

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyatakan dari sejumlah masyarakat Indonesia yang mencapai 262 juta atau sekitar 142 juta jiwa telah menggunakan internet. Dan hingga saat ini jumlahnya terus meningkat. ¹ APJII menyebutkan bahwa sebanyak 49,52 persen anak muda berumur 19 hingga 34 tahun yang sehari-harinya menggunakan internet. Itu berarti hampir setengah dari pengguna internet di Indonesia merupakan usia produktif. ²

Media sosial tentu banyak macamnya mulai dari *twitter*, *whatsapp*, *Instagram*, *path*, *snafish*, *flickr*, peneliti akan membahas mengenai Instagram. Instagram pertama kali dibuat oleh Kevin Systrom pada tahun 1983 dengan jumlah pengguna sebanyak 25.000 di hari pertama. Pada tahun 2012 Instagram dibeli *facebook* dan sejak itu memiliki fitur pengambilan foto biasa yang dapat mengubahnya menjadi luarbiasa. ³

Instagram membuat seseorang bisa menunjukkan citranya sebagai apa saja yang ia bangun, menampilkan citra yang baik seperti suka berbagi, atau bersedekah maupun citra yang kurang baik seperti *humblebragging*

¹ Sayang Ajeng gendari, Perilaku Humblebrag sebagai penyajian Diri di Media Sosial instagram (Studi Semiotika pada Akun Media Sosil Instagram), (Universitas Diponegoro Semarang), hal. 2

² *Ibid*, hal. 2

³ <https://instazood.com/blog/the-history-of-instagram/>

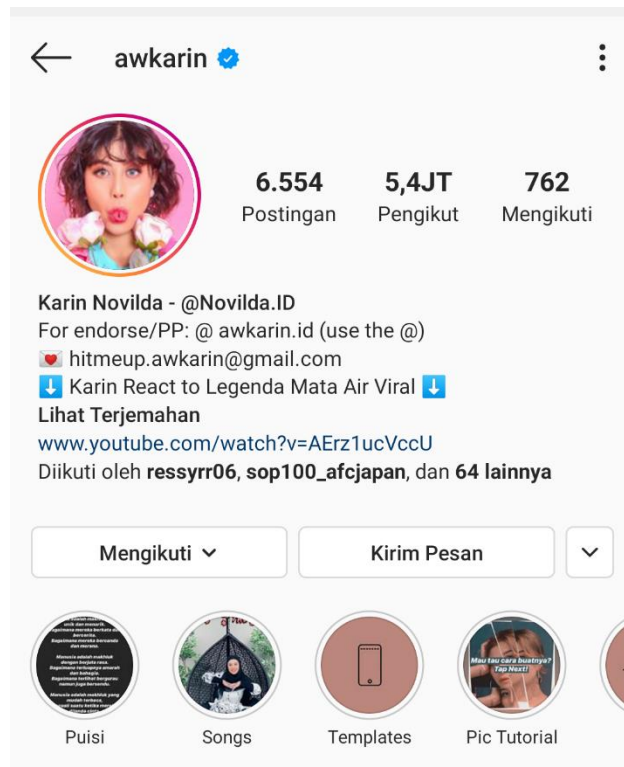
atau pamer terselubung. *Humblebragging* atau pamer terselubung pada awalnya diteliti pada kalangan artis Hollywood yang bersikap seolah seperti orang biasa, namun kini *humblebragging* bukan hanya menjadi sebuah sikap, tetapi sebagai perilaku yang ada pada media sosial. Sikap *humblebragging* yang bisa membuat seseorang antipati terhadap orang lain.⁴

Disisi lain *humblebragging* dapat merupakan penyajian diri atau aktualisasi diri yang faktor utamanya didorong oleh dirinya sendiri yang sangat kuat untuk menampilkan apa yang ia punya, apa yang ia bisa dan apa yang sedang ia lakukan sebagai suatu hal yang dibutuhkan oleh seseorang untuk memberitahukan tentang dirinya. Mereka yang selalu ingin tampil sempurna kerap kali menggunakan metode *humblebragging* atau pamer terselubung dan bukan tampil apa adanya, pesan-pesan yang disampaikan oleh pelaku *humblebragging* menggunakan kalimat-kalimat yang menyanggah atau mencela diri sendiri dengan harapan orang lain mengetahui kebanggannya tersebut. Oleh karena itu di dalam penelitian ini *humblebragging* akan dikaji dalam ilmu komunikasi khususnya *branding* atau pengelolaan merk.⁵

