

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya perkembangan media komunikasi dan media sosial telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap masyarakat terutama pengguna aktif media sosial. Instagram diyakini banyak memberi kontribusi terhadap perkembangan media sosial dan selalu mendapatkan peningkatan pengguna setiap harinya dan selalu melakukan *update* aplikasi secara berkala demi memberikan pengalaman bermedia sosial yang nyaman dan menyenangkan.

Banyaknya pengguna membuat Instagram bukan hanya sebatas media sosial yang biasa digunakan untuk berkomunikasi antar pengguna atau sekedar mengunggah foto atau video. Pada saat ini banyak sekali pengguna yang menggunakan Instagram untuk menjual barang atau jasa, terlebih pada saat ini Instagram mendukung para penggunanya untuk mengiklankan barang atau jasa yang dijualnya melalui *fitur* promosi. Hal ini sangat mempermudah para pelaku bisnis untuk memasukan bisnisnya kedalam sebuah akun instagram dan mempromosikan barang atau jasanya kepada target pemasaran yang sudah ditentukan.

Selain mengunggah foto atau video produknya atau melalui *fitur* promosi, para pelaku bisnis di Instagram mengiklankan produk dan jasanya melalui para pengguna Instagram yang memiliki banyak pengikut atau biasa disebut dengan Selebritis Instagram. Selebritis Instagram adalah pengguna Instagram yang aktif di Instagram, memiliki banyak pengikut dan mempunyai *fans*. Tidak sedikit yang menjadi Selebritis Instagram mempunyai latar belakang pekerjaan mereka sebagai *Youtuber, Public Figur, Penyanyi, Blogger* maupun *Vlogger*.

Semakin pesatnya penggunaan Instagram, menambahnya para pelaku bisnis dan kehidupan sebagai Selebritis Instagram yang dinilai bisa menghasilkan banyak penghasilan dari mengunggah foto dan video dengan biaya yang sudah ditentukan sehingga membuat banyak pengguna instagram lain berlomba-lomba untuk menjadi seorang Selebritis Instagram. Selain memiliki banyak *fans*, pengikut dan pujian disetiap foto atau video yang di *upload*, seorang Selebritis Instagram tidak

jarang mendapat kritikan dan hujatan apabila apa yang mereka *posting* tidak sesuai dengan yang diinginkan para pengikut dan *fans*.

Seorang Selebritis Instagram perlu menjaga *personal branding* dan memiliki kedekatan khusus dengan para pengikut. Tujuannya untuk meningkatkan "*Engagement Rate*" atau tingkat kedekatan seorang pengguna media sosial dengan para pengikutnya atau tingkat pengaruh yang dihasilkan karena akan meningkatkan kepercayaan para pengikut kepada pengguna instagram tersebut. *Engagement rate* biasa digunakan oleh para selebritis instagram sebagai acuan nilai jual untuk jasa *endorse* karena *engagement rate* dapat mempengaruhi daya beli yang akan dihasilkan oleh pengikut dari selebritis instagram tersebut. Semakin tinggi *engagement rate* seorang selebritis instagram akan semakin tinggi pula nilai *endorse* selebritis instagram tersebut. Dan pengaruhnya terhadap para pengikut menjadi lebih besar dan mencakup lebih banyak orang untuk mengikuti apa yang disarankan atau direkomendasikan oleh selebritis intagram tersebut. Banyak cara yang dilakukan oleh para selebritis instagram dalam meningkatkan nilai *engagement rate*, diantaranya sering melakukan *live* bersama pengikutnya, sering membuka kolom pertanyaan yang kemudian akan di jawab oleh selebritis instagram tersebut, adapula yang membagikan sebuah *giveaway* atau sebuah hadiah kepada para pengikutnya. Terdapat beberapa selebritis instagram yang belakangan ini sangat populer dan memiliki *engagement rate* yang tinggi diantaranya yaitu Fadil Jaidi, Karin Novilda, Erika Karlina, Sarah Gibson, Rachel Vennya, Keanu Agl, Tasya Farasya dan masih banyak yang lainnya. Namun yang ingin peneliti jadikan subjek penelitian yaitu Nichelle Deriska Pesik yang juga memiliki *engagement rate* yang tinggi dan merupakan salah satu Selebritis Instagram yang terkenal dengan isi konten Instagramnya mengenai pembahasan zodiak, gaya hidup, kemampuan foto yang diatas rata-rata, dan tidak jarang Nichelle Deriska Pesik mengisi konten Instagramnya dengan mengangkat pengalaman-pengalaman hidup para pengikutnya. Sampai saat ini sudah banyak *Brand* yang bekerja sama dan menggunakan jasa Nichelle Deriska Pesik sebagai *Content Creator* dan Selebritis Instagram.

Oleh karena itu, mengacu permasalahan di atas topik yang akan dibuat yaitu **"*Personal Branding Selebritis Instagram Nichelle Deriska Pesik melalui akun*"**

Instagram @nichellederiska”.

1.2 Identifikasi Masalah

Saat ini instagram menjadi salah satu wadah yang tepat untuk orang-orang melakukan *personal branding* sehingga dengan membangun *personal branding* melalui instagram banyak orang-orang dari berbagai latar belakang mendapatkan pengakuan publik sebagai selebritis instagram dan memiliki banyak pengikut, salah satunya yaitu Nichelle Deriska Pesik yang sukses membangun *personal branding* melalui akun instagramnya yaitu @nichellederiska. Dengan akun yang bertemakan pembahasan zodiak dan pembahasan mengenai pengalaman hidup para pengikutnya. Dan kesuksesan Nichelle Deriska Pesik dalam mendapatkan hati para pengikutnya dan

kepiawaian menjaga hubungan dengan para pengikutnya menghasilkan *engagement rate* yang tinggi. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

Bagaimana cara Selebritis Instagram Nichelle Deriska Pesik menjaga *personal branding* melalui akun instagram @nichellederiska?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun Tujuan dan Manfaat Penelitian ini adalah:

1.3.1 Tujuan Penelitian

Mengetahui cara selebritis instagram Nichelle Deriska Pesik pada akun instagram @nichellederiska dalam menjaga *personal branding*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam karya tulis ilmiah ini :

Bagi Peneliti sebagai Humas Perusahaan.

Hasil dari penelitian ini akan di terapkan oleh peneliti di akun instagram perusahaan yang peneliti kelola guna menjaga *branding* perusahaan dan menjaga hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan para pengikut melalui akun instagram perusahaan.