

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Luly Attasiya (Tessy) atau yang banyak dikenal oleh masyarakat dengan nama Tasyi Athasyia yang lahir pada tanggal 25 Mei 1992. Tasyi merupakan seorang *Youtuber* Indonesia yang memiliki keturunan dari Arab. *Genre* Youtube yang dibuat oleh Tasyi adalah genre kuliner. Konten Youtube yang dibuat lebih banyak mengenai *review* makanan dan *rating* makanan yang menurutnya enak. Konten *review* makannya di Youtube selalu ditunggu oleh netizen karena dianggap membantu netizen untuk menentukan pilihan makanan untuk mereka coba. Tasyi Athasyia telah memiliki *subscriber* sebanyak 3.12 juta *subscriber* di *channel* Youtubena yang bernama Tasyi Athasyia dan sudah memiliki konten video sebanyak 385 video.



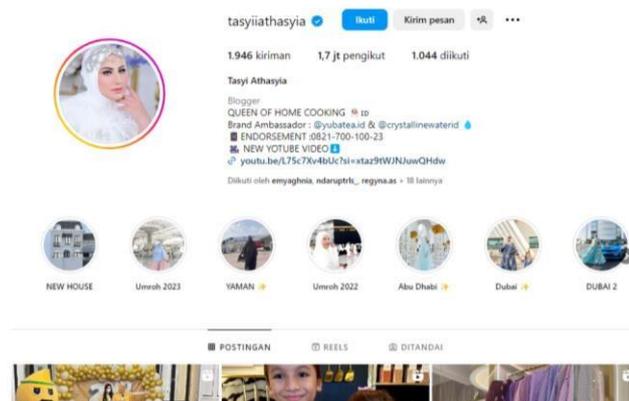
Gambar 1. Akun Youtube Tasyi Athasyia

Sumber. Akun Youtube Tasyi

Selain membuat konten mengenai *review* makanan, Tasyi juga kerap membagikan resep makanan dan cara memasak ala Tasyi. Konten Tasyi di *channel*

Youtubena dianggap sangat inspiratif dan membantu ibu-ibu yang bingung membuat masakan apa untuk keluarga.

Tasyi Athasyia juga dikenal sebagai *influencer* yang memiliki banyak *followers* di Instagram pribadinya yang bernama @tasyiiathasyia. Pada laman Instagramnya Tasyi telah memiliki pengikut sebanyak 1,7 juta pengikut. Pada bio Instagramnya, Tasyi menuliskan bahwa dia adalah *Brand Ambassador* dari *Yuba tea* dan *Crystallin water*. Tasyi dikenal sebagai seseorang *influencer* yang baik dan kaya raya, dimana dia selalu melakukan perjalanan ke Luar Negeri bersama keluarga dan karyawannya.



Gambar 2. Akun *Instagram* Tasyi Athasyia

Sumber. Akun Instagram Tasyi

Tasyi Athasyia juga dikenal sebagai saudara kembar dari seorang *beauty influencer* yang bernama Tasya Farasya. Tasyi memiliki paras cantik khas orang Arab yang membuat banyak wanita mengagumi kecantikannya. Selain karena parasnya, Tasyi juga hidup bergelimang harta sedari kecil, karena orang tua Tasyi yang termasuk golongan *Old Money*. Tasyi Athasyia menikah dengan seseorang yang juga keturunan Arab yang bernama Syech Zaki Alatas dan memiliki tiga anak.

Hidupnya yang serba berkecukupan, parasnya yang cantik, dan memiliki suami yang dapat menuntunnya ke jalan yang benar membuat banyak sekali *followers*-nya kagum. Tasyi dianggap seperti seseorang yang selalu berbagi kebaikan dan selalu mengutamakan orang lain. Hal ini dapat dilihat dari postingannya yang mengajak karyawannya untuk menonton bersama di bioskop salah satu pusat perbelanjaan.



Gambar 3. Salah Satu Postingan Tasyi di Instagram

Sumber. Akun Instagram Tasyi

Tasyi kerap sekali membagikan *posting*-an mengenai dia berbagi dengan teman hingga karyawannya. Ia juga selalu mengajak karyawannya ikut berlibur ke Luar Negeri untuk jalan-jalan dan membuat konten. Hal ini membuat banyak sekali *followers*-nya yang *respect* terhadap etika Tasyi kepada karyawan-karyawannya. Sehingga setiap *posting*-annya dulu akan ramai komentar *followers*-nya mendoakan dan mengangumi kebaikan Tasyi Athasyia di Instagram. Banyak dari mereka yang sangat menginginkan menjadi karyawan Tasyi, karena dianggap sangat menyenangkan bekerja dan jalan-jalan gratis bersama *Influencer*.

