

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Internet muncul dipertengahan 1990-an sebagai medium massa baru yang amat kuat. Internet adalah jaringan kabel, telepon dan satelit yang menghubungkan komputer. Hampir semua orang di planet ini yang memiliki komputer bisa masuk ke jaringan. Perbedaan signifikan internet dengan medium massa lainnya adalah internet bersifat interaktif. Internet punya kapasitas untuk memampukan orang berkomunikasi, bukan sekedar menerima pesan belaka dan mereka bisa melakukannya secara *real time*.

Internet yang terus berkembang dan teknologi *web* yang kian diperkaya fungsinya melahirkan *web2.0* yang memungkinkan interaksi (dua arah) antara penyedia informasi dan pengguna, serta antar pengguna. Pembaca bukan lagi subjek pasif yang hanya bisa menerima limpahan informasi, tapi juga aktif mengomentari dan memproduksi informasi. *Web* merupakan bagian kecil dari internet yang salah satu fungsinya sebagai tempat yang digunakan untuk memproses transfer data atau melakukan komunikasi termediasi komputer. Dalam *web* terdapat situs pribadi atau yang biasa disebut sebagai blog.

Pada awalnya, blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya, pada perkembangan selanjutnya blog memuat banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) memiliki media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung (Blood, 2000). Karakter dari blog antara lain penggunaannya adalah pribadi dan konten yang dipublikasikan juga terkait dengan penggunaannya itu sendiri. Biasanya suatu halaman blog terdiri dari sebuah bagian posting dan sidebar. Posting berisi tulisan-tulisan dengan judul dan penjelasan serta komentar diakhir tulisan. Bagian posting merupakan bagian yang terbesar dalam suatu halaman blog. Di samping bagian posting terdapat

sidebar yang bisa kita isi sesuai dengan keperluan dan keinginan kita sendiri. sidebar bisa kita isi dengan gambar, video, tulisan, link, ataupun kode html. Dengan adanya sidebar kita bisa menambahkan berbagai pelengkap untuk memperindah blog yang tidak disediakan oleh situs penyedia blog itu sendiri. Dengan memanfaatkan layanan diluar penyedia blog kita dapat menambahkan bagian blog, cukup dengan meng-copy paste HTML code.

Blogging atau aktivitas mengelola blog kini memang semakin ramai. Kini *blogger* (orang yang mengelola blog) memang telah menjadi profesi yang menarik. Kolaborasi antara *passion*, kreativitas, teknologi dan cara baru mendapatkan penghasilan ternyata menarik banyak orang untuk menjadi *blogger*. Perkembangan blog ini kemudian memunculkan beberapa kategori *blogger* dari konten blog yang dikelola. Salah satu dari kategori *blogger* tersebut adalah *fashion blogger*. Sesuai dengan namanya, *fashion blogger* merupakan seorang *blogger* yang berfokus pada tema fashion pada bahasan blognya.

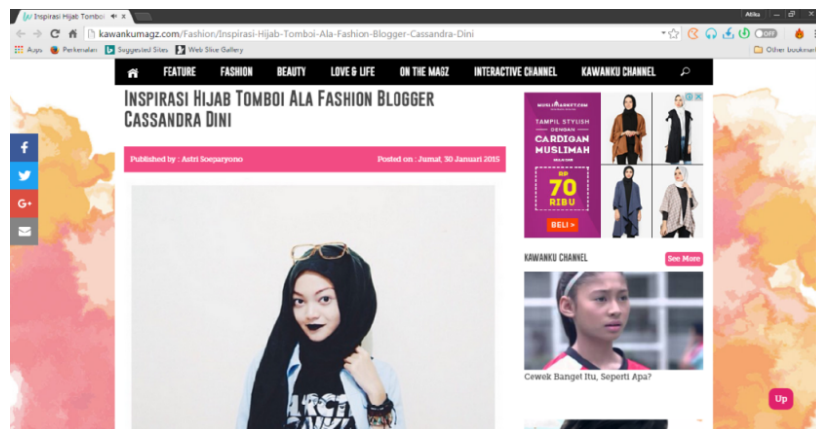
Fashion blogger memiliki kekuatan untuk mempengaruhi publik. Secara kuantitas, jumlah mereka pun banyak. Tahun 2012 ada lebih dari 80 juta blog, 43 juta diantaranya adalah blog *fashion* (Tansy E. Hokins, *Stitched Up: The Anti-Capitalist Book of Fashion*, 2014, hal 42). Bermodalkan kamera, computer, mampu membaca dan menulis dalam bahasa inggris, punya *web*, memiliki *taste* dan keahlian memadupadankan baju, anda sudah bisa menjadi seorang *fashion blogger*. Akan lebih sempurna lagi jika memiliki jaringan sosial yang luas. (Theactualstyle.com)

