

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Internet mengakibatkan pola komunikasi masyarakat turut berubah yang ditandai dengan keberadaannya media sosial (*new media*) di tengah-tengah masyarakat (Harianti, 2019). Media sosial adalah sebuah media dalam jaringan yang ditunjang 3 teknologi multimedia canggih untuk memungkinkan penggunanya dapat berbagi, berpartisipasi, dan membuat konten melalui aplikasi berbasis internet (Humas RI, 2014). Media sosial dapat diartikan sebagai suatu jenis *new media* yang memiliki berbagai fitur untuk memudahkan manusia dalam mencari informasi maupun untuk saling berkomunikasi dengan manusia lain. Eksistensi *new media* saat ini memiliki dampak positif dan dampak negatif yang dapat dilihat dari keunggulan *new media*.

Dampak positif dari keunggulan *new media* seperti masyarakat mudah berkomunikasi dan mengakses informasi yang dibutuhkan. Menurut Afriluyanto saat ini beberapa anak muda menggunakan beberapa media sosial yang membuat ruang privat menjadi ruang publik (Susilowati, 2018). Adanya pergeseran pemanfaatan media sosial yaitu anak muda mampu membagikan kegiatan mereka yang bersifat pribadi untuk disampaikan ke ruang publik atau disampaikan ke pengguna lain melalui media sosial. Fenomena ini merupakan cara anak muda saat ini membentuk identitas diri mereka. Media sosial diciptakan untuk mendukung interaksi antar individu satu dengan individu lainnya melalui media internet dan

teknologi yang ada saat ini. Berbeda dengan televisi dan radio, media sosial membuat komunikasi menjadi lebih luas, karena komunikasi yang dilakukan di media sosial tidak mengenal batasan, waktu, maupun jarak, yang berarti setiap individu dapat melakukan komunikasi kapan saja dan dimana saja. Oleh sebab itu saat ini media sosial bisa mendegradasi media media yang populer di tahun 2000-an tersebut (Chania, 2023).

Semakin banyaknya pengguna media sosial saat ini, membuat kehadiran media sosial dimanfaatkan untuk berbagai macam hal, salah satunya dimanfaatkan menjadi pendorong dalam mendukung dan memaksimalkan pola pembelajaran di bidang pendidikan yaitu sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. Salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan sebagai media edukasi adalah TikTok. TikTok merupakan salah satu media sosial yang booming di Indonesia, aplikasi ini berasal dari perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance. TikTok merupakan aplikasi berbagi video, media sosial TikTok menawarkan dukungan pembuatan video dengan berbagai fitur yang menarik yang ditawarkan kepada penggunanya. Melalui berbagai aplikasi video, konten video dapat dengan mudah tersebar di media sosial dan dapat diakses oleh berbagai negara. Media sosial TikTok sendiri bukanlah media sosial baru, aplikasi ini sudah diluncurkan sejak bulan Desember tahun 2016.

Pada aplikasi TikTok pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi kurang lebih 30 detik sampai dengan 10 menit. Dilansir pada Databoks Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite, media sosial TikTok memiliki 1,05 miliar pengguna di seluruh dunia pada Januari 2023. Jumlah tersebut bahkan

menempatkan TikTok di peringkat keenam aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak secara global pada bulan Januari 2023. Tercatat, pengguna TikTok di seluruh dunia bertambah 18,8% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Negara Indonesia menempati peringkat kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak dunia yakni mencapai 109,9 juta pengguna. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi TikTok cukup digemari di Indonesia.

Awal masuknya aplikasi TikTok di Indonesia tidak banyak diterima oleh masyarakat disebabkan pada saat itu banyak konten TikTok yang dinilai negatif dan disalah gunakan seperti membuat konten pornografi dan juga tindakan asusila, sehingga aplikasi TikTok sempat diblokir oleh kementerian komunikasi dan informatika pada tahun 2018. Tidak lama berselang dari pemblokiran tersebut, ditahun yang sama TikTok kembali muncul dan kembali dibuka oleh kementerian komunikasi. Berbeda dengan TikTok yang sebelumnya dinilai negatif dan kurang banyak manfaatnya, TikTok kembali dengan wajah baru yang diisi dengan konten - konten yang bernilai positif dan menghibur. Konten - konten yang dihasilkan di TikTok kebanyakan seputar tutorial, tips and trick, konten informasi, video edukasi, video-video lucu, atau bahkan sekedar berjoget untuk mengikuti trend yang sedang populer. Seiring dengan perkembangan zaman awalnya memberi wadah kepada para penggunanya untuk dapat berekspresi mengasah bakat melalui konten video, kini Tiktok menghadirkan konten video yang bersifat edukasi yang bermanfaat dan menguntungkan, seperti konten edukasi.

