

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti akan menjelaskan secara rinci deskripsi mengenai subyek penelitian yang menjadi fokus utama dalam kajian ini. Penjelasan ini akan mencakup latar belakang subyek, karakteristik utama, serta relevansi subyek penelitian dengan topik yang diangkat. Setelah memberikan deskripsi mendalam mengenai subyek penelitian, peneliti akan melanjutkan dengan penjelasan mengenai jumlah dan frekuensi postingan dari dua akun influencer yang dipilih sebagai objek studi. Peneliti akan menganalisis secara cermat bagaimana kedua akun ini, yaitu @natyashina dan @tiffaniafifa, membangun personal branding mereka dalam konteks industri K-Pop melalui konten yang mereka unggah di Instagram selama periode Januari 2023 hingga Desember 2023.

Setiap postingan akan ditinjau dan dianalisis untuk memahami strategi personal branding yang digunakan oleh kedua *influencer* tersebut. Konten yang akan dianalisis dan ditampilkan dalam lembar *coding* merupakan kumpulan postingan Instagram dari kedua akun tersebut selama periode yang telah ditentukan. Setelah itu, peneliti akan melakukan proses kategorisasi terhadap data yang diperoleh dari unit analisis yang telah ditentukan. Kategorisasi ini akan dilakukan dengan seksama, dimana setiap data akan ditempatkan dalam kategori yang sesuai dengan masing-masing indikator yang telah ditetapkan sebelumnya. Proses ini melibatkan pengelompokan data berdasarkan indikator spesifik yang relevan dengan penelitian ini. Data yang telah diorganisir sesuai dengan indikator masing-masing akan menjadi dasar untuk langkah berikutnya, yaitu penjabaran interpretasi.

Peneliti akan menginterpretasikan data yang telah diorganisir untuk mengungkapkan temuan-temuan yang signifikan. Interpretasi ini akan dijelaskan dengan jelas dan mendetail, sehingga memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana personal branding dilakukan oleh kedua influencer dalam konteks industri K-Pop. Seluruh proses ini akan diuraikan secara komprehensif dalam bab ini, memberikan gambaran yang lengkap dan menyeluruh mengenai analisis yang dilakukan serta temuan-temuan yang diperoleh dari penelitian ini.

4.1 Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam konteks ini adalah akun-akun K-pop *influencer* di media sosial, yang memiliki peran signifikan dalam membentuk opini dan tren di kalangan penggemar K-pop. Akun-akun ini, yang dioperasikan oleh individu atau kelompok dengan pengaruh besar, berfungsi sebagai pusat informasi dan hiburan bagi komunitas penggemar. Mereka secara konsisten membagikan konten yang berhubungan dengan K-pop seperti berita terbaru, foto-foto idola, analisis lagu, ulasan konser, dan konten kreatif lainnya. Subyek penelitian ini dipilih berdasarkan popularitas, frekuensi interaksi dengan pengikut, dan dampak kontennya dalam meningkatkan keterlibatan komunitas.

Penelitian terhadap akun K-pop *influencer* bertujuan untuk memahami bagaimana strategi konten, pola interaksi, dan personal branding yang dilakukan oleh influencer tersebut dapat mempengaruhi loyalitas pengikut dan memperkuat budaya fandom K-pop. Selain itu, studi ini juga mengeksplorasi bagaimana akun-akun ini memonetisasi pengaruh mereka, serta peran mereka dalam mendukung atau mempromosikan artis dan produk terkait K-pop. Dengan menganalisis aktivitas dan dampak dari akun-akun ini, penelitian ini berusaha memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika dan strategi di balik suksesnya K-pop *influencer* dalam membangun komunitas *online* yang aktif dan loyal.