Keuntungan menjadi *fashion blogger* selain dari penghasilan mengelola blog, mereka juga berpeluang besar mendapat tawaran menjadi *endorser* dari *online shop* dan *brand* terkenal. Selain itu pada ajang *fashion* tertentu seringkali pihak panitia mengundang dan mengajak para *fashion blogger* ini. Dengan peluang ini tentu *fashion blogger* akan semakin eksis. Hal ini dikarenakan pada *event fashion* tertentu tersebut seringkali banyak media massa yang meliput dan mewawancarai orang-orang di dalamnya. Di Indonesia sendiri, *fashion blogger* sudah banyak bermunculan dan mayoritas didominasi oleh kaum perempuan.

Dominasi karena kaum perempuan ini memang sangat beralasan, selain lebih peduli pada penampilan, mereka kaum hawa umumnya sangat *update* mengikuti perkembangan *trend fashion* yang ada. (Maxmanroe.com)

Belakangan *fashion blogger*, terlebih di Indonesia, makin dihargai eksistensinya. Bahkan *fashion blogger* sudah menjadi sebuah profesi yang keren, terutama di kalangan anak muda. Cassandra Dini merupakan salah satu perempuan Indonesia yang mengikuti perkembangan fashion dan menjadikannya sebagai gaya hidup. Karena ketertarikannya kepada dunia fashion, ia pun gemar membagikan postingan foto-foto gaya berpakaianya ke dalam blog pribadi miliknya sehingga ia menjadi salah satu *fashion blogger* di Indonesia.

Gambar 1.1
Artikel *Fashion* Cassandra Dini

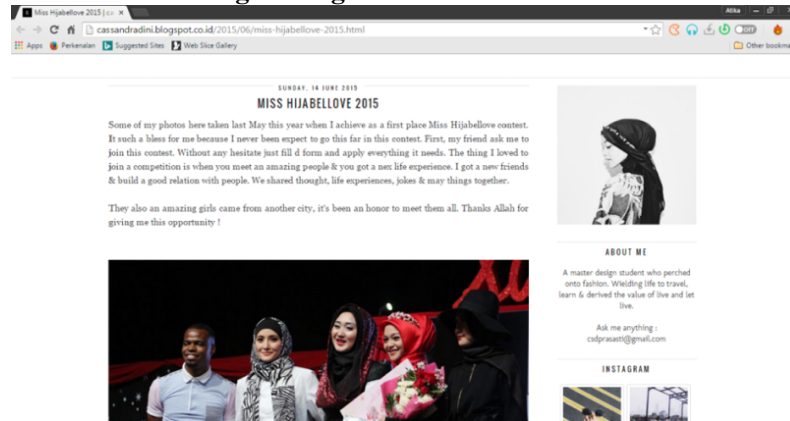


Sumber: kawankumagz.com
(Diakses Kamis, 7 April 2016)

Semenjak menjadi *fashion blogger*, Sandra dipercayai untuk menjadi pembicara di beberapa *event fashion*. Sandra pernah berpartisipasi sebagai pembicara mengenai produk kecantikan dari brand Khalisa. Sandra juga berkesempatan untuk berpartisipasi sebagai pembicara dalam acara yang diselenggarakan oleh Ardan Radio, Kawanku Magz, dan JakTv. [Saat ini, selain mengelola blog pribadinya, Sandra bergabung dengan fashion website Whatwelike.com sebagai freelance blogger. \(Cassandra Dini, 25 November 2015\)](#) Selain itu, Sandra juga dikenal sebagai seorang model berhijab.

Ketertarikannya pada dunia *fashion* dapat dibuktikan melalui prestasi yang telah dicapai. Sandra berhasil meraih juara 1 dalam ajang pemilihan *icon Hijabellove Scarf* pada tahun 2015 yang nantinya akan menyandang status sebagai *brand ambassador Hijabellove Scarf*.