⁴ *Ibid*, h 9

⁵ Dina Wardaningsih, Fenomena *Sefie* di Instagram dalam Membentuk Citra Diri Remaja, (FISIP UHAMKA)

Akun Awkarin merupakan salah satu pengguna IG dengan 5,4 juta *followers*.⁶ Apabila dilihat dari statistik jumlah *followers*, akun Awkarin tidak termasuk di dalam 10 besar *followers* tertinggi.⁷



Gambar 1.1⁸

Penulis memilih menggunakan akun Awkarin karena pemilik akun tersebut bukanlah aktris atau penyanyi juga bukan *beauty blogger*, tetapi aktivitasnya sering menjadi berita bersifat sensasional. Misalnya pada berita yang

⁶ Terakhir dilihat pada tanggal 15 juni 2020, pukul 10.00 WIB

⁷ (<https://www.statista.com/statistics/994461/most-followed-instagram-accounts-indonesia-by-quality-followers/>).2020

⁸ <https://instagram.com/awkarin?igshid=uhpdsdmg99bw2>.

berjudul “Awkarin dan Young lex akhirnya damai setelah ribut bertahun-tahun”⁹ dan “kasus pembobolan kartu kredit, Awkarin diperiksa polisi”. Berita- berita tersebut menunjukkan publik tertarik dengan pemilik akun Awkarin dengan latar belakang bukan pekerja seni. Hal ini mendasari peneliti ingin mengkaji analisa konten brand *humblebragging* pada akun @awkarin.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah bagaimana analisa konstruksi sosial yang digunakan oleh akun Instagram @awkarin terhadap popularitas Awkarin?

C. Tujuan

Tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui analisa konstruksi sosial yang digunakan oleh akun Instagram @awkarin terhadap popularitas Awkarin.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini mengkaji branding di dalam sosial media khususnya Instagram. Diharapkan hasil penelitian dapat menjadikan tambahan kajian mengenai *branding* pada ummnya dan *branding* selebgram pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

⁹ <https://ayobandung.com/read/2020/06/12/94173/awkarin-dan-young-lex-akhirnya-berdamai-setelah-ribut-bertahun-tahun>.

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pola konstruksi seseorang untuk membuat sebuah *branding*, dengan manusia sebagai subjeknya.

3. Manfaat Kelembagaan

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam dunia pendidikan khususnya pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pemetaan karakteristik mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam di era digital. Dengan begitu, mahasiswa dapat menata menjadi lebih baik. Selain itu, mereka juga lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial khususnya Instagram.

4. Manfaat Peneliti

Penelitian ini semoga dapat menjadi tambahan kajian bagi peneliti lain, terutama mengenai *branding*, analisa konstruksi sosial di media, dan pengelolaan *branding* pada subjek manusia.

5. Batasan

Pemberian batasan sangat diperlukan dalam sebuah penelitian. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan atau menafsirkan dan membatasi permasalahan yang ada. Agar pembahasan pada penelitian ini tidak keluar dari permasalahan yang telah dirumuskan dan untuk mendapatkan hasil penelitian yang konferhensif maka diperlukan adanya pembatasan terhadap penelitian. Pembatasan masalah pada penelitian ini hanya membahas tentang *humblebragging* pada *feed* Instagram milik Awkarin.

E. Penelitian Terdahulu

REFERENSI/JUDUL (BUAT SEPERTI PENULISAN PADA REFERENSI)	PENELITI	TAHUN TERBIT	ISI PENELITIAN	PERBEDAAN DENGAN PENELITIAN TERDAHULU
PERILAKU HUMBLEBRAG SEBAGAI PENYAJIAN DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI SEMIOTIKA PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM)	Ajeng Gendari Sayang *) , Turnomo Rahardjo	2018	bentuk humblebrag yang dilakukan sebagai strategi penyajian diri lewat konten foto dan teks yang diunggah oleh akun media sosial Instagram micro-celebrity.	Konsep penelitiannya hampir sama, hanya saja disni yang saya jadikan sebagai objek penelitian bukanlah artis, tetapi akun Instagram @awkarin
PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH DIGITAL NATIVE	Lucy Pujasari Supratman	2018	alasan penggunaan media sosial, tujuan menggunakan media sosial dalam	Pada penelitian ini lebih memfokuskan pada bagaimana cara untuk

