

## BAB I PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, perkembangan pada bidang teknologi dan informasi juga semakin berkembang, adanya hal tersebut membuat perubahan pada gaya hidup dan perilaku individu maupun organisasi di saat ini. Salah satu perkembangan teknologi yang ada yaitu adanya media sosial. Di era saat ini media sosial menjadi hal yang harus digunakan, mulai dari usia anak-anak, remaja, hingga dewasa. Sudah bukan menjadi hal yang baru lagi ketika di era saat ini semua kalangan sudah mengakses media sosial di *handphone* pintar mereka. Banyak hal yang bisa dilakukan saat menggunakan media sosial, bisa untuk berkomunikasi dengan teman, sebagai tempat untuk berkenalan dengan orang baru, membagikan kegiatan sehari-hari, untuk berjualan, bahkan media sosial di saat ini bisa menjadi suatu pekerjaan. Banyak media sosial yang ada di Indonesia seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Youtube*, *Line*, dan *TikTok*. Media sosial tersebut memiliki kegunaannya masing-masing, ada yang untuk mengunggah foto-foto, kalimat, video yang menarik, dan sebagai tempat untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah *Twitter*, *Twitter* adalah *platform* yang berasal dari Amerika Serikat yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2006 (tekno.kompas.com). Platform ini digunakan sebagai media untuk berinteraksi antar sesama pengguna dan juga membagikan beberapa momen seperti foto, video atau karya-karya. Dilansir (PikiranRakyat.com) pengguna *Twitter* saat ini mencapai 186 juta, dan di Indonesia sendiri menjadi negara kelima dengan pengguna *Twitter* di Dunia dengan 19,5 juta (kominform.go.id).

Dengan fitur yang ada di *Twitter* para pengguna bisa membagikan momen keseharian dan kegiatan lainnya seperti mencari informasi, dengan akses yang mudah dan juga bisa dibuka dimanapun serta kapanpun maka *Twitter* menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan. Ada hal yang menarik di *Twitter* yaitu karena para pengguna jarang sekali membagikan momen video atau foto, kebanyakan pengguna menjadikan platform sebagai media untuk membagikan cerita atau bisa juga jadi media untuk curhat. Ada istilah "*Thread*" dalam *Twitter* yaitu suatu kegiatan dimana pengguna menceritakan suatu pengalaman atau keseharian, bisa jadi hal senang, lucu ataupun sedih sekalipun.

Dengan adanya kegiatan ini maka para pengguna *Twitter* secara tidak langsung membagikan apapun yang mereka rasakan saat itu tanpa adanya hal yang dibuat-buat, dengan seperti ini maka para pengguna akan memperlihatkan

jati dirinya seperti apa. Dan tidak dipungkiri terkadang akan ada momen antara pengguna karena mempunyai cerita yang sama dan merasa satu frekuensi, serta juga dengan adanya “*Thread*” ini menjadi media untuk saling menukar pikiran antar pengguna *Twitter*. Unggahan pada *Twitter* biasa disebut “*tweet*”, biasanya *tweet* ini berisi mengenai ungkapan, respon ataupun hal-hal yang bersifat impulsif. Hal ini yang menjadikan bahwa apapun yang diunggah adalah cerminan dari pribadi pengguna itu sendiri.

Dari hal tersebut inilah yang membuat terkadang menjadi salahsatu faktor pengaruh terhadap diri seorang pengguna satu sama lain, pribadi yang menarik apalagi dari seorang *public figure* menjadikan magnet sendiri bagi pengikutnya. Tidak terkecuali adalah Rizky Firdaus Wijaksana atau yang biasa dipanggil Uus, pria kelahiran 23 Desember 1990 berlatar belakang sebagai penyiar radio di Bandung dan mulai muncul ke dunia hiburan Indonesia sebagai peserta pencarian bakat *standup comedy* Indonesia Kompas tv. Dari pencarian bakat tersebut namanya mulai muncul ke dunia hiburan sebagai aktor, host acara, dan juga sebagai komedian. Hal ini menjadikan dirinya sebagai *public figure* di Indonesia dan mempunyai banyak sekali penggemar di media sosial, dan pada akun *Twitter* miliknya @uusbiasaaja mempunyai followers sebanyak 1,2 juta pengikut. Dengan pengikut yang banyak tersebut menjadikan Uus sebagai *public figure* yang juga menjadi magnet bagi pengikutnya, dalam perjalanan karirnya di dunia hiburan Indonesia Uus mempunyai catatan tersandung kasus dan yang paling menyita perhatian adalah saat ia di boikot oleh beberapa stasiun tv akibat unggahan *tweet* pada tahun 2016.

