

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media Sosial merupakan sebuah wadah untuk melakukan aktifitas bersosialisasi dan berbaur dengan orang lain. Sosial Media menjadi terkenal ketika Facebook dan Twitter sudah mulai dikenal oleh kalangan pengguna Internet, hal tersebut kemudian membuat Media Sosial dan Internet menjadi hal yang tidak terpisahkan. Tidak heran, saat mendengar kata Sosial Media maka didalam benak orang-orang tertentu akan langsung tertuju pada Internet, Facebook, Twitter, Instagram dan semua fasilitas-fasilitas lainnya yang menjadi penghubung dan interaksi antar manusia.

Di Indonesia sendiri, aktifitas Sosial Media sebenarnya telah ada sejak lam dengan bermunculannya berbagai macam forum diskusi dengan berbasis web seperti Kaskus, hanya saja demam Sosial Media mulai terasa pada saat sebuah situs pertemanan Friendster mulai naik daun dan saat itu banyak orang mulai merasakan sangat pentingnya untuk menampilkan sosok diri sendiri agar dapat dikenal orang lain. Sosial Media memiliki dampak besar bagi kehidupan kita saat ini. Seseorang yang tadinya bukan siapa siapa bisa seketika terkenal dengan Media Sosial, apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat seperti media pemasaran, mencari koneksi dan memperluas pertemanan.

Untuk kalangan anak muda khususnya mahasiswa, media sosial Instagram dimanfaatkan sebagai tempat untuk membentuk sebuah *image* diri, mencurahkan perasaan ataupun menyampaikan kritik. Semua aktifitas yang dilakukan wajib diunggah melalui media sosial Instagram agar semua followers kita mengetahui apa yang sedang kita lakukan.

Instagram merupakan media sosial yang saat ini sedang booming dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang memfokuskan diri pada pengalaman untuk berbagi foto ataupun video ke jejaring sosial melalui perangkat mobile. Hingga saat ini Instagram sudah memiliki 100 juta pengguna aktif setiap bulannya, dengan jumlah 60 juta foto dishare setiap harinya.

Instagram memiliki fokus kepada teman dengan menghadirkan berbagai filter pilihan dan menjadikan Instagram sangat populer saat ini. Tampilan yang menarik dan sederhana juga menjadikan Instagram sebagai media sosial pilihan sebagai aplikasi portofolio untuk mengkoleksi foto. Terhitung 20 filter dapat dipilih untuk menampilkan hasil foto yang baik dan kreatif.

Instagram tidak hanya sekedar menjadi tempat menunggah foto dan video saja. Berbagai bentuk bisnis pun dapat dikembangkan melalui aplikasi ini. Banyak online shop memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan produknya. Para online shop akan mengambil foto produknya dan mengunggah ke dalam akun Instagram, tentunya dengan menampilkan deskripsi produk tersebut dan juga harga. Cara ini sangat membantu para pembisnis online shop karena produk tersebut akan bisa dilihat oleh para pengguna Instagram lainnya.

Selain itu, aplikasi Instagram ini mampu melahirkan selebriti Instagram atau yang sering disebut dengan selebgram. Banyak para pengguna Instagram mendadak menjadi seorang yang terkenal layaknya selebriti dikarenakan foto atau video unik yang mereka unggah ke dalam akun Instagram pribadi mereka. Selain itu, followers yang mencapai ratusan hingga ribuan orang akan membuat si pengguna terkenal di dunia Instagram tersebut.

Selebgram merupakan selebritis di dunia Instagram, julukan tersebut biasanya diberikan kepada akun pribadi seseorang yang memiliki banyak followers dikarenakan foto dan video yang diunggah orang tersebut menarik dan banyak disukai oleh para pengguna Instagram lainnya dan tidak jarang video atau foto yang diunggah tersebut bisa menjadi viral dan menjadi perbincangan para pengguna yang lain. Hal tersebut akhirnya membuat pemilik akun pribadi tersebut menjadi terkenal di kalangan pengguna Instagram itu sendiri.

