

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, jejaring sosial bukan menjadi salah satu fitur yang mudah untuk berkomunikasi dengan siapapun namun apa yang kita kerjakan dapat ditemukan oleh orang-orang dengan minat yang sama melalui jejaring sosial. Salah satu jejaring sosial yang saat ini sedang populer di seluruh kalangan masyarakat adalah instagram. Instagram merupakan media sosial yang dapat membagikan pesan dalam bentuk gambar ataupun video yang juga dapat disertai dengan *caption* (tulisan yang digunakan sebagai keterangan gambar atau video) atau tulisan yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Menurut statistik yang diperoleh dari *We Are Social and Hootsuite* pada tahun 2022, presentase penggunaan platform media sosial instagram di indonesia mencapai 99,15 juta jiwa dengan 52,3% pengguna instagram berjenis kelamin perempuan dan 47,7% berjenis kelamin laki-laki. (Riyanto, 2022)

Instagram sendiri memiliki banyak fitur yang dapat dijadikan bahan untuk mengenalkan kepribadian dari seseorang, menciptakan popularitas dan dapat mempromosikan bisnis, organisasi, lembaga atau perusahaan. Instagram juga tidak hanya menjadi sarana berkomunikasi, saat ini instagram dapat dijadikan sebagai media untuk membangun personal branding. *Personal brand* adalah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut (Timothy P. O'Brien, penulis buku *The Power Of Branding* 2007) (Ievansyah & Sadono, 2018). Montoya (2009) juga pernah mengatakan bahwa personal brand adalah image yang kuat dan jelas yang ada di benak klien anda.

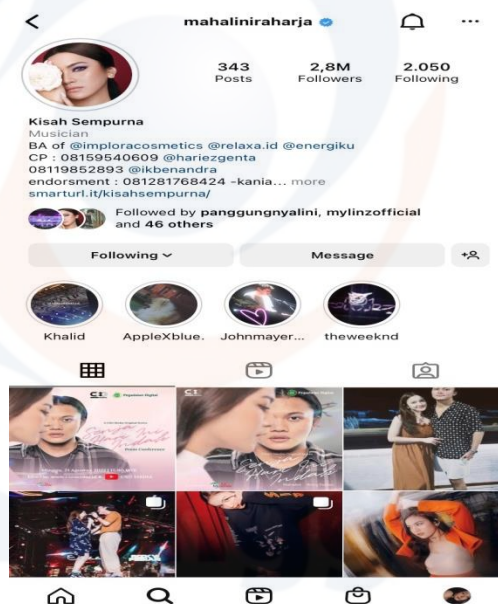
Ditengah persaingan yang ketat saat ini, setiap orang belomba-lomba untuk menunjukkan dan menciptakan citra positif dimata masyarakat dengan membangun personal brandingnya sesuai dengan keahlian dan ketertarikan serta kemampuan yang dimilikinya. Seseorang mempresentasikan personal brandingnya dengan tujuan untuk dihargai dan dipandang baik oleh masyarakat ataupun klien bisnisnya. Dengan membuat langkah strategi mengenai konten yang akan diunggah pada akun jejaring sosial instagram yang dimilikinya ini menjadi salah satu bentuk presentasi personal brandingnya. Sesuatu yang kita unggah pada jejaring sosial kita akan mendatangkan identitas dan representasi diri kita dan mampu menghasilkan kesan-kesan tersendiri dari orang lain tentang identitas dan kualitas yang dimiliki sehingga orang lain akan ingat pada orang tersebut.

Pemanfaatan jejaring sosial instagram dalam membangun personal branding seseorang juga dilakukan oleh kalangan *public figure*. Banyak *public figure* yang memanfaatkan jejaring sosial instagram ini untuk membentuk citra positif terhadap masyarakat, menaikkan reputasi, membuat sensasi agar tetap eksis dalam dunia *entertainment*, atau memanfaatkan instagram sebagai media promosi untuk kepentingan bisnisnya ataupun pekerjaannya sebagai seorang *public figure*. Kegiatan personal branding pada jejaring sosial instagram menampilkan kesan keunikan dan kekhasan khusus mengenai diri seseorang. Banyak *public figure* yang membangun personal brandingnya melalui instagram, salah satunya adalah Mahalini Raharja.

Mahalini Raharja merupakan seorang penyanyi pendatang baru. Mahalini menjadi Top 5 dalam ajang pencarian bakat Indonesian Idol X, saat itu karirnya sebagai seorang penyanyi mulai meningkat sehingga karya-karyanya di kenal dan di nikmati oleh masyarakat. Mahalini Raharja sendiri memiliki karakter tersendiri dalam bernyanyi, lagu-lagunya yang ber-*genre* pop dengan lirik lagu yang memiliki makna ini yang menjadikan lagu-lagu mahalini disukai oleh masyarakat dan memasuki top chart musik di berbagai platform. Selama setahun masuk dunia industri musik Indonesia, Mahalini telah merilis empat lagu, dua dari lagunya merupakan ciptaan dirinya sendiri. Semua lagu dari mahalini ini mendapatkan respon yang baik dari pecinta musik sehingga selalu menjadi trending di youtube pada akun youtube label rekaman Mahalini Raharja yaitu “Hits Record” dengan jumlah views yang cukup banyak yaitu lebih dari 2jt views, bahkan ada yang mencapai 44jt views. Selain itu, terlihat pada akun instagram Mahalini Raharja, beliau baru mendapatkan penghargaan “*New Artist Of The Year*” dan terpilih menjadi cover *Spotify EQUAL* yang muncul di *Billboard Times Square New York City*.