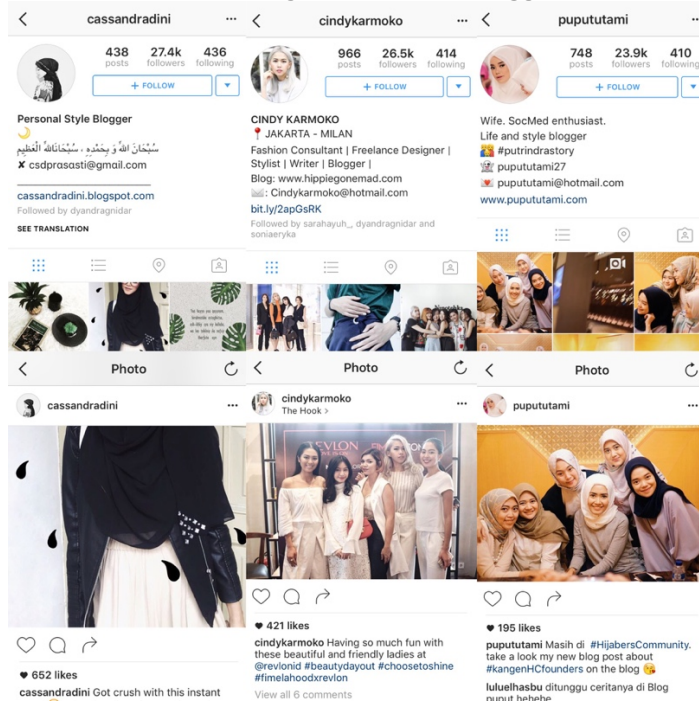
Gambar 1.2
Postingan Blog Cassandra Dini Prasasti



Sumber: <http://cassandradini.blogspot.co.id>
(Diakses Kamis, 7 April 2016)

Seiring lahirnya media-media baru, Sandra pun tak luput untuk memanfaatkannya. Sebagai *fashion blogger*, Sandra memanfaatkan media sosial sebagai tautan menuju blog pribadinya, salah satunya ada media sosial Instagram. Dalam media Instagram, Sandra mengunggah dan berbagi foto-foto fashion style-nya. Instagram Sandra sendiri di ikuti oleh lebih dari 20.000 pengguna instagram, dengan kurang lebih 600 like disetiap fotonya. Hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan penulis dalam meneliti penelitian ini.

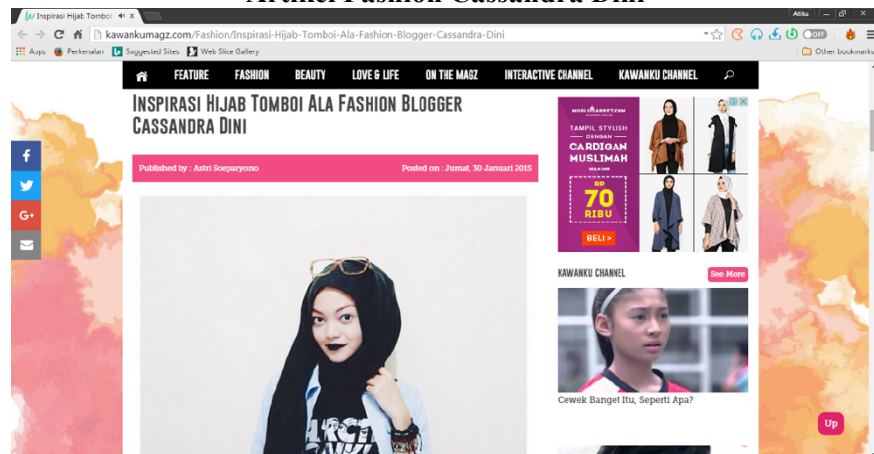
Gambar 1.3
Perbandingan 3 Fashion Blogger



Sumber: Instagram
 (Diakses pada Minggu, 14 Agustus 2016)

Selain gaya berpakaian Sandra yang mudah di adaptasi oleh kalangan remaja, Sandra membentuk identitasnya sebagai *fashion blogger* dengan *style* androgini atau *style* yang cenderung lebih tomboi.

