

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Dalam perkembangan jaman di era modern ini, media semakin berkembang ke arah yang lebih canggih dan mengakibatkan berkembangnya pola komunikasi masyarakat. Kemajuan teknologi mempermudah setiap orang untuk mendapatkan dan memberikan informasi kepada orang lain tanpa harus bertatap muka. Munculnya media baru memang sangat menguntungkan bagi masyarakat dan memudahkan untuk mencari informasi yang diinginkan tanpa ada batas apapun. Banyak sekali media yang digunakan untuk berkomunikasi yakni salah satunya media sosial yang sangat mudah untuk diakses melalui jaringan internet. Internet sendiri mempunyai peran penting di masyarakat selain menghemat waktu dan biaya, internet juga sebagai sarana pertukaran data dan informasi.

Media sosial tidak hanya diakses melalui komputer, tetapi juga bisa diakses melalui *smartphone/handphone*. Umumnya fungsi dari media sosial sendiri untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial lain, yaitu berupa berita, gambar (foto) dan juga video. Media sosial memiliki berbagai jenis mulai dari Facebook, Blog, serta Instagram. Saat ini video menjadi salah satu konten yang sangat digemari oleh masyarakat. Seiring dengan berkembang pesatnya media yang ditandai banyak munculnya berbagai platform aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video dengan hal-hal yang unik dan menarik pada pengguna *smartphone*. Perkembangan konten video sendiri sangat mudah untuk di unggah

ke internet hal tersebut di dukung dengan kemajuan dan kecepatan internet. Banyak sekali aplikasi yang menyediakan pembuatan video dengan hal menarik pada pengguna *smartphone*. Salah satunya terdapat pada aplikasi “Instagram”.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbasis video dan foto dimana pengguna bisa membagikan atau mengambil gambar dan video, menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan dan berbagai macam efek foto bahkan pengguna juga bisa membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial ([www.instagram.com](http://www.instagram.com) diakses pada tanggal 1 desember 2019). Menurut Atmoko (2012:3) instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 oktober 2010 oleh kevin Systrom dan mike krieger yang mampu mnjaring 25 ribu pengguna di hari pertama.

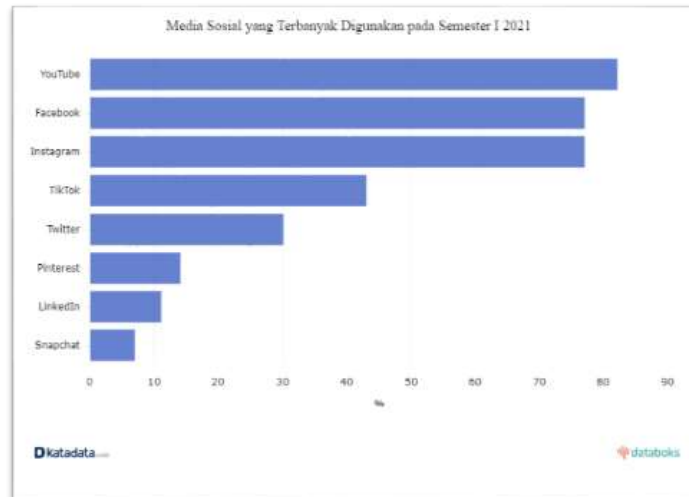
Selain itu Atmoko (2012:8), menyatakan bahwa nama instagram merupakan kependekan dari kata “instan-telegram”. Jadi bila dilihat dari perpaduan dua kata “insta” dan “gram”, instagram memberikan kemudahan dalam mengambil serta melihat foto yang kemudian dibagikan kepada orang lain.

Peningkatan pengguna instagram di Indonesia pada akhir november 2019 sebesar 61 juta dan memegang peringkat terbesar keempat di dunia. Hampir semua penduduk indonesia aktif menggunakan media sosial instagram, Selain untuk membangun brand, instagram juga memiliki fungsi lain yaitu dapat membangun personal branding setiap penggunanya. Selain itu, pengguna di rentang usia 18-24 tahu menjadi kelompok pengguna paling banyak di Indonesia, dengan total 37,3 persen atau sekitar 23 juta pengguna. Diposisi kedua, kelompok usia 25-34 dengan presentase 33,9 persen bertolak belakang dengan kelompok usia sebelumnya.

([www.kumparan.com](http://www.kumparan.com))

Menurut studi dan riset data yang dihimpun oleh We Are Social pada tahun 2020, total pengguna aktif media sosial (medsos) di Indonesia sebanyak 160 juta atau 59% dari total penduduk Indonesia. Perkembangan internet inilah yang memicu kemunculan medsos. Hal ini ditandai dengan munculnya komunitas virtual pada tahun 90-an, dimana komunitas tersebut memanfaatkan fitur yang ada dalam medsos seperti chatting sampai berbagi status melalui Friendster yang muncul pada tahun dan kemudian muncul berbagai media sosial lainnya seperti myspace.com tahun 2003, Facebook tahun 2004, Youtube tahun 2005, Twitter tahun 2006, dan lain sebagainya (Mormes 2017).

Dari sekian banyak media sosial yang ada terdapat medsos yang menjadi primadona di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut survey kata data.co.id pada September 2021, saat ini Youtube merupakan media sosial yang paling banyak diakses masyarakat Indonesia pada semester I 2021 dengan rentang usia 16 sampai 64 tahun dengan presentase tertinggi yaitu 82%, disusul Instagram dan Facebook dengan presentase 77%, TikTok dengan presentase 43%, Twitter dengan presentase 30%, dan lain-lain (Annur 2021).



