

BAB 1

PENDAHULUAN

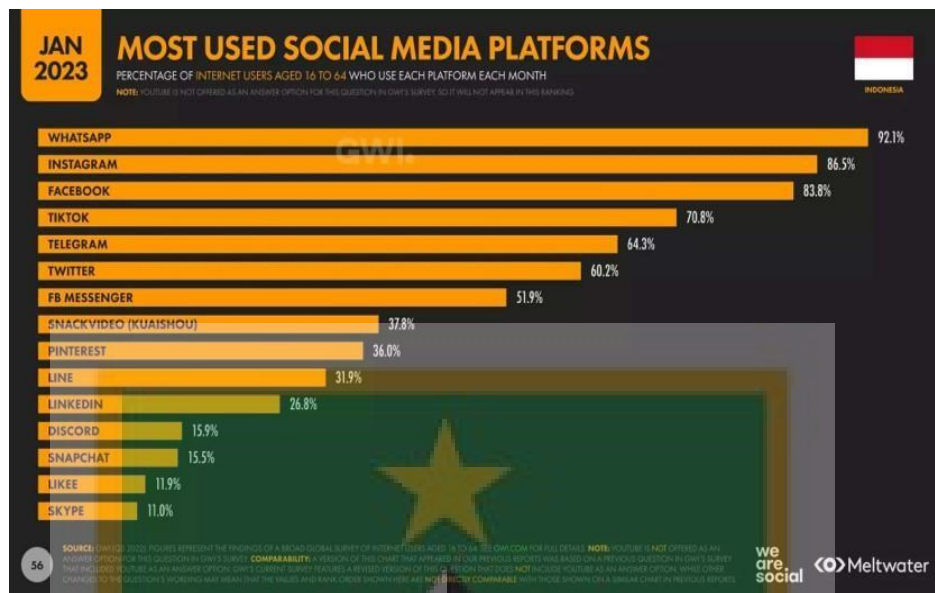
1.1. Latar Belakang

Di era digital yang terus mengalami perkembangan pesat, media sosial telah menjelma menjadi salah satu platform utama yang digunakan oleh individu untuk membangun, mengembangkan, dan memperkuat citra diri atau *personal branding* mereka. *Personal branding* memiliki peran yang sangat penting, terutama bagi tokoh masyarakat, selebritas, dan *public figure*. Melalui *personal branding*, mereka dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens, memperluas pengaruh mereka di berbagai kalangan, serta membuka peluang untuk memperluas jaringan profesional.

Salah satu platform media sosial yang paling efektif untuk mencapai tujuan ini adalah Instagram. Dengan keunggulannya yang menawarkan visualisasi tinggi, Instagram memungkinkan para pengguna untuk menyampaikan cerita, identitas, dan nilai-nilai mereka secara visual. Selain itu, platform ini menyediakan ruang interaksi langsung dengan para pengikut, menciptakan koneksi yang lebih personal dan autentik. Dengan berbagai fitur seperti unggahan foto dan video, Instagram *Stories*, *Reels*, hingga *Live*, pengguna dapat menunjukkan kepribadian dan kreativitas mereka dengan cara yang menarik, relevan, dan mudah diakses oleh *audiens* global.

Hasil penelitian We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2023 menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang, atau 60,4% dari total populasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh We Are Social dan Hootsuite pada tahun 2023, sepuluh media sosial aktif paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia adalah WhatsApp 92,1%, yang meningkat dari 88,7% pada tahun sebelumnya, dan Instagram 86,5%, yang meningkat dari 84,8% pada tahun sebelumnya.