4.1.1 Profile Natya Shina



Gambar 4. 1 Foto Natya Shina
Sumber : Pinterest

Natya Shina adalah salah satu dari 9 K-pop influencer terkemuka di Indonesia (MinyunGaza, 2019). Hingga saat ini, Natya telah mengumpulkan pengikut yang sangat besar di Instagram, mencapai 500 ribu followers. Karir Natya di dunia hiburan dimulai dari kecintaannya pada *dance cover*, sebuah bentuk tarian yang meniru koreografi artis K-pop terkenal. Tidak hanya menari secara individu, Natya juga merupakan anggota dari grup *dance cover* yang sangat berprestasi, yaitu Pink Panda. Pink Panda tidak hanya dikenal di Indonesia, tetapi juga di panggung internasional. Prestasi mereka yang paling menonjol adalah ketika mereka memenangkan acara *1st World Champion Blackpink OOTD* yang diadakan oleh YG Entertainment, sebuah prestasi yang mengukuhkan mereka sebagai salah satu grup *dance cover* terbaik di dunia (Kumparan, 2022).

Kemenangan ini tidak hanya membuktikan bakat dan dedikasi Natya dan anggota grup lainnya, tetapi juga memperlihatkan betapa serius dan profesional mereka dalam bidang ini. Selain menari, Natya juga aktif di media sosial, di mana ia berinteraksi dengan penggemar dan berbagi berbagai konten menarik seputar K-pop, *fashion*, dan gaya hidup. Keberhasilan Natya dalam memadukan *passion* dengan profesionalisme membuatnya menjadi inspirasi bagi banyak penggemar K-pop di Indonesia dan sekitarnya.

4.1.2 Profile Tiffani Afifa



Gambar 4. 2 Foto Tiffani Afifa
Sumber : Pinterest

Tiffani adalah seorang dokter yang lulus pada tahun 2012. Setelah menyelesaikan pendidikan kedokterannya, ia memulai karirnya dengan berpraktik di salah satu rumah sakit terkemuka di Jakarta. Di sana, Tiffani mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilannya dalam merawat pasien serta berkontribusi pada peningkatan layanan kesehatan. Saat ini, Tiffani melanjutkan pendidikannya dengan mengambil program magister di Universitas Indonesia, jurusan Kesehatan Masyarakat. Keputusannya untuk melanjutkan studi menunjukkan komitmen Tiffani dalam memperdalam pemahaman dan keahliannya di bidang kesehatan, dengan tujuan untuk memberikan kontribusi yang lebih besar dalam sektor kesehatan masyarakat.

Selain profesinya sebagai Dokter, Tiffani juga tekun dalam menunggang konten dalam media Sosial Instagram. Tiffani aktif melakukan Cover Sng K-pop yang menjadi dia memiliki pengikut sekitar 500 ribu sampai saat ini dan juga menjadi salah satu Top 9 K-pop *Influencer*. Tiffani Afifa bersama rekannya, Alphiandi yang merupakan salah satu K-pop *influencer* juga berhasil meraih kemenangan dalam ajang Kpop World Festival yang diadakan di Korea Selatan. Mereka berhasil mengalahkan 12 peserta dari berbagai negara lainnya. Acara bergengsi ini berlangsung di kota Changwon, yang berjarak sekitar 400 kilometer dari Seoul, pada malam tanggal 29 September 2017. Kemenangan ini tidak hanya mengukir prestasi bagi Tiffani dan Alphiandi, tetapi juga berpotensi mengubah jalan hidup mereka di masa mendatang. Melalui pencapaian ini, mereka menunjukkan bakat dan dedikasi yang luar biasa dalam bidang K-pop, serta membuka peluang untuk karir yang lebih cerah di dunia hiburan internasional.

