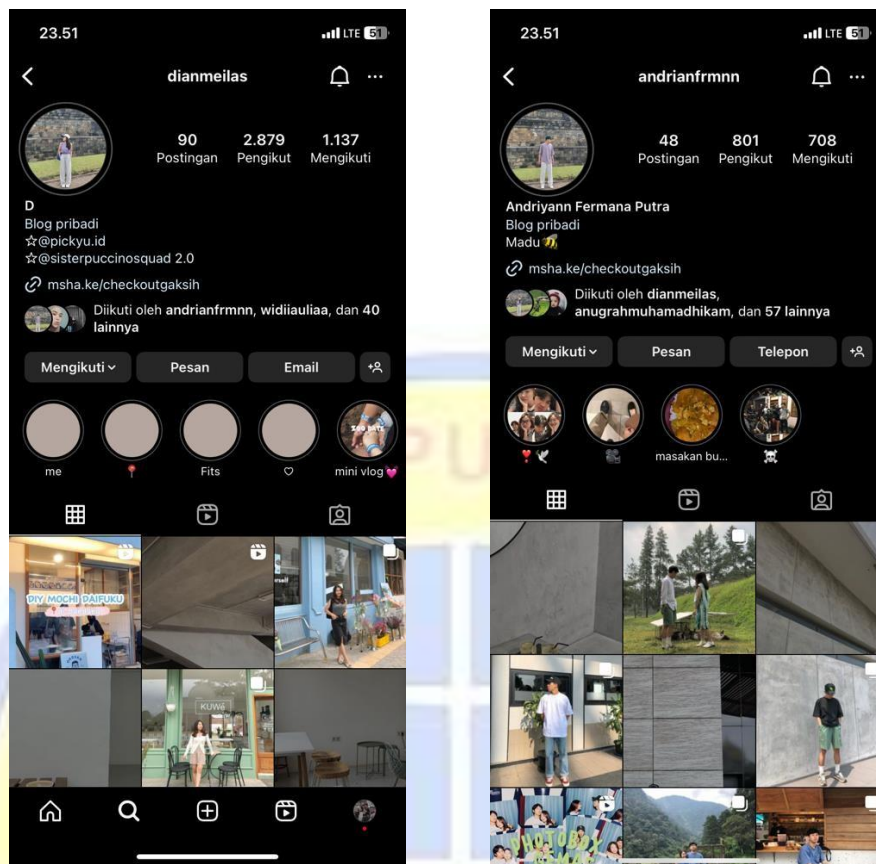
keseharian kepada followers-nya, hal ini bisa saja mengundang rasa penasaran karena keunikan dan informasi yang dibagikan merupakan hal baru. Selain membagikan aktivitas sehari-hari media sosial juga dapat digunakan untuk sarana bisnis. Pemanfaatan instagram stories yang efektif dapat membantu pengguna membangun dan memperkuat personal branding, menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan dengan followers.

Media sosial instagram memiliki pengguna dari berbagai kalangan mulai dari remaja hingga orang dewasa dan lansia, memiliki latar belakang yang berbeda menjadikan media sosial Instagram ini mempunyai konten beragam yang membuat para penggunanya bisa menikmati atau memilih konten yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Konsisten dengan konten yang sering dibuat setiap harinya dapat mudah diketahui oleh pengguna lainnya.

Dampak dari konsistensi mengunggah konten yang positif dapat mengundang ketertarikan berbagai macam audiens, tidak jarang ada yang memantau untuk kebutuhan talent di sebuah perusahaan selain untuk menambahkan exposure dari followers pengguna instagramnya. Hal ini menunjukkan bahwa bermain media sosial tidak selalu berdampak buruk banyak sekali dampak positif saat menggunakan media sosial Instagram salah satunya adalah mendapatkan lapangan pekerjaan yang berbasis digital seperti mereview produk, mengexplore tempat tempat yang sedang hype untuk membantu menyebar luaskannya kepada public. Terkadang pengguna umum membutuhkan informasi yang sedang ramai sehingga peran dari mahasiswa pada saat ini sangat membantu untuk menemukan informasi yang dicari.

Menjadi terkenal dan banyak diketahui di media sosial instagam harus memiliki keunikan tersendiri untuk dapat berbeda dengan pengguna lainnya. Dalam upaya membangun keunikan tersendiri, membangunnya melalui personal branding yang baik hal itu menciptakan keunikan sesuai karakter yang ditampilkan di media sosial. Personal branding, adalah proses membentuk persepsi public melalui kepribadian, karakter dan keunikan seseorang untuk kemudian dapat membungkusnya menjadi sebuah identitas yang dimiliki kekuatan lebih dibandingkan dengan yang lain serta membuat persepsi positif dari masyarakat yang akhirnya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan yang menguntungkan. Dian Meila S dengan akun instagramnya yaitu @dianmeilas atau biasa dipanggil dian adalah seorang mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP jurusan Ilmu Komunikasi. Dengan akun instagam Dian sebagai sarana untuk mempresentasikan dirinya menjadi pribadi yang berawal mula membangun personal branding dengan konten beauty make up kemudian seiring berjalannya waktu berubah menjadi membuat konten tentang fashion terlihat pada akun instagramnya mengunggah foto dan video mengenakan outfit yang memiliki ciri khas dan sering menonjolkan kearah pakaian yang digunakan.