Gambar 1. 1 Platform media sosial paling aktif tahun 2023

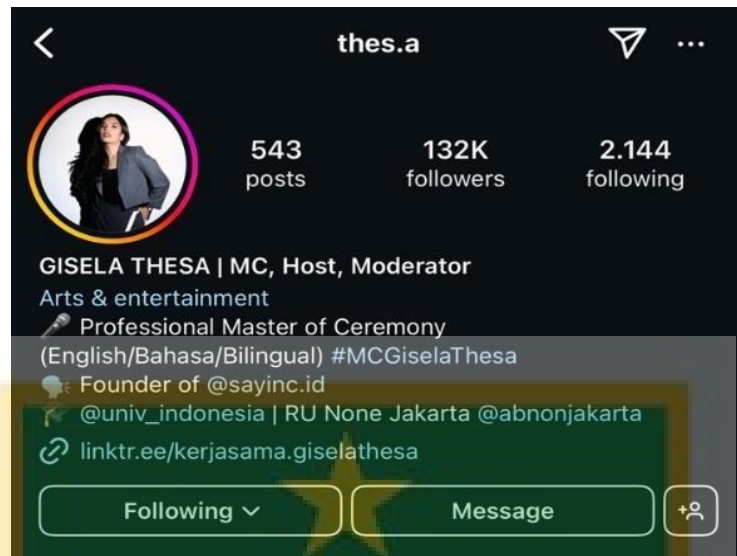


Sumber: Hootsuite Social Trends Report 2023

Influencer hadir dengan sebuah kapasitas yang ia miliki untuk meng-*influence* pengikutnya dalam banyak bidang lewat konten yang ia buat. Menurut Luttrell (2015) dalam (Pertiwi, F. & Irwansyah 2020) Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, menawarkan fitur-fitur seperti foto, video, dan *stories* yang memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan mereka secara visual dan langsung.

Salah satu contoh nyata pemanfaatan Instagram dalam membangun *personal branding* adalah Gisela Thesa, None Jakarta Timur 2022. Melalui akun @thes.a, ia konsisten membagikan momen inspiratif, seperti kegiatan promosi budaya dan pariwisata Jakarta, keterlibatan dalam acara besar, hingga perannya sebagai MC di berbagai *event* bergengsi. Unggahan-unggahan tersebut tidak hanya mencerminkan profesionalismenya tetapi juga memperkuat citranya sebagai individu yang berbakat, berdedikasi, dan berpengaruh.

Gambar 1. 2 Halaman profil akun Instagram @thes.a



Sumber: Instagram @thes.a

Instagram menjadi salah satu media yang menarik untuk dijadikan sebuah media *Personal Branding* dikarenakan tingginya pengguna Instagram di Indonesia. Membangun *Personal Branding* bisa dilihat dari unggahan yang disajikan oleh pemilik akun yang bersangkutan. Jika unggahannya terlihat konsisten bisa disebut sedang membangun sebuah karakter diri melalui media sosial. Dari halaman *website* menjelaskan bahwa Instagram tersusun dari dua kata yaitu “*insta*” dan “*gram*”. Arti kata pertama diambil dari kata “*instant*” yaitu serba cepat atau mudah, sedangkan kata “*gram*” diambil dari “*telegram*” yang maknanya dikaitkan dengan media pengiriman informasi yang sangat cepat. Selain itu, Instagram juga dapat diartikan sebagai sebuah aplikasi jejaring sosial untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter* digital, dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Mustaqimmah, N., & Firdaus, W., 2021).

Gambar 1. 3 Ghisela Thesa



Sumber: Instagram @thes.a

Gisela Thesa atau yang dikenal dengan akun Instagram @thes.a, telah menorehkan sejumlah prestasi gemilang sepanjang kariernya sebagai *influencer* dan profesional di bidang *public speaking*. Gisela Thesa telah mencatatkan sejumlah pencapaian luar biasa yang membuatnya semakin dikenal luas. Salah satu tonggak terbesar dalam perjalanan kariernya adalah ketika ia terpilih untuk mewakili Indonesia sebagai delegasi di salah satu festival pemuda terbesar di dunia. Momen tersebut tidak hanya menjadi bukti nyata dedikasi dan kerja kerasnya, tetapi juga menegaskan perannya sebagai duta muda yang membawa nama baik Indonesia di kancah internasional. Melalui platform media sosialnya, Gisela terus berbagi kisah, inspirasi, dan pengetahuan, memperkuat posisinya sebagai panutan bagi generasi muda yang ingin mengejar impian mereka dengan penuh semangat dan integritas.