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

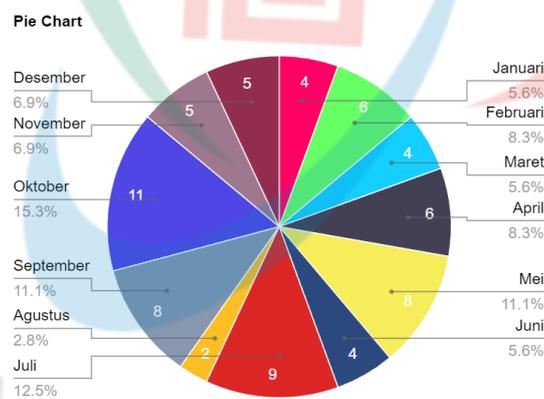
Pada sub bab ini, peneliti merujuk pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya untuk melakukan analisis mendalam serta menemukan penggambaran *personal branding* pada kedua akun K-pop *influencer* yang menjadi objek penelitian. Dalam proses analisis ini, peneliti memeriksa berbagai aspek yang membentuk *personal branding* tersebut, termasuk bagaimana *influencer* K-pop membangun dan memelihara citra diri mereka di media sosial, strategi konten yang

mereka gunakan untuk menarik dan mempertahankan pengikut, serta elemen-elemen khusus yang membedakan mereka dari influencer lainnya.

Peneliti juga mempertimbangkan berbagai faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi *personal branding* kedua akun tersebut, seperti interaksi dengan pengikut, kolaborasi dengan merek ternama, serta penggunaan visual dan narasi yang konsisten dalam setiap postingan. Selain itu, dalam sub bab ini, peneliti juga mengeksplorasi dampak *personal branding* yang efektif terhadap popularitas dan kesuksesan *influencer* K-pop tersebut, serta bagaimana hal ini berkontribusi pada industri K-pop secara keseluruhan.

4.2.1 Frekuensi Postingan akun @natyashina

Peneliti melakukan perhitungan konten Instagram akun pertama yaitu @natyashina. Dilakukannya perhitungan ini untuk mengetahui berapa besar presentase dari postingan konten akun @natyashina periode Januari 2023 sampai Desember 2023.



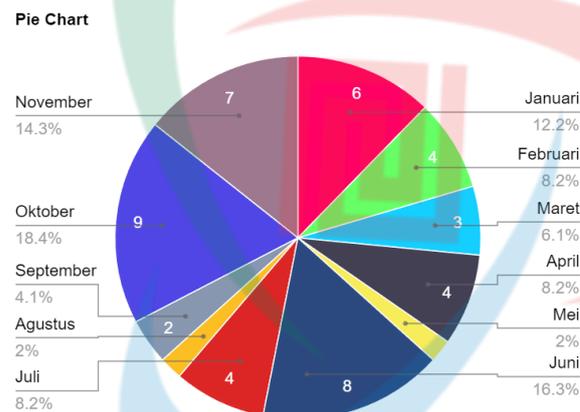
Gambar 4. 3 Frekuensi Postingan @natyashina
Sumber : olahan peneliti

Jumlah keseluruhan postingan akun @natyashina adalah 338 dengan konten yang sesuai kriteria adalah 72. Peneliti menemukan bulan tertinggi yang mengandung konten K-pop adalah pada bulan Oktober 2023 dengan 15% konten. Menurut data pada bulan oktober terdapat 15 K-pop idol terbesar yang melakukan *comeback* (Koreaboo,2023). Sehingga hal tersebut dapat menguntungkan bagi

influencer jika ingin membuat sebuah konten. Terlihat dalam persentase membuktikan bahwa rata – rata konten memiliki konsisten naik turun dalam setiap bulannya. Selama satu tahun tersebut sampai sekarang juga terjadi peningkatan jumlah followers pada akun Instagram @natyashina.

4.2.2 Frekuensi Postingan akun @tiffaniafia

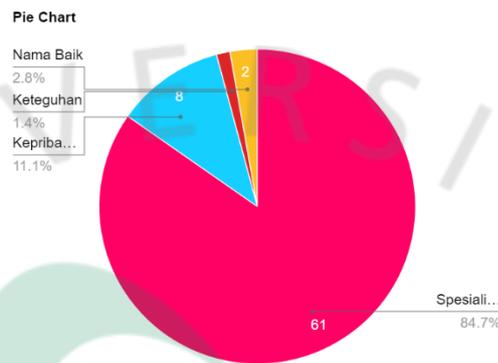
Peneliti kembali melakukan perhitungan konten Instagram akun kedua yaitu @tiffaniaffifa. Dilakukannya perhitungan ini untuk mengetahui berapa besar presentase dari postingan konten akun @natyashina periode Januari 2023 sampai Desember 2023