Selebgram memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat. Keseringan mengunggah foto dengan tampilan keseharian membuat mereka memiliki penggemar tersendiri. Hanya dengan bermodalkan kamera, mempunyai fashion yang stylish, mampu membuat konten yang unik sesuai karakter diri dan keahlian menampilkan estetika foto yang baik, anda sudah bisa menjadi seorang selebgram fashion. Akan lebih baik apabila memiliki jaringan sosial yang luas. (tekno.kompas.com)

Keuntungan menjadi selebgram selain menjadi terkenal di masyarakat, selebgram juga mempunyai peluang besar untuk mendapatkan tawaran menjadi endorser ataupun buzzer dari online shop dan brand terkenal. Selain itu pada ajang fashion tertentu seringkali selebgram diundang untuk menjadi seorang bintang tamu dan pembicara di event tersebut. Dengan adanya peluang ini tentu membuat para selebgram menjadi lebih dikenal dimasyarakat luas. Hal ini dikarenakan pada event tersebut seringkali banyak mengundang media massa untuk meliput acara dan tak jarang mereka mewawancarai orang-orang yang ada di event tersebut.

Saat ini selebgram di Indonesia makin dihargai eksistensinya. Di Indonesia, selebgram sudah banyak bermunculan dan mayoritas didominasi oleh kaum perempuan karena selain lebih peduli akan penampilan, mereka umumnya sangat update mengikuti perkembangan trend fashion yang ada. Selebgram saat ini sudah menjadi sebuah profesi yang banyak diminati, terutama dikalangan anak muda. Zahratul Jannah merupakan salah satu selebgram hijab Indonesia yang mengikuti perkembangan fashion dan menjadikannya sebagai gaya hidup. Karena ketertarikannya dengan dunia fashion, membuat ia sering mengunggah foto dengan gaya berpakaianya ke dalam akun Instagram pribadi miliknya sehingga ia menjadi salah satu selebgram hijab di Indonesia.

**Gambar 1.1**  
**Artikel Zahratul Jannah**



Sumber : <http://www.dream.co.id/community/zahratul-jannah-nikmati-karir-sebagai-selebgram-1509148.html>

( Diakses Selasa, 21 February 2016)

Semenjak menjadi selebgram hijab, Zahratul Jannah dipercayai untuk menjadi seorang pembicara di beberapa event fashion. Zahratul Jannah pernah menjadi seorang pembicara dalam event hijab yang diselenggarakan di Sabuga Bandung. Zahratul Jannah juga berkesempatan untuk memberikan tutorial hijab dalam event tersebut yang diselenggarakan oleh Brand Wardah. Saat ini Zahratul Jannah tercatat sebagai salah satu dari 13 selebgram terkenal dan terpopuler di Indonesia. Selain itu, Zahratul Jannah juga merupakan seorang ibu dari tiga orang anak. Ketertarikannya pada dunia fashion dapat dibuktikan melalui keahlian yang ia miliki. Zahratul Jannah terkenal dengan salah satu selebgram yang sering membagikan tutorial hijab dalam bentuk foto maupun video yang kemudian ia unggah ke dalam akun Instagram pribadinya.

## Gambar 1.2

### Artikel Fasion Zahratul Jannah



Sumber : <http://www.selebupdate.com/zahratul-jannah/1491>

( Diakses Selasa, 21 February 2016)

Dalam akun Instagramnya, Zahratul Jannah sering mengunggah berbagai foto foto bersama anak dan suaminya. Instagram Zahratul Jannah sendiri di ikuti oleh lebih dari 488.000 followers, dengan kurang lebih 8.000 like disetiap fotonya. Hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan penulis dalam meneliti penelitian ini.

### Gambar 1.3

## Perbandingan 3 Selebgram Hijab



Sumber : Instagram

( Diakses Selasa, 21 February 2016)

Selain mempunyai keahlian dalam membuat jutaan style hijab, Zahratul Jannah pun mempunyai gaya fashion hijab yang unik dan beda dari yang lain. Zahratul Jannah membentuk identitas dirinya sebagai selebgram dengan style yang simple namun tetap terlihat stylish.