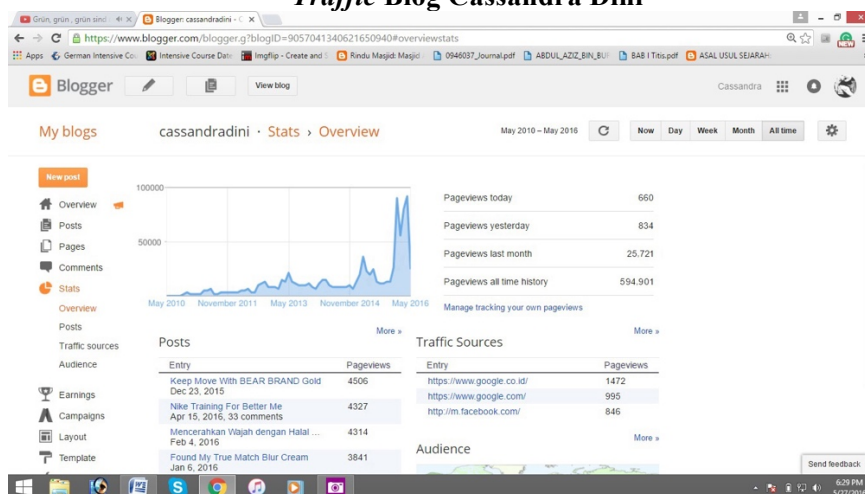
Gambar 1.4
Artikel Fashion Cassandra Dini



Sumber: <http://www.dream.co.id>
 (Diakses Kamis, 7 April 2016)

Hal lain yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini adalah adanya peningkatan yang signifikan pada *traffic* blog Sandra sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui strategi *personal branding* Sandra melalui blog yang dapat menarik pembaca untuk mengunjungi blognya. Selain itu, peneliti juga melihat bahwa adanya peralihan dari blog sebagai jurnal pribadi menjadi blog sebagai media *personal branding*. Perkembangan media dan teknologi memungkinkan seseorang untuk melakukan *branding* atas dirinya, bukan lagi *corporate branding* melainkan *personal branding*.

Gambar 1.5
Traffic Blog Cassandra Dini



Sumber: Dokumentasi Informan

1.2 Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasar latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka diambil sebuah rumusan masalah yaitu: Bagaimana strategi *personal branding fashion blogger* Cassandra Dini melalui blog?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dapat peneliti sebutkan antara lain:

Untuk mengetahui strategi *personal branding fashion blogger* Cassandra Dini melalui blog.

1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Manfaat secara akademis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pengetahuan bagi bidang ilmu komunikasi mengenai strategi *personal branding fashion blogger* Cassandra Dini melalui blog sebagai referensi selanjutnya.

Manfaat secara praktis :

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada informan dalam membangun *personal branding* melalui blog.

1.5 Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan dan waktu penelitian berguna agar penelitian berjalan sistematis, sehingga peneliti dapat menentukan langkah yang tepat untuk melakukan penelitian. Tahapan dan waktu penelitian dapat peneliti gambarkan melalui table berikut.

Tabel 1.1
Tahapan Penelitian

No	Tahapan Kegiatan	Tahun 2015 – 2016					
		November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
1.	Mencari topik penelitian, pengamatan terhadap objek penelitian yang akan diambil, mencari referensi dan menentukan kasus penelitian.						
2.	Pencarian data awal penelitian, observasi awal, wawancara awal dengan subjek						

	penelitian, serta penyusunan tinjauan pustaka.						
3.	Penyusunan proposal skripsi (Bab 1-3).						
4.	Pengumpulan data melalui wawancara dengan informan dan responden.						
5.	Proses analisis dan pengolahan data.						
5.	Penyusunan hasil penelitian berupa kesimpulan dan saran.						

Sumber: Olahan Peneliti Tahun 2016

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, pembatasan masalah penelitian, pengertian istilah, tahapan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisikan mengenai tinjauan skripsi terdahulu dan teori-teori yang menjadi landasan pokok permasalahan pada penyusunan skripsi.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan mengenai paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, unit analisis, metode pengumpulan data, teknik keabsahan data serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian

Pada bab ini berisikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan tentang penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan mengenai simpulan dan saran hasil penelitian.

Daftar Pustaka

Lampiran