Gambar 4. 4 Frekuensi Postingan @tiffaniaffifa
Sumber : olahan peneliti

Jumlah keseluruhan postingan akun @tiffaniaffifa yang mengandung unsur K-pop mencapai 49 unggahan, yang secara konsisten diunggah dengan frekuensi satu kali dalam seminggu. Terlihat dari data yang ada unggahan akun tersebut sama dengan akun sebelumnya memiliki jumlah unggahan terbanyak di bulan Oktober dikarenakan bulan tersebut memiliki banyak sekali *comeback* dari K-pop idol. Namun, ada pengecualian pada bulan Desember, pemilik akun tersebut tidak mengunggah konten yang berhubungan dengan K-pop. Hal ini menunjukkan dedikasi pemilik akun dalam menjaga tema K-pop pada unggahannya, sekaligus memberikan sedikit fleksibilitas dalam jadwal unggahannya.

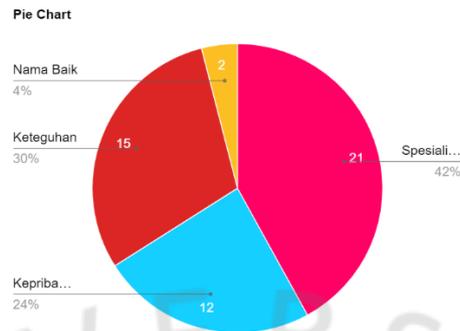
Selain itu terdapat frekuensi unggahan yang menunjukkan setiap konten yang diunggah sesuai dengan masing – masing indikator. Tabel di bawah menunjukkan jumlah frekuensi unggahan yang menunjukkan dari setiap indikator *personal branding*



Gambar 4. 5 Frekuensi Postingan Indikator Pesonal Branding @natyashina
Sumber : olahan peneliti

Berdasarkan gambar 4.5 menunjukkan hasil bahwa indikator spesialisasi memiliki persentase yang paling tinggi dalam setiap unggahan @natyashinsa sedangkan indikator Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), Visibilitas (*The Law of Visibility*), dan Kesatuan (*The Law of Unity*) memiliki presentasi paling rendah yaitu 0%. Indikator lainnya seperti Kepribadian (*The Law of Personality*) memiliki 11%, Keteguhan (*The Law of Persistence*) 1% dan indikator terakhir yaitu Nama baik (*The Law of Goodwill*) mencapai 3%

Gambar selanjutnya merupakan konten indikator *personal branding* pada akun @tiffaniafifa yang memiliki total 49 koten dengan unsur K-pop dan total postingan selama satu tahun adalah 230.



Gambar 4. 6 Frekuensi Postingan Indikator Pesonal Branding @tiffaniafifa
Sumber : Olahan Peneliti

Piechart di atas menunjukkan bahwa akun @tiffaniafifa juga memiliki keunggulan dalam indikator spesialisasi, di mana sebanyak 42% dari seluruh kontennya merupakan konten yang menampilkan spesialisasi. Hal ini menunjukkan fokus dan konsistensi akun tersebut dalam menghadirkan materi yang berkaitan dengan bidang keahliannya, sehingga menarik perhatian audiens. Dengan demikian @tiffaniafifa berhasil membangun citra sebagai sumber terpercaya dalam spesialisasi yang dimilikinya

4.2.3 Ciri Khas dan Keahlian Konten Dengan Spesialisasi

Indikator pertama adalah indikator spesialisasi. Indikator ini menjadi yang pertama dalam urutan 8 indikator *personal branding*. Postingan yang bisa masuk kedalam postingan spesialisasi adalah konten yang menunjukkan bakat dari seseorang atau keahliannya dalam sebuah bidang. Kedua akun K-pop *influencer* ini memiliki keahliannya masing – masing dan berbeda. Akun @natyashina berfokus pada konten K-pop *dance cover* dan juga *fashion*, sedangkan pada akun @tiffaniafifa konten biasanya memposting mengenai *sing cover* sesuai dengan keahlian pemilik akun tersebut.