Postingan yang dibagikan pada laman Instagram milik Tasyi banyak berupa konten jalan-jalan dan konten yang menunjukkan kehidupan mewahnya. Seperti halnya belanja bulanan, *unboxing* barang *branded*, *walk in closet* yang penuh

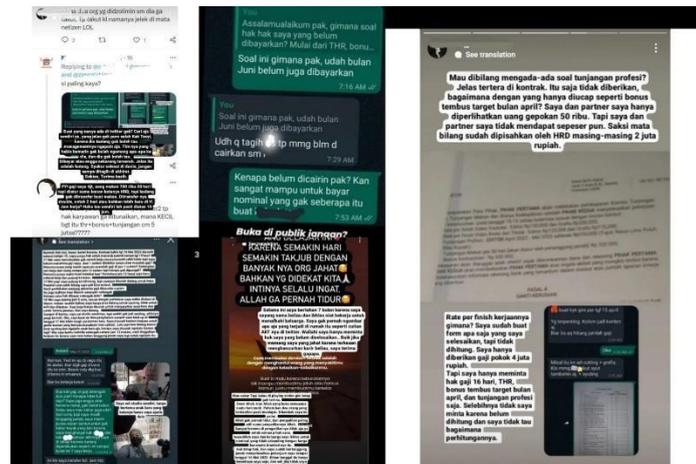
dengan barang mahal dan acara yang selalu diadakan secara besar-besaran. Tasyi mencoba untuk membangun *personal branding* hidup mewah dan serba berkecukupan. Sehingga banyak orang yang merasa terhibur dengan kekayaan Tasyi yang ditampilkan, seperti celotehan netizen “*menghibur kemiskinanku*” yang kerap dilontarkan pada konten-konten yang mengandung unsur kekayaan.



Gambar 4. Konten *Unboxing*

Sumber. Akun Instagram Tasyi Athasyia

Namun semua berubah ketika Tasyi Athasyia berbuat kesalahan yang merugikan karyawannya. Tasyi ramai diperbincangkan saat muncul masalah yang diungkapkan oleh mantan karyawan Tasyi melalui *story* Instagram pribadinya yang bernama @ris_tavia pada tanggal 8 Juni 2023. Mantan karyawan tersebut mengaku bahwa gajinya dari sebelum selesai kontrak belum dibayarkan oleh Tasyi. Gaji yang belum dibayarkan adalah gaji 16 hari, Tunjangan Hari Raya (THR), bonus tembus target pada bulan Juni, dan tunjangan profesi yang telah ditanda tangani pada kontrak kerja. Risty membuat beberapa *story* Instagram mengenai penahanan haknya yang belum dibayarkan oleh Tasyi Athasyia.



Gambar 5. Story Instagram @ris_tavia

(Sumber : Instagram @dunianeti)

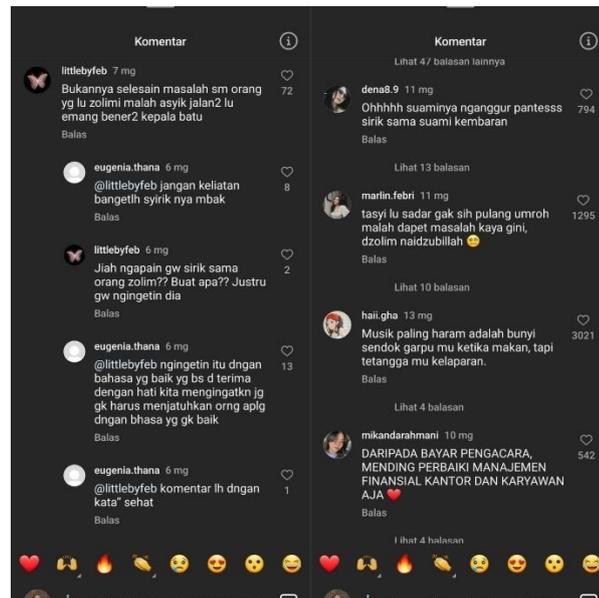
Masalah yang dialami Tasyi dengan karyawannya masih berlanjut panjang, yang ternyata banyak sekali etika buruk Tasyi dan suami terhadap karyawannya. Pada akhirnya, permasalahan ini berujung dengan saling melapor ke Polda Metro Jaya antara Tasyi Athasyia dan mantan karyawan. Dampak dari permasalahan yang dialami Tasyi Athasyia di media sosial ini membuat *personal branding* yang telah dibangun sangat *apik* di *Instagram* seketika pudar dan rusak.