Sebelum mengikuti ajang pencarian bakat Indonesian Idol, Mahalini Raharja sudah aktif dengan sosial media instagramnya yaitu dengan mengunggah konten *cover* lagu, sejak itu Mahalini dikenal sebagai seorang selebgram. Dengan mengikuti ajang pencarian bakat dan menjadi TOP 5 Indonesian Idol nama Mahalini Raharja semakin dikenal sehingga pada akun instagramnya (@mahaliniraharja) mencapai followers 2 Juta Followers. Ia selalu membagikan dan mengunggah konten yang selalu positif, hampir semua isi postingan pada akun instagramnya berkaitan dengan aktivitasnya. Mulai dari konten yang berisikan aktivitas pribadi, pekerjaan, karya-karya lagu dan konten lainnya. Sebagai *public figure* yang aktif bersosial media, Mahalini Raharja juga membuka *endorsement* di instagramnya guna membantu mempromosikan produk UMKM.

Terlihat pada akun media sosialnya postingan pada feeds instagram mahalini memiliki ciri khas sendiri, untuk foto mahalini selalu menggunakan efek *moody warm*, dengan komposisi *that center* dan *lighting continues*. Untuk fitur *highlight* Mahalini Raharja yaitu berhubungan dengan musik, dan fitur reelsnya berhubungan dengan kegiatan nyanyinya. Di media sosial pun Mahalini aktif berinteraksi dengan beberapa penggemarnya melalui kolom komentar atau me-repost unggahan penggemarnya mengenai dirinya. Mahalini Rahrja memiliki fansbase yaitu MyLinz Official yang merupakan nama penggemar dari Mahalini Raharja yang aktif juga di media sosial instagram untuk berinteraksi oleh Mahalini. Dengan segala keunikan dan kekhasan Mahalini Raharja dalam bertalenta dan dimedia sosial instagramnya ini lah yang membuat nama Mahalini Raharja memiliki citra positif dimata masyarakat sebagai penyanyi pendatang baru.



Gambar 1.1
Sumber: Instagram

Dari uraian hal tersebut, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam bagaimana Mahalini Raharja memanfaatkan media sosial instagramnya dalam membangun personal brandingnya sebagai seorang *public figure*. Selain itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana aplikasi *instagram* mampu membentuk personal branding seseorang. Dengan demikian, peneliti mengangkat judul dari penelitian ini yaitu “Pemanfaatan media sosial (*instagram*) dalam membangun personal branding Mahalini Raharja”

1.2 Fokus Penelitian

Mahalini Raharja merupakan seorang penyanyi pendatang baru. Mahalini menjadi Top 5 dalam ajang pencarian bakat Indonesia Idol X, saat itu karirnya sebagai seorang penyanyi mulai meningkat dan karya-karyanya di kenal dan di nikmati oleh masyarakat. Mahalini Raharja kerap aktif di media sosial yaitu instagram. Pada akun instagramnya (@mahaliniraharja) dengan jumlah followers yang cukup banyak 2juta *followers*. Ia selalu membagikan dan mengunggah konten yang selalu positif, hampir semua isi postingan pada akun instagramnya berkaitan dengan aktivitasnya. Mulai dari konten yang berisikan aktivitas pribadi, pekerjaan, karya-karya lagu dan konten lainnya.

Dengan apa yang ia unggah di akun instagramnya ini kerap kali mendapatkan respon yang baik dari publik bahkan oleh penggemarnya sendiri. Mahalini dikenal dengan kepribadian yang *humble* terutama oleh penggemarnya, bukan hanya secara langsung saja namun di media sosial pun Mahalini aktif berinteraksi dengan beberapa penggemarnya melalui kolom komentar atau me-repost unggahan penggemarnya mengenai dirinya. Dengan segala keunikan dan kekhasan Mahalini dalam bertalenta dan kepribadiannya yang *humble* ini membuat nama Mahalini mendapat citra yang positif sebagai seorang penyanyi pendatang baru.

Berdasarkan hal tersebut yang telah dipaparkan diatas, fokus penelitian ini yaitu : Bagaimana Mahalini Raharja memanfaatkan media sosial (*instagram*) dalam membangun personal brandingnya sebagai seorang *public figure* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Mengetahui lebih dalam Mahalini Raharja dalam memanfaatkan sosial media instagramnya untuk membangun personal brandingnya
2. Mengetahui bagaimana aplikasi instagram mampu membentuk personal branding seseorang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara praktis, penelitian ini untuk menerapkan ilmu yang didapat oleh penulis selama ini selama menjadi mahasiswa *public relations*. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi secara tertulis dan dapat menjadi referensi mengenai hal serupa. Serta mampu memberikan gambaran dan masukan

kepada para pembaca mengenai pengembangan personal branding melalui pemanfaatan media sosial, khususnya instagram.

2. Secara teoritis, bagi jurusan ilmu komunikasi penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pada perkembangan ilmu komunikasi dan dapat menjadi bahan kajian untuk penelitian selanjutnya yang berfokus pada personal branding. Penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai referensi bagi konsentrasi *public relations* mengenai penelitian yang serupa.