Lebih banyak orang yang mengetahui dian adalah mahasiswa yang sering mengunggah foto bersama pasangannya. Yang berdampak terhadap pasangannya tersebut secara tidak langsung sama-sama membangun personal branding di media sosial Instagram, dengan akun instagram yang bernama @andrianfrmn. Sudah banyak konten yang mereka unggah feeds instgram tentang fashion, outfit mix and match, dan inspirasi outfit couples.



Gambar 1.2 profile Instagram informan kunci

Sumber : Instagram @dianmeilas dan @andrianfrmn

Dari konsistensi membangun personal branding membuahkan hasil yang positif seperti mendapatkan endorsement dari berbagai macam brand, selain itu juga dian menjukan kegiatan sehari-harinya di media sosial dan menjukan soft skill yang dimilikinya yang bertujuan untuk memberi tahu followers tentang personal branding di media sosial. Jurusan Ilmu Komunikasi mempermudah untuk membangun personal branding karena di dalam perkuliah terdapat mata kuliah yang bisa diaplikasikan dalam membangun sebuah citra yang positif.

Membentuk personal branding diri sendiri juga termasuk kedalam komunikasi, karena itu merupakan salah satu rangkaian dari kegiatan public relation, bagaimana orang menganal kita itu dilihat dari personal branding kita.

Sebuah pencitraan pribadi mewakili serangkaian keahlian, suatu ide cemerlang, sebuah sistem kepercayaan, dan persamaan nilai yang dianggap menarik oleh orang lain. Personal branding adalah segala sesuatu yang ada dalam diri kita yang membedakan dan menjual.

Garis besar dari konsep penelitian tentang personal branding adalah bagaimana seseorang dapat membangun kesan dan citra positif dalam pandangan orang lain melalui sosial mediana. Saat ini media sosial cukup memfasilitasi seseorang dalam membangun personal branding khususnya instagram. Fenomena yang terjadi di lingkungan universitas sangga buana YPKP. Dalam hal ini seseorang dapat menunjukan kelebihan serta keunikan dirinya yang dibangun melalui Instagram pribadinya, sehingga bisa mendapatkan nilai lebih dengan membangun karakter yang berbeda dengan orang lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti sangat tertarik untuk mengetahui seberapa pentingnya penggunaan media sosial Instagram sebagai media dalam membangun personal branding, maka penelitian ini berjudul **“PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PERSONAL BRANDING DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut: “Mengapa pengguna media sosial Instagram sangat penting dalam membangun personal branding dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP?”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang tercantum diatas, dapat ditentukan rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Apa yang membuat mahasiswa ilmu komunikasi melakukan *personal branding* melalui media sosial Instagram?
2. Bagaimana cara memanfaatkan media sosial Instagram untuk membangun *personal branding*?
3. Mengapa konsistensi dalam membangun *personal branding* sangat diperlukan?

1.4 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui Mengapa mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP menjadikan media sosial instagram sebagai *personal branding*.
2. Untuk mengetahui cara pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media untuk membangun *personal branding*.
3. Untuk mengetahui seberapa penting peran konsistensi dalam membangun *personal branding*.

1.5 Kegunaan penelitian

1.5.1 kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ni diharapkan dapat bergua untuk perkembangan ilmu komunikasi terutama pada keterbukaan diri di media sosial dalam pandangan psikologi komunikasi. Serta penelitian ini diharpkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya

1.5.2 kegunaan praktis

1. Terhadap penulis

Menerapkan teori yang telah dipelajari selama bangku perkuliahan, dan mengaplikasikan permasalahan yang ada disekita, selain itu penulis dapat lebih mengetahui *personal branding* melalui media sosial Instagram.

2. Terhadap pembaca

Pembaca yang diharapkan dalam penulisan Tugas akhir ini adalah dapat dijadikan sebagai pedoman bagi pembaca umumnya tentang penggunaan media sosial sebagai *personal branding*.