### Gambar 1.4

## Artikel Fashion Zahratul Jannah



Sumber : <https://wolipop.detik.com/read/2014/01/20/145119/2472306/233/hijab-style-gaya-hijab-simple-si-cantik-zahratul-jannah>

( Diakses Selasa, 21 February 2016)

## **1.2 Rumusan dan Batasan Masalah**

Berdasar latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka diambil sebuah rumusan masalah yaitu: Bagaimana strategi *personal branding* selebgram Zahratul Jannah melalui Instagram ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini dapat peneliti sebutkan antara lain:  
Untuk mengetahui strategi *personal branding* selebgram Zahratul Jannah melalui Instagram.

## **1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak yaitu :

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan aspek-aspek fenomena media sosial yang berpengaruh terhadap pola berkomunikasi
2. Sebagai penambah referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin meneliti fenomena-fenomena di media sosial, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan.

### **1.4.2 Aspek Praktis**

1. Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi, masukan dan indikator bagaimana *selebgram* dapat menjadi sebuah studi kasus yang *booming* dan baru sebagai media dalam penyampaian pesan dan maknanya.
2. Sebagai gambaran bagaimana peran media sosial sebagai alat untuk membangun *Personal Branding* seseorang.

## 1.5 Tahapan Penelitian

Dalam melaksanakan sebuah penelitian kualitatif, diperlukan tahapan penelitian yang menurut Lexy J. Moleong (Ghoni, Almanshur, 2012:144) terdiri atas :

### 1) Tahapan Pra-lapangan

Pada tahap pra-lapangan ini terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, peneliti merancang sebuah penelitian kualitatif. Pertama, menentukan topik untuk diangkat menjadi sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat topik personal branding seorang *selebgram*. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah para *selebgram* Instagram yang mempunyai followers di atas.

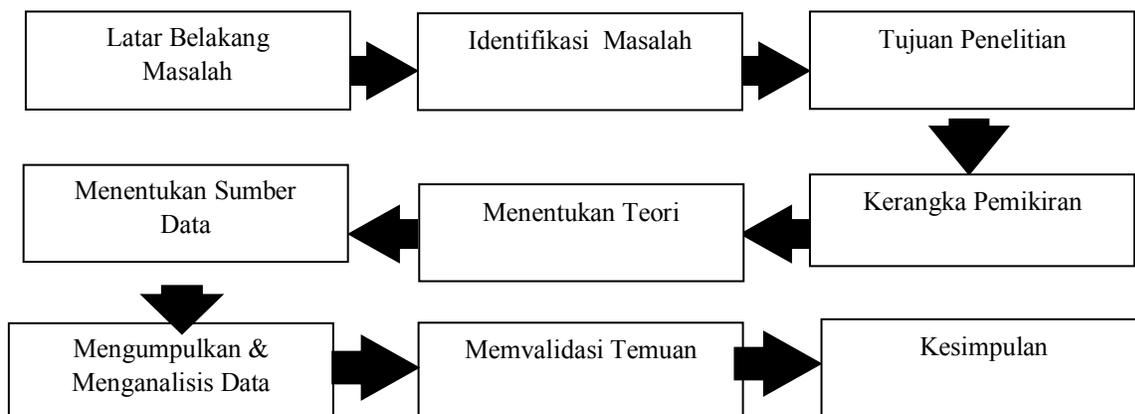
### 2) Tahap Pekerjaan Lapangan

Dalam tahap ini, peneliti melakukan wawancara maupun observasi terhadap narasumber. Peneliti mencatat informasi yang dianggap penting bagi penelitian ini.

### 3) Tahap Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, peneliti melakukan teknik analisis data, setelah data dianalisis, peneliti membuat suatu kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

**Gambar 1.5**  
**Tahapan Penelitian**



*Sumber: Olahan Peneliti*

## 1.6 Penelitian

Periode pelaksanaan penelitian ini dilakukan dari bulan Januari 2016 sampai dengan Januari 2017.

**Tabel 1.1**

Kegiatan	Ja n	Fe b	Ma r	Ap r	Me i	Ju n	Ju l	A g	Se p	Ok t	de s	Ja n
Persiapan penyusunan proposal bab 1-3												
Pengumpul an data berupa litelature dan observasi tahap awal												
Pengumpul an Data												
Penyelesaian data meliputi kesimpulan dan saran												

( sumber: peneliti)