Menjadi seorang *influencer* yang memiliki banyak *followers* tentunya sangat membutuhkan sebuah *personal branding*. *Personal branding* membantu seorang *influencer* menonjol dan berbeda dari yang lain. Dengan memiliki identitas yang unik dan konsisten, seorang *influencer* dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh audiens. *Personal branding* yang kuat membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata audiens. Pengikut cenderung lebih percaya pada *influencer* yang memiliki identitas yang jelas, konsisten, dan autentik.

Menurut Chritton (2012) dalam buku yang berjudul *Personal branding for Dummies*, menyatakan bahwa *personal branding* adalah usaha yang berlangsung dan secara cermat untuk diperlihatkan kepada khalayak luas mengenai keunikan dan keautentikan dari diri seseorang dan bukan termasuk versi diri yang tidak bisa dipertahankan.

Personal branding adalah reputasi yang didefinisikan oleh karakter. Hal ini adalah proses untuk menyatukan setiap aspek dari hidup dengan karakteristik, kekuatan, nilai, dan tujuan, agar impresi yang dibuat dapat bertahan lama. Dengan ini, seorang influencer sangat membutuhkan sebuah *personal branding* untuk pengenalan diri kepada publik. *Personal branding* bertujuan untuk membentuk aset kepemilikan dari seorang individu, termasuk dengan pengetahuan yang dimiliki, kehadiran diri dan lainnya, yang mampu membantu dalam pembentukan impresi yang mudah untuk diingat dan unik (Karaduman, 2013).

Setelah adanya kasus penahanan hak karyawan tersebut, terdapat beberapa *followers* yang tidak *respect* terhadap apapun yang di-*posting* oleh Tasyi di Instagram, ada juga yang memutuskan untuk *unfollow* Tasyi Athasyia. Tasyi Athasyia telah kehilangan 100 ribu pengikutnya, dari semula *followers* Tasyi adalah 1,8 Juta hingga sekarang menjadi 1,7 juta *followers*.



Gambar 6. Hujatan Di Akun Instagram @tasyiiathasyia

Sumber. Akun Instagram Tasyi Athasyia



Gambar 7. Komentar Hujatan di Instagram @tasyiiathasyia

Sumber. Akun Instagram Tasyi Athasyia

Banyak *followers* dari Tasyi Athasyia merasa bahwa konten yang diunggah pada sosial mediana adalah kebohongan, karena sangat berbeda dengan kehidupan aslinya. Komentar hujatan yang diterima Tasyi saat ini tidak sebanyak saat kasus ini pertama kali diperbincangkan. Dari beberapa unggahan terbaru Tasyi, hanya ada satu postingan yang masih mendapatkan hujatan.



Gambar 8. Postingan Tasyi Tanggal 3 Oktober 2023

Sumber. Akun Instagram Tasyi Athasyia

Namun, selain itu juga masih banyak *followers* yang menjadi *fans* setia Tasyi, mereka selalu memberikan komen positif dan dukungan untuk Tasyi. Dalam 9 unggahan terakhir Tasyi yang mengandung konten *review* makanan, berbagi resep makanan, hingga penggalangan dana untuk Palestina selalu mendapat respon positif dari *followers*. Bahkan tidak ada komentar yang menghujat atau komentar negatif yang dilayangkan pada 9 unggahan terakhir Tasyi.



Gambar 9. Komentar Pujian

Sumber. Akun Instagram Tasyi Athasyia



Gambar 10. Komentar Dukungan oleh *Followers* Tasyi

Sumber. Akun Instagram Tasyi Athasyia

Maka, dengan ini penulis ingin meneliti mengenai persepsi *followers* Tasyi Athasyia terhadap *personal branding* Tasyi di Instagram setelah kasus dengan mantan karyawannya tersebut. Berbagai pandangan yang diberikan oleh *followers* Tasyi Athasyia ini membuat penulis tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai sejauh mana netizen melihat sosok Tasyi Athasyia melalui media sosial Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana persepsi *followers* terhadap *personal branding influencer @tasyiiathasyia* di Instagram setelah kasus penahanan hak karyawan?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis persepsi *followers* yang muncul terhadap *personal branding* dari *influencer @tasyiiathasyia* di Instagram pasca kasus penahanan hak karyawan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Penelitian Secara Teoritis

Berdasarkan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat berupa kontribusi referensi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya mengenai persepsi *followers* terhadap *personal branding influencer* di Instagram.

1.4.2. Manfaat Penelitian Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjelaskan mengenai pemberlakuan teori-teori komunikasi yang memiliki kaitannya dengan persepsi *followers* melalui media sosial. Penulis juga berharap penelitian ini dapat berkontribusi dalam mengembangkan pengetahuan akan proses terbentuknya sebuah persepsi yang dapat terjadi tidak hanya saat tatap muka tetapi juga dapat terjadi melalui media sosial.