Gambar 1. 1 : Media sosial terbanyak pada semester 1 2021

Instagram selain dapat membangun sebuah brand disini lain juga berfungsi untuk membangun sebuah personal branding setiap penggunanya. Seperti yang dilakukan oleh artis sinetron yang bernama Rizky Billar dengan akun instagramnya @Rizky Billar merupakan salah satu pengguna instagram dengan *followers*nya mencapai 5,5 juta followers (diakses pada tanggal 1 desember 2020).

Nama Rizky Billar akhir-akhir ini mendadak viral di dunia maya khususnya instagram. Pria berumur 25 tahun ini tenar lantaran menjadi salah satu tamu undangan di pernikahan sahabat perempuan nya dindahw, rizky billar disebut patah hati setelah sempat dekat dan menjalin hubungan dengan artis dindahw. salah satu sinetron yang membuatnya dekat dengan dindahw adalah jangan panggil gue pak haji. Rizky billar pertama kali terjun di industri hiburan melalui kariernya sebagai model iklan. Mulai dari model, ia kemudian mendapat tawaran disejumlah FTV pada tahun 2015. Rizky billar mengaku sedari dulu sudah mengidolakan dindahw, dan pada 2015 Rizky billar berkesempatan syuting dalam satu frame dengan dindahw dalam sinetron Aku anak indonesia saat itu rizky

mengaku sangat gugup. Hubungan mereka semakin dekat ketika mereka diajak nongkrong bareng temannya, Rizky mengatakan sering saling bertukar cerita dengan dinda, termasuk urusan percintaan masing-masing. Meski sudah lama mengagumi dindahw dan sering curhat bareng, rizky mengaku tak berani mengajak untuk menikah.



Gambar 1. 2 : Akun instagram Gritte Agatha diakses pada tanggal 1 agustus 2020).

Kedekatan yang terlihat antara rizky billar dan dindahw saat itu sempat membuat para penggemar mereka terbawa suasana dan mengharapkan kedua idola mereka bersatu di kehidupan nyata, akan tetapi pada 10 juli 2020 dindahw resmi menikah dengan rey mbayang dan rizky billar juga hadir dipernikahan itu dan saat itulah netizen menyebut rizky billar sebagai sad boy atau pihak yang tersakiti.



Gambar 1. 3 : Akun instagram Rizky Bilar

Sumber : Akun instagram RizkyBillar dikses pada 28 Agustus 2020.

Sadboy merupakan bahasa gaul yang biasa digunakan oleh anak muda sekarang, kata sadboy merupakan perpaduan dari kata “sad” yang artinya sedih dan “boy” artinya anak laki-laki dan jika digabungkan memiliki arti anak laki-laki yang sedih, ini hanya sebuah ungkapan nuntuk menjelaskan suatu keadaan terhadap orang yang mengalaminya. Menariknya lagi Rizky billar akhir- akhir ini disebut sadboy atau pihak yang tersakiti lantaran telah ditinggal menikah oleh dindahw.

Personal branding adalah proses bagaimana seseorang memasarkan atau mempromosikan diri dan karir melalui suatu citra yang dibentuk oleh khalayak umum. Personal brand merupakan sebuah persepsi atau emosi yang dikelola oleh orang lain yang dapat menggambarkan kualitas diri secara menarik dan dapat mempengaruhi hubungan orang lain terhadap diri seseorang. Membangun personal branding untuk para selebriti sangatlah penting mengingat sangat ketat persaingan dan selalu muncul wajah-wajah baru. Personal branding bertujuan untuk menjaga eksistensi para selebriti.

Melalui personal branding, para selebriti membangun hal-hal positif yang berdampak pada reputasi mereka sebagai publik figur yang unik. Proses tersebut tidak dapat dilakukan secara instan. Bagi masyarakat, tentu saja persepsi tentang individu adalah realitas. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk mengelola realitas yang terbentuk dari persepsi tersebut (Vaccarino, 2010)

Kaitannya hal ini rizky billar menggunakan media sosial instagram untuk membentuk *personal branding* dirinya. *Personal branding* yang kuat akan membangun *brand personality* yang kuat dibenak masyarakat. dengan

penggunaan media instagram rizky billar ingin membangun citra (*image*) melalui postingannya dalam akun instagram, sehingga dilihat oleh followernya dan menjadi penilaian orang yang membaca postingannya. Berawal dari akun instagram, rizky billar mulai membentuk personal branding atas dirinya. Dengan akun @rizky billar yang memiliki sekitar 4,6 juta pengikut, rizky terlihat melakukan personal branding sebagai Sadboy atau pihak yang tersakiti. Menurut peneliti, pengelolaan akun atas nama @rizky billar dalam pembentukan personal branding dari rizky billar cukup menarik. Peneliti melihat bahwa rizky billar melakukan pengelolaan akun instagramnya dengan mengunggah foto dengan caption yang sedang mewakili isi hatinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dan mendeskripsikan penggunaan instagram sebagai media personal branding dan sebagai pembentukan personal branding, untuk itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “PERSONAL BRANDING MELALUI INSTAGRAM (studi deskriptif kualitatif diakun instagram @Rizky billar)”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimana *pesonal branding* Rizky Billar dalam akun instagram @Rizky Billar ?”

## **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui personal branding rizky billar melalui media sosial instagram.



## **1.4 Manfaat penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bisa menjadi masukan kepada prodi ilmu komunikasi dalam pengembangan keilmuan di bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai personal branding.

### **1.4.2 Manfaat praktis**

Data yang terdapat dalam penelitian ini bisa dijadikan rujukan dan bahan pustakan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian terkait. Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada siapa saja yang membacanya