Dalam penelitian ini pada akun pertama yaitu @natyashina memiliki 72 konten yang memiliki unsur konten *K-pop* baik dalam *video dancer cover* maupun tidak, kemudian akun tersebut dijadikan sebagai unit analisis yang akan diklasifikasikan sesuai dengan indikator spesialisasi. Sesudah melakukan analisis antar *coder 1* dan *coder 2* menunjukkan bahwa hasil konten dengan indikator

spesialisasi menjadi konten yang paling banyak diposting dalam akun pertama *Influencer* @natyashina. Selama periode Januari 2023 – Desember 2023 ditemukan 61 postingan yang mengandung indikator spesialisasi dan terlihat bahwa postingan dengan indikator tersebut menjadi postingan rutin yang di lakukan oleh pengguna akun.



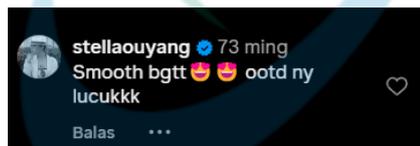
Gambar 4. 7 Unggahan Video Reels akun @natyashina pada tanggal 06 Januari 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Gambar 4.3 merupakan postingan dari akun Instagram @natyashina yang diunggah pada tanggal 06 Januari 2023. Postingan ini memperlihatkan Natya Shina yang sedang melakukan dance cover menggunakan lagu K-pop. Dalam konten tersebut, Natya menunjukkan keahliannya dalam menari sambil mengenakan pakaian yang stylish dan sesuai dengan tren fashion Korea, yang memang menjadi ciri khas dari akun Instagramnya. Pengguna akun ini memang terkenal dengan spesialisasinya dalam menggabungkan tarian dan *fashion*. Pada setiap unggahannya, Natya selalu menampilkan outfit yang tidak hanya mengikuti trend terkini, tetapi juga menonjolkan keunikan dan kreativitas dalam perpaduan baju yang dikenakannya. Fashion yang ditampilkan dalam setiap kontennya sering kali terinspirasi dari gaya K-pop, yang dikenal dengan estetikanya yang khas dan menarik. Konten ini termasuk ke dalam jenis indikator Spesialisasi, hal ini dibuktikan dengan unggahannya yang menampilkan bakat atau hobinya dalam melakukan tarian dan *fashion*.



Gambar 4. 8 Unggahan Video Reels Akun @natyashina pada tanggal 06 Januari
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Pada gambar 4.4 dapat di analisis bahwa pengguna akun membuat konten menarik dengan menggabungkan tarian dengan pergantian pakaian sesuai ketukan musik dan juga sebuah produk yang sedang digunakan. Ada temuan peneliti dalam konten dengan indikator ini menurut peneliti yaitu, spesialisasi yang dimiliki oleh pengguna akun ternyata dijadikan untuk melakukan promosi sebuah *brand* yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Dengan temuan tersebut benar bahwa *branding* dari seseorang dapat menghasilkan dan dapat menjadi sebuah profesi dari seseorang. Selain itu temuan lainnya terdapat pada keahliannya dalam menari yang membuat pengikut akun tersebut tidak tersadar bahwa pengguna sedang melakukan kegiatan promosi sebuah *brand*.



Gambar 4. 9 Komentar unggahan oleh akun @stellaouyang
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan komentar dari seorang pengikut akun @natyashina yang mengungkapkan, “smooth bgtt ootd ny lucukkk”. Komentar ini menunjukkan bahwa pemilik akun mampu menciptakan konten yang menarik dan *relevan* bagi pengikutnya. Dengan kata lain konten yang dibuat berhasil menarik perhatian dan mendapat apresiasi positif dari *audiens*. Keberhasilan ini menegaskan bahwa pemilik akun tidak hanya konsisten dalam menjaga kualitas konten, tetapi juga mampu mempertahankan spesialisasi yang telah dipilihnya yang menggambarkan dirinya dalam *personal branding*.