Terlepas dari itu semua Uus adalah seorang yang mempunyai keterbukaan dalam hal apapun serta seorang yang responsif akan suatu isu melalui berbagai *tweet* yang bersifat jenaka, dan sekarang ini melalui aktifitas media sosial miliknya ia dikenal sebagai “Anak Tongkrongan”. Dimana disetiap kesempatan konten media sosial termasuk unggahan *Twitter* miliknya memperlihatkan personal branding bahwa dirinya mempunyai cara dalam merespon suatu isu, cara berkomunikasi atau cara merespon suatu isu dengan cara ala Anak Tongkrongan, tidak jarang dalam kontennya atau *tweet*nya ia mengeluarkan kutipan atau kata-kata yang *relate* akan kehidupan dan berjalan sesuai apa yang sudah dirasakan selama ini. Unggahan *tweet* tersebut menjadi hal yang menjadikan Uus sebagai magnet dalam bergaul sehari-hari untuk para pengikutnya.



Gambar 1.1 Tweet Rizky Firdaus Wijaksana

Dilihat dari gambar tweet Uus diatas bisa dilihat dengan cara menggunakan bahasa yang biasa dipakai sehari-hari, ia mengeluarkan suatu kutipan yang bisa menjadi pemacu atau mempengaruhi para pengikutnya di *Twitter* dan termasuk dalam pola perilaku komunikasi sehari-hari. Perilaku komunikasi sehari-hari disini adalah respon bagaimana cara pengikutnya terutama mahasiswa Universitas Esa Unggul melihat *tweet* sebagai salahsatu hal yang mempengaruhi dalam pergaulan.

## 1. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di latarbelakang tersebut, bahwa seorang Rizky Firdaus Wijaksana atau Uus adalah seseorang *public figure* yang menjadi magnet tersendiri bagi pengikutnya di media sosial dan salahsatunya adalah *Twitter*. Maka penelitian ini memfokuskan bahwa adakah pengaruh 9 komponen *personal branding* yang ditunjukkan oleh Rizky Firdaus Wijaksana dalam *tweetnya* terhadap perilaku Pergaulan mahasiswa Universitas Mercubuana Jakarta pengikutnya pada akun @UUSBIAAAJA?

## 2. Tujuan Penelitian

Berikut beberapa tujuan Penelitian ini dibuat:

1. Untuk mengetahui apakah *personal branding* menjadi salahsatu hal yang penting bagi seseorang?
2. Untuk mengetahui apakah *personal branding* seorang Rizky FirdausWijaksana yang terlihat dari *Tweet* di *Twitternya* dapat menjadi

salahsatu hal yang mempengaruhi pengikutnya dalam perilaku pergaulan sehari-hari?

3. Untuk memenuhi dalam penilaian Tugas Akhir

### **3. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan serta menerapkan teori-teori ilmu komunikasi dengan menggunakan metode kuantitatif dalam mengetahui apakah personal branding seseorang dapat jadi pengaruh perilaku komunikasi orang lain.

#### **2. Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dan civitas akademik mengenai salah satu kajian di bidang ilmu komunikasi *personal branding*
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salahsatu hal untuk mengetahui bahwa *personal branding* yang ditunjukkan oleh seorang *public figure* dapat menjadi pengaruh untuk orang lain atau penggemarnya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu hal yang bisa bermanfaat bagi orang banyak atau *public figure* yang lain untuk mengetahui bahwa *personal branding* adalah salahsatu hal yang penting.