Gambar 1. 4 Ghisela Thesa



Sumber: Instagram @thes.a

Awal karir Gisela dimulai pada tahun 2018 ketika ia terpilih sebagai Mojang Remaja Penilih Kabupaten Bogor. Pencapaian ini menandai langkah pertama Gisela dalam dunia *public speaking*, yang menjadi dasar bagi perkembangan karirnya selanjutnya. Sebagai Mojang Remaja Penilih, Gisela memperoleh pengalaman yang berharga dalam mengembangkan keterampilan komunikasi dan kepemimpinan, serta memperluas jaringan yang mendukung perjalanan karirnya.

Gambar 1. 5 Ghisela Thesa



Sumber: Instagram @thes.a

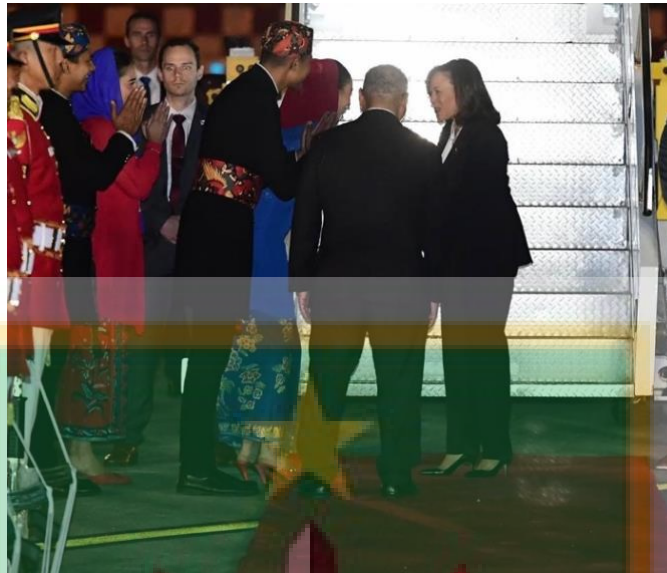
Thesa juga terpilih untuk mewakili Kota Bogor sebagai Duta Genre Kota Bogor di tingkat Provinsi Jawa Barat. Keikut sertaannya dalam ajang tersebut membawanya meraih penghargaan sebagai Favorit Putri, sebuah prestasi yang semakin mengukuhkan perannya sebagai figur inspiratif di kalangan remaja, serta memperluas jangkauan pengaruhnya di tingkat provinsi.

Gambar 1. 6 Ghisela Thesa



Karir Thesa mulai menanjak pesat setelah ia terpilih sebagai None Jakarta Timur pada tahun 2022. Pencapaian ini menjadi titik balik yang mengukuhkan posisinya di dunia publik, memperluas pengaruhnya, dan memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial dan kemasyarakatan. Sebagai None Jakarta Timur, Thesa tidak hanya memperoleh pengakuan lebih luas, tetapi juga menjadi inspirasi bagi banyak orang, terutama generasi muda.

Gambar 1. 7 Ghisela Thesa



Sumber: Instagram @Thesa.a

Thesa juga mendapat kesempatan istimewa untuk menyambut K.E. Kamala Harris, Wakil Presiden Amerika Serikat, saat pertama kali berkunjung ke Indonesia di Bandara Soekarno-Hatta. Momen bersejarah ini tidak hanya menjadi pengalaman berharga bagi Thesa, tetapi juga menarik perhatian banyak pihak. Aksinya dalam menyambut Kamala Harris mendapat banyak komentar positif dari para pengikutnya di media sosial, yang semakin memperkuat citra dirinya sebagai figur yang berpengaruh dan inspiratif. Pengalaman tersebut menambah dimensi baru dalam perjalanan karir Thesa, mengukuhkan posisinya sebagai seorang *influencer* yang mampu memanfaatkan kesempatan besar untuk berinteraksi dengan tokoh internasional dan mendapatkan pengakuan lebih luas.