1.6 Sistematika penelitian

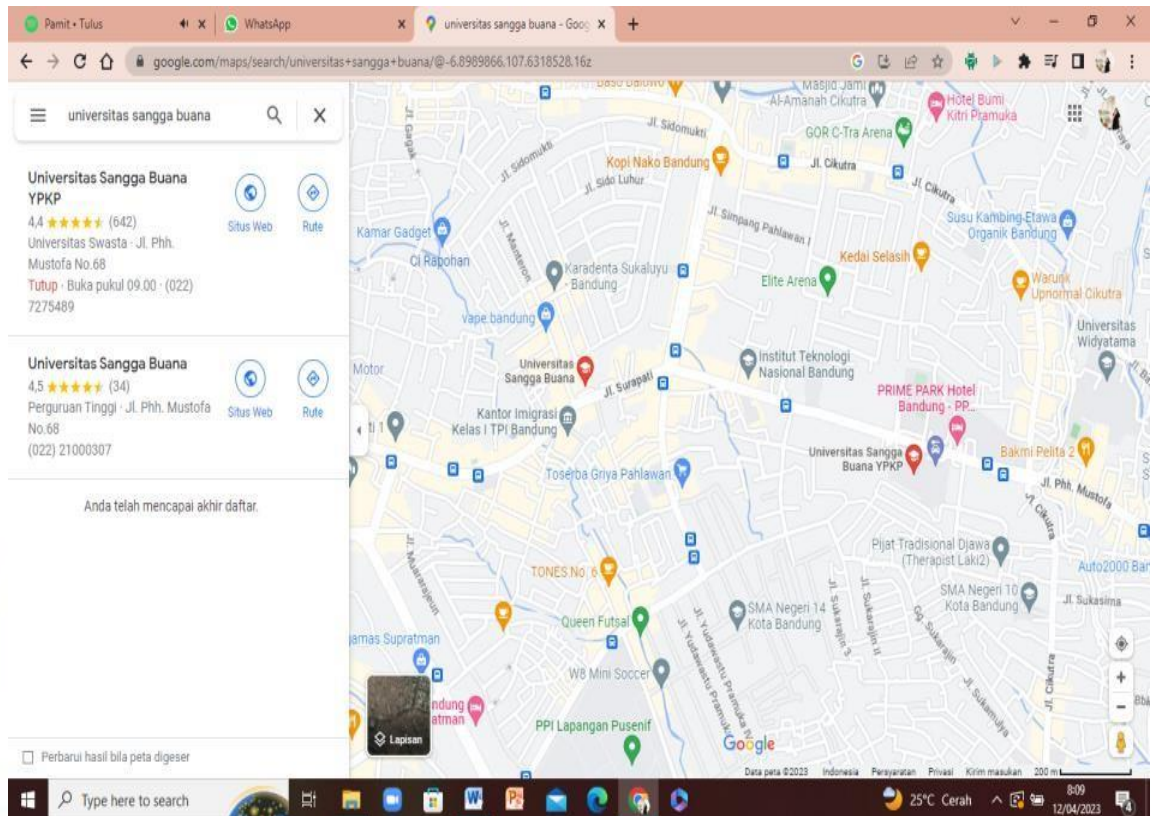
Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan: latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, serta lokasi dan waktu penelitian.
2. Bab II tinjauan Pustaka: Rangkuman teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.
3. Bab III Metode Peneletian: Pendekatan penelitian, subjek, dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan kebashan data.
4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan : terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
5. Bab V Penutup : simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Sangga Buana YPKP Jalan PHH.

Mustofa.No.68, Cikutra, cibeunying Kidul, kota Bandung, Jawa Barat, 14024



Gambar 1.3 lokasi penelitian

Sumber : diolah oleh peneliti

Adapun rincian proses pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan dipaparkan melalui table dibawah ini:

Table 1.1 rincian waktu penelitian

No.	Aktivitas	Sub Aktivitas	Bulan
1	Tahap Persiapan Penelitian	Konsultasi Judul Penelitian	april
		ACC Judul Penelitian	Mei
		Mengumpulkan Data	Mei
		Acc Judul Penelitian	Mei
		Kunjunga Ke Perpustakaan	Mei
		Penyusunan BAB I	Mei
2	Penyusunan Usulan Penelitian	Revisi BAB I	Juni
		ACC BAB I & Observasi	Juni
		Penyusunan BAB II	Juli
		Penyusunan BAB III	Juli
		Revisi BAB II dan BAB III	Juli
		ACC BAB II dan BAB III	Juli
3	Sidang UP	Persiapan Sidang Usulan	Juli
		Sidang Usuan Penelitian	Agustus
	Penyusunan skripsi	Kunjungan Penelitian dan	Agustus
		Pengumpulan data penelitian	Agustus
		Penyusunan BAB IV	Agustus
		Revisi BAB IV	Agustus
		ACC BAB IV	September
		Penyusunan BAB V	September
		Revisi BAB V	September
		ACC BAB V	November
4	Sidang skripsi	Persiapan Sidang Akhir	November
		Sidang Akhir	November

Sumber : diolah oleh peneliti