			<p>keseharian, dan evaluasi diri penggunaan media sosial. Ketiga domain tersebut terintegrasi secara komprehensif oleh digital native dalam mengolah konten informasi, menginterpretasi, dan mengevaluasi diri sebagai pengguna media sosial yang cerdas.</p>	<p>mengajarkan pembaca agar menggunakan media sosial dengan cerdas, sedangkan pada penelitian ini peneliti berfokus pada branding diri seorang selebgram atau <i>influencer</i>.</p>
<p>PRODUKSI PESAN MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN DIRI</p>	<p>Novi Adi Puspitaningrum</p>	<p>2013</p>	<p>Facebook memang telah menjadi media ajang penyajian diri bagi para penggunanya . Pesan yang</p>	<p>Perbedaannya ialah tidak terdapat teori mengenai humerblag didalamnya, selain itu media yang</p>

			<p>disampaikan oleh para pengguna Facebook pada umumnya berisi mengenai perasaan yang sedang mereka rasakan atau sedang mereka alami. Sebelum memproduksi pesan, para pengguna Facebook melalui tahapan seperti proses berpikir dan pemilihan diksi atau kata-kata. Hal ini bertujuan agar pesan yang mereka tidak menyinggung orang lain atau membuat citra mereka didepan para</p>	<p>dijadikan sebagai bahan penelitian ialah facebook, sementara penelitian saya menggunakan media sosial instgram</p>
--	--	--	--	---

			teman Facebooknya menjadi negatif.	
SELEBRITI MIKRO DI MEDIA BARU KAJIAN PRESENTASI DIRI DALAM VLOG SELEBRITI MIKRO	Lidwina Mutia Sadasri	2017	praktik selebriti yang dilakukan Karin Novilda, mulai dari pengelolaan penggemar sampai afiliasi dengan selebriti lain, serta tipe self-presentation yang dikembangkan, yakni acquisitive.	Perbedaannya ialah terletak pada bagian objek yang diteliti pada penelitian ini tempat yang diteliti di akun youtub, sementara tempat yang dilakukan oleh peneliti teletak pada akun Instagram.
PEMAKAIAN MEDIA SOSIAL DAN SELF CONCEPT PADA REMAJA	Pamela Felita, Christine Siahaja, Vania Wijaya, Gracia	2016	Disusun disain kampanye yang memberikan penekanan pada bagaimana	Perbedaanny a ialah penelitian terdahulu lebih menekankan pada remaja

	Melisa, Marcella Chandra, dan Rayini Dahehsari		mengangkat real self remaja yang positif walaupun tanpa penggunaan media sosial. Dengan demikian penggunaan media sosial bisa dikurangi dan lebih banyak hal produktif yang bisa dilakukan oleh para remaja untuk meningkatkan konsep diri positifnya.	untuk tidak menggunaka n media sosial terlalu lama dan lebih produktif lagi.
--	--	--	--	---

F. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu teknik/cara untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan, atau mencatat data, baik itu berupa data primer maupun data sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun suatu penelitian. Penelitian tersebut kemudian dianalisis melalui faktor faktor yang berhubungan dengan pokok pokok permasalahan

sehingga akan didapat suatu kebenaran atas data yang diperoleh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. Metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan penelitian data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau tentang orang-orang, perilaku yang dapat diamati sehingga menemukan kebenaran yang dapat diterima oleh akal sehat manusia.¹⁰

Bersifat deskriptif analisis ialah proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan, analisis, dokumentasi, yang disusun di lokasi penelitian dimana bentuknya tidak berupa angka. Analisis data berupa pemaparan tentang situasi yang diteliti dimana penyajiannya dalam bentuk uraian narasi.¹¹ Analisis deskriptif yang dilakukan peneliti ialah dengan menganalisis foto dan *caption* yang dinggah dan ditulis oleh Karin Novilda melalui akun Instagram miliknya yaitu @awkarin . Peneliti disini ingin melihat bagaimana penggunaan *humblebragging* pada akun tersebut.