Fitur yang ditawarkan pada aplikasi TikTok terbilang cukup banyak dan variatif, seperti fitur wajah yaitu pengguna dapat memberikan filter yang unik dan

menarik serta pengguna dapat menambahkan dukungan musik pada konten yang dibuat. Selain itu adanya banyak tampilan edit video yang menarik memudahkan penggunanya untuk membuat konten. Banyak penggunanya memanfaatkan fitur TikTok dengan membuat berbagai konten tarian, lipsync dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi content creator. Seperti halnya pada media sosial yang lain TikTok juga memiliki fitur direct message yang memungkinkan untuk berkiriman pesan antar pengguna. Fitur live Tik Tok atau siaran langsung yang akhir - akhir ini banyak digunakan oleh para konten kreator untuk menyapa langsung pengikutnya di TikTok merupakan salah satu fitur yang menarik di aplikasi ini. Bahkan di fitur terbaru TikTok aplikasi ini menghadirkan TikTok Shop atau fitur belanja yang diberi nama tiktok shop. Dengan adanya fitur ini pengguna dapat dengan mudah membeli barang sesuai dengan yang mereka inginkan setelah melihat video review yang ada di TikTok. Sehingga pengguna tidak perlu mengakses aplikasi lain untuk membeli barang yang dijumpai di video TikTok.

Jika melihat data di atas, tentunya aplikasi TikTok memiliki potensi yang cukup besar untuk industri kreatif di masa yang akan datang. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan content creator di TikTok atau masyarakat biasa menyebutnya dengan Tiktokers. TikTok salah satu media sosial yang memiliki pengguna terbanyak, mulai dari kalangan anak-anak sampai orang dewasa. Sekarang ini, TikTok dimanfaatkan seseorang untuk mempromosikan suatu usahanya, melalui video kreatif yang dibuat oleh penggunanya. TikTok juga

dimanfaatkan seseorang untuk membangun personal branding, seperti yang sering disebut sebagai *content creator*, selebgram, *influencer*, TikTokers, dan lainnya.

TikTokers atau seleb TikTok merupakan sebutan *content creator* yang memiliki banyak pengikut dan memiliki keunikan tersendiri agar dapat berbeda dengan seleb TikTok yang lainnya. Ada berbagai macam *content creator* yang bermunculan di TikTok seperti reviewer gadget seperti pada akun @gadgetin, merupakan TikTokers dengan nama asli David, Ia membranding dirinya sebagai tukang review smartpone, laptop, dan teknologi komunikasi lainnya. Selanjutnya beauty vlogger seperti pada akun @jharnabhagwani yang membranding dirinya sebagai beauty vlogger, ia kerap membagikan video tutorial makeup karakter dan juga review produk kecantikan. Selanjutnya food vlogger seperti pada akun @kuliner1.menit, konten yang dibagikan pada akun tersebut berupa review makanan. Selain itu ada jenis content creator bahkan hanya sekedar membagikan aktivitasnya sehari - hari atau biasa dikenal dengan istilah "a day in my life" seperti akun @stevanyhany, Ia membranding dirinya sebagai mahasiswa Korea, ia sering membagikan konten berupa aktivitas sehari - hari mulai dari melakukan kegiatan makan sampai dengan kegiatan kelas yang ia ikuti selama di Korea. Hal ini membuktikan bahwa TikTok selain sebagai media edukasi dan hiburan, TikTok juga dapat digunakan sebagai media personal branding.

Personal branding berasal dari kata personal dan branding. Brand dan branding merupakan dua kata yang memiliki makna yang berbeda. Brand menurut Heroen merupakan merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau gabungan dari seluruhnya yang bertujuan untuk menandai barang atau jasa dari

suatu perusahaan atau kelompok perusahaan untuk membedakan dari perusahaan lainnya (dalam Chania, 2023). Sedangkan branding merupakan usaha untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa sampai khalayak mengenal, mengakui, dan menggunakan produk atau jasa tersebut (Chania, 2023). Branding memiliki arti yaitu, suatu strategi yang digunakan untuk memberikan dan juga menyampaikan sebuah pesan mengenai kredibilitas dari pemilik brand tersebut, dapat memotivasi peminat, dan dapat menciptakan rasa kesetiaan terhadap sebuah brand. Branding memiliki arti sebagai keseluruhan aktivitas untuk melahirkan sebuah brand yang baik atau unggul (brand equity) yang mengacu pada nilai-nilai suatu brand, seperti loyalitas, anggapan atau persepsi mengenai loyalitas, kesadaran, dan persepsi kualitas sebuah brand (Risqi, 2021).

Branding dapat dilakukan untuk produk, layanan jasa, perusahaan, organisasi, dan bahkan perorangan. Adapun jenis-jenis branding yang diketahui hingga sekarang seperti corporate branding yaitu upaya perusahaan untuk memasarkan dirinya dan menunjukkan keunggulannya dibandingkan dengan kompetitornya. Kemudian, product branding atau merchandise branding upaya mengenalkan produk dalam kegiatan ini diperlukannya riset pasar yang kuat agar pemilihan target pasar tepat. Kemudian upaya mengenalkan jasa dapat disebut dengan service branding, umumnya upaya pengenalan jasa membutuhkan kreativitas tinggi karena dalam mengenalkan jasa tidak dapat menunjukkan secara fisik namun berupa layanan tersebut yang dapat dirasakan. Kemudian, kegiatan individu yang berupaya melakukan branding terhadap dirinya sendiri disebut dengan istilah personal branding.