Gambar 1. 8 Ghisela Thesa



Sumber: Instagram @thes.a

Thesa juga pernah menjadi *news anchor* dalam acara yang melibatkan kerja sama bilateral antara Rusia dan Indonesia di Rusia. Pencapaian ini menjadi lebih signifikan karena Thesa menjadi anak muda pertama yang berhasil melakukan siaran langsung (*live*) di RT International News, sebuah prestasi yang menunjukkan kemampuannya dalam dunia jurnalistik dan komunikasi internasional. Kepercayaan yang diberikan padanya untuk memandu acara penting ini memperlihatkan kematangan dan profesionalismenya, serta semakin memperkuat posisinya sebagai figur muda yang berpengaruh, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di kancah internasional.

Keberhasilan ini mencerminkan pendekatan sistematis yang telah dilakukan oleh Thesa, dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memajukan kariernya dan menjaga hubungan positif dengan pengikut dan penggemarnya.

Fenomena *personal branding* Thesa, yang dikenal melalui akun Instagram @thes.a, menarik untuk diteliti mengingat pada usia muda, ia telah menorehkan berbagai prestasi yang mencolok. Thesa tidak hanya dikenal

karena kecantikannya, tetapi juga karena kepintarannya, prestasi yang diraihnya, serta kemampuannya menguasai bahasa asing. Faktor-faktor ini membedakannya dari banyak *influencer* lainnya. Citra diri yang ia bangun melalui media sosial menonjolkan sisi cantik dan berprestasi, yang menjadi daya tarik bagi pengikutnya dan menjadikannya sebagai figur inspiratif di kalangan generasi muda.

Dalam konteks *personal branding*, Thesa tidak hanya memanfaatkan prestasi-prestasinya untuk membangun citra, tetapi juga memadukannya dengan penggunaan media sosial yang strategis. Kehadirannya yang aktif dan autentik di platform digital memberikan daya tarik yang membedakannya dari *influencer* lain, yang sering kali hanya menonjolkan sisi hiburan atau gaya hidup.

Keberhasilan ini mencerminkan pendekatan sistematis yang telah dilakukan oleh Ghisela Thesa, dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memajukan kariernya dan menjaga hubungan positif dengan pengikut dan penggemarnya. Dalam dunia *public speaking* yang kompetitif, membangun *personal branding* yang kuat dapat mempengaruhi reputasi dan peluang yang tersedia bagi seorang *influencer*.

Fenomena mencolok dalam *personal branding* Ghisela Thesa adalah pencapaiannya yang luar biasa, yang memberikan keunikan dan daya tarik tersendiri di mata publik. ia sosok yang sangat aktif di lingkungan sosial dan juga sosial media, selain itu Ghisela Thesa juga terpilih menjadi None Jakarta Timur pada tahun 2022 dan menjadi salah satu delegasi Indonesia di Festival Pemuda terbesar di Dunia. Hal ini juga didukung oleh konten-konten edukatifnya, yang membedakannya dari sebagian besar *influencer* di Indonesia yang lebih banyak berfokus pada konten viral. Di usianya yang masih muda, Ghisela Thesa telah menorehkan banyak prestasi, menjadikannya sosok inspiratif yang langka di dunia *influencer*.

Namun, dalam dunia *public speaking*, tidak semua berjalan sesuai harapan. Bahkan pembicara berpengalaman pun bisa menghadapi tantangan tak terduga. Salah satunya dialami Ghisela Thesa ketika ia secara tidak sengaja menjatuhkan mikrofon saat berbicara di depan publik. Kejadian ini tentu tidak

diinginkan, tetapi Ghisela Thesa mampu mengatasinya dengan tenang dan profesional. Hal ini menunjukkan bahwa kesalahan dalam *public speaking* bukan sekadar hambatan, melainkan bisa menjadi bagian dari *personal branding* yang membangun citra seorang pembicara.

Ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai *personal branding* Ghisela Thesa sebagai influencer yang berprestasi, ingin mengetahui lebih dalam bagaimana Ghisela Thesa membentuk *personal branding* nya melalui instagram.

Peneliti telah melakukan observasi dan beberapa data perbandingan selain Ghisela Thesa, hasil observasi menunjukkan bahwa Ghisela Thesa konsisten membagikan kontennya tentang *public speaking* dan mempunyai keunggulan dalam pengalaman profesional sebagai *public speaking*, berbicara di event besar, dan membagikan pengalaman nyata dalam menghadapi tantangan panggung.

Influencer berprestasi yaitu Meisya Salwa beliau sering membagikan tips *public speaking* tetapi tidak banyak membagikan pengalaman nyata di event besar.

Studi tentang *personal branding* Ghisela Thesa sangat penting untuk dipelajari karena memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana individu, khususnya dalam *public speaking*, dapat memanfaatkan media sosial untuk membentuk dan mengelola citra publik mereka. penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memahami strategi yang efektif serta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi publik.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang strategi *personal branding* yang tidak hanya berbasis popularitas, tetapi juga didukung oleh pencapaian nyata yang relevan di berbagai bidang, dari budaya hingga internasional. Ghisela Thesa adalah contoh nyata bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk menciptakan citra publik yang unik, inspiratif, dan berdampak luas.

2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana analisis *personal branding* Ghisela Thesa pada akun Instagram @thes.a?.

2.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah menggambarkan Bagaimana *personal branding* Ghisela Thesa pada akun instagram @thes.a.

2.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat yang positif dari segi teoritis maupun praktis, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang *Public Relations*, dengan fokus pada *personal branding*. Selain itu, studi ini memberikan wawasan baru mengenai peran media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform untuk membangun dan mengelola citra publik. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya konten yang konsisten dan terencana dalam memengaruhi persepsi publik, serta menjadi referensi berharga bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengguna Instagram, khususnya *public figure* dan *influencer*, dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun *personal branding* yang efektif dan berpengaruh. Hasil penelitian ini juga dapat diterapkan dalam program pendidikan dan pelatihan di bidang komunikasi, pemasaran, terutama pada modul yang membahas *personal branding* dan penggunaan media sosial.

2.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan mengidentifikasi isi serta alur pembahasan

yang terdapat dalam skripsi ini. Penyusunan sistematika ini berfungsi sebagai kerangka kerja sekaligus pedoman dalam penulisan agar topik yang dibahas dapat disampaikan secara terstruktur dan jelas. Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan dalam skripsi ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I Bagian ini memberikan gambaran umum mengenai masalah yang diteliti. Di dalamnya mencakup latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *personal branding* Ghisela Thesa melalui akun Instagram @thes.a. Selain itu, bagian ini juga memuat manfaat penelitian, baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan yang menjadi bagian dari rancangan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II Bagian ini memuat kajian penelitian terdahulu yang mendukung topik skripsi ini, serta tabel penelitian sebelumnya yang berfungsi sebagai referensi untuk setiap permasalahan di perusahaan. Kajian ini juga menjadi acuan bagi peneliti dalam menjelaskan masalah yang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III Bagian ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian, hasil yang diperoleh dari informan, teknik pengumpulan data yang diterapkan, proses pengolahan dan analisis data, serta rincian mengenai lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV Bagian ini dimulai dengan pembahasan mengenai profil informan, aktivitas informan di platform media sosial, serta hubungan antara teori yang digunakan dan temuan-temuan yang ditemukan dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V Bagian ini menguraikan temuan utama penelitian, memberikan penjelasan terkait hasil yang diperoleh, serta menghubungkan temuan tersebut dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Selain itu, bab ini juga dapat menyajikan rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.