1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ialah sebuah cara untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan

¹⁰ Jalaluddin rahmad, metode penelitian komunikasi, (Jakarta: simbiosis 2016), hal. 67

¹¹ Sugeng Pujileksono, Buku Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif , (Jakarta: Intrans Publishing, 2015), hal. 125

tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka.

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ialah pemusatan konsentrasi sebagai pedoman untuk mengumpulkan informasi serta dan pedoman dalam mengadakan pembahasan atau penganalisaan. Pengumpulan informasi pada penelitian ini dilakukan agar penelitian ini benar-benar mendapatkan hasil yang maksimal. Penelitian ini memfokuskan masalah terlebih dahulu agar tidak terjadi perluasan masalah yang nantinya tidak sejalan dengan tujuan dari penelitian ini. Maka peneliti memfokuskan untuk meneliti fenomena *humblebragging* yang terdapat pada akun instagram @awkarin.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengetahui data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang akurat dan objektif, maka penulis menggunakan satu metode yaitu

metode observasi. Metode observasi merupakan pengambilan data secara langsung terhadap objek yang diteliti serta melihat dan mencatat perubahan-perubahan yang terjadi. Adapun observasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi non partisipan yaitu peneliti mengamati langsung postingan-postingan serta gejala-gejala yang nampak dari akun yang diteliti tersebut. Ada 3 langkah yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data.¹²

Yang pertama ialah observasi, observasi digunakan oleh peneliti karena sesuai dengan objek penelitian yaitu @awkarin, sehingga peneliti melakukan pendekatan dengan memfollow akun tersebut dan mengamati setiap postingan yang dibagikan. Yang kedua ialah dokumentasi, teknik ini juga menjadi bagian dalam teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik dokumentasi guna mendukung data dalam penelitian ini dengan cara *men-screenshoot* konten-konten yang di posting pada *feed* Instagram akun @awkarin. kemudian yang ketiga ialah studi literatur, teknik ini dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai media yang digunakan untuk wadah penyajian diri. Pencarian data bisa dilakukan melalui berbagai buku mengenai media sosial, jurnal-jurnal maupun penelitian terdahulu yang masih berkaitan.¹³

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hlm. 332

¹³ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 320

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain. Teknik ini dilakukan agar sebuah penelitian dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Pada penelitian ini, peneliti melakukan analisis data dengan mengumpulkan berbagai data berupa foto-foto yang terdapat pada *feed* Instagram di akun @awkarin.

5. Uji Keabsahan Data

Uji validitas & reliabilitas pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi data. Triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan data yang menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Triangulasi data yang digunakan peneliti disini ialah dengan menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data merupakan teknik yang digunakan untuk menggali kebenaran melalui berbagai sumber perolehan data. Peneliti menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto.¹⁴

¹⁴ Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 330

Uji validitas & reliabilitas data dilakukan dengan cara melakukan analisis konten atau unggahan pada akun Instagram @awkarin. Pada penelitian ini peneliti mencari data yang sama dengan menggunakan teknik analisis, observasi dan studi literatur. Penerapannya yaitu dengan mengecek hasil analisis dari unggahan pada *feed* Instagram @awkarin. Setelah itu, data yang diperoleh juga dicek dengan data yang didapat melalui hasil observasi.

6. Teknik Penyajian Data

Penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi yang tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Penyajian data dalam bentuk kualitatif dapat dilakukan dalam jenis matriks, grafik, jaringan dan bagan. Peneliti terlebih dahulu akan menyajikan data-data sesuai dengan pengumpulan data yang sudah dilakukan yaitu data hasil observasi, dokumentasi. Setelah mengumpulkan data, selanjutnya peneliti menyajikan hasil analisis dari data tersebut dalam bentuk tulisan yang menggambarkan kesimpulan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti tersebut. Pada penelitian ini data disajikan secara deskriptif dengan mencantumkan gambar grafik, foto, capture video, dan berita dilengkapi dengan penjabaran deskriptif. Pada penelitian ini data

disajikan secara deskriptif dengan mencantumkan gambar grafik, foto, capture video, dan berita dilengkapi dengan penjabaran deskriptif.