Personal branding menurut Timothy O'Brien merupakan identitas pribadi atau identitas diri yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas seseorang dan juga nilai yang dimiliki orang tersebut, sedangkan menurut Parengkuan & Tumewu personal branding merupakan kesan seseorang yang berkaitan dengan keahlian, perilaku, dan prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan untuk menampilkan citra dirinya (dalam Nurjannah, 2022). Personal branding yang dibangun seseorang dapat dijadikan suatu identitas yang digunakan orang lain dalam mengingat seseorang, dengan kata lain personal branding dapat membangun sebuah awareness pada khalayak sehingga seseorang dapat lebih mudah dikenali dengan berbagai aspek - aspek yang dimiliki.

Seseorang dalam membangun personal branding harus bisa mengkomunikasikan perbedaan yang dimiliki dirinya kepada orang lain, komunikasi disini merupakan kesamaan makna dalam suatu penyampaian pesan kepada orang lain (Effendy, 2019). Kegiatan personal branding di media sosial dimanfaatkan juga oleh salah satu *content creator* di Indonesia dalam mengembangkan karirnya. Di lain sisi konten-konten yang dibuat mengandung sebuah edukasi terkait bidang yang digelutinya, Nasion Patriotik merupakan *content creator* edukasi di TikTok sekaligus seorang fotografer dan videografer. Pemilik akun @nasionp ini memulai perjalanannya di TikTok karena untuk menyalurkan pembelajaran terutama dalam dunia fotografi.

Dewasa ini banyak masyarakat yang suka berfoto yang bertujuan untuk diunggah di akun media sosial mereka dengan beragam tujuan, namun tidak jarang

ditemukan konten – konten yang menunjukkan kegagalan dalam mengambil foto sehingga hasil foto yang di inginkan tidak sesuai. Masalah tersebut bisa dipecahkan dengan adanya konten edukasi pada akun tersebut memberikan beberapa tata cara memotret bermodalkan smartphone dan kamera. Selain itu @nasionp dapat memberikan kemudahan bagi audiensnya dalam mengembangkan keahlian fotografi maupun videografi, melalui konten-konten yang edukasi fotografi dan videografi yang diunggahnya dan dapat dipahami oleh orang awam. @nasionp mengakui dampak dari penyebaran aplikasi TikTok yang dirasa mempunyai peluang tinggi untuk menyebarkan informasi suatu konten agar lebih diterima masyarakat. Sebab dengan memberikan pembelajaran melalui video dapat memudahkan masyarakat agar lebih paham dibandingkan hanya menggunakan tulisan.



Gambar 1.1 Profil akun TikTok @nasionp

Saat ini akun TikTok @nasionp telah memiliki 5,9 juta pengikut dan memiliki total suka 93,6 juta. Hal itu lah yang menggerakkan @nasionp untuk membuat video mengenai tips dan trik fotografi dan videografi. Selain itu Nasion Patriotik

menerima penghargaan berkat konten yang dibuatnya, seperti penghargaan TikTok Award pada Desember 2022 dalam ajang 2023 ia memenangkan top viewers pada kampanye edukasi #SerunyaBelajar dan memenangkan nominasi kategori *content creator* edukasi TikTok Award 2023.

Menarik perhatian penulis, Nasion Patriotik memanfaatkan keberadaan media sosial TikTok sebagai sarana personal branding. Selain belum adanya penelitian yang mengulas mengenai personal branding Nasion Patriotik di media sosial TikTok, peneliti juga tertarik untuk mengetahui pengaplikasian fitur TikTok dan pengaplikasian delapan konsep personal branding dari Peter Montoya dan Tim Vandehey yang dilakukan pada akun media sosial TikTok Nasion Patriotik untuk membuat personal branding. Berdasarkan uraian diatas, penulis akan melakukan analisis isi terhadap personal branding Nasion Patriotik melalui akun TikToknya yaitu @nasionp.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana personal branding Nasion Patriotik @nasionp pada media sosial TikTok ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana personal branding Nasion Patriotik @nasionp di media sosial TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam perkembangan ilmu komunikasi, terutama tentang personal branding di media sosial TikTok. Karena personal branding merupakan bagian dari ilmu komunikasi, sehingga personal branding penting dan sesuai untuk dikaji menggunakan sudut pandang ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang dapat menjadi bahan masukan bagi setiap individu dengan memperkuat personal branding di media sosial khususnya TikTok seiring berkembangnya media baru yang dapat dimanfaatkan untuk eksistensi diri.