Unggahan tersebut dilakukan tanpa terkesan terlalu mempromosikan diri atau produknya secara berlebihan di akun pribadinya. Hal ini menjadi bukti bahwa strategi yang digunakan dalam mengelola akun tersebut sangat efektif dalam membangun keterlibatan dan loyalitas pengikut, sekaligus mempertahankan estetika dan branding yang telah ditetapkan.

Dengan adanya spesialisasi dalam sebuah konten pengguna akun dapat melakukan komunikasi pemasaran yang memiliki arti pengiriman pesan yang direncanakan dan terarah kepada target pasar atau konsumen potensial dengan tujuan untuk memengaruhi perilaku mereka, membentuk persepsi, dan membangun citra merek atau produk.



Gambar 4. 10 Unggahan Video Reels Akun @natyashina pada tanggal 21 Februari 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Konten selanjutnya pada unggahan akun @natyashina, yang terlihat pada gambar 4.6, menampilkan karakteristik spesialisasi yang jelas. Pada gambar tersebut, terdapat sebuah tarian yang dibawakan oleh penggemar seorang idol K-pop, namun disajikan dengan pendekatan yang unik dan berbeda dari konten sebelumnya yang telah dipublikasikan oleh akun tersebut. Meskipun berbeda dalam penyajian konten ini masih mempertahankan keahlian dan ketertarikan dalam tarian K-pop yang menunjukkan konsistensi dalam tema atau minat yang menjadi fokus utama akun @natyashina. Analisis lebih lanjut terhadap unggahan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial dalam mengembangkan dan memperluas keterampilan mereka dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan bagi *audiens* mereka

Akun selanjutnya adalah @tiffaniafifa yang di dalam konten-kontennya menonjolkan indikator spesialisasi yang cukup jelas. Selama periode Januari 2023 hingga Desember 2023, akun tersebut aktif memposting sekitar 49 konten yang

mengandung unsur-unsur K-pop yang kental. Hal ini mencerminkan dedikasi dan ketekunan pemilik akun dalam menggarap setiap postingan dengan penuh perhatian terhadap detail dan kualitas.

Keahlian @tiffaniafifa dalam melakukan *sing cover* serta kegemarannya yang mendalam terhadap dunia K-pop sangat terlihat dalam setiap unggahan. Postingan-postingan tersebut tidak hanya menampilkan kemampuan vokal yang mengesankan, tetapi juga menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang estetika dan budaya K-pop. Dengan demikian, konten yang ditampilkan oleh @tiffaniafifa memperlihatkan indikator spesialisasi yang kuat, menjadikannya sumber referensi yang berharga bagi para penggemar K-pop dan musik secara umum.

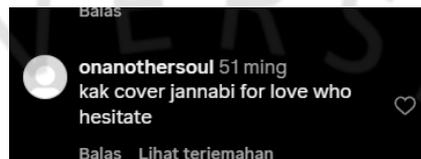


Gambar 4. 11 Unggahan Reels akun @tiffaniafifa pada tanggal 12 Juni 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/tiffaniafifa/>

Pada gambar 4.7 unggahan di tanggal 12 Juni 2023 akun @tiffaniafifa membagikan sebuah konten dengan kriteria indikator spesialisasi. Konten yang diunggah tersebut menampilkan Tiffani dalam proses pembuatan sebuah video konten bernyanyi, yang menyoroti keahlian visual dan keterampilan editing yang dipertontonkan sesuai dengan ciri khas yang dikenal oleh pemilik akun tersebut. Pada unggahan ini, Tiffani menghasilkan visual konten yang memikat dengan penggunaan warna yang menarik, serta tampak menggunakan perangkat perekam yang umumnya digunakan oleh penyanyi profesional. Analisis mendalam terhadap unggahan ini dapat memberikan wawasan yang berharga terkait dengan strategi konten visual yang efektif dalam membangun identitas merek di platform sosial media

Temuan peneliti dalam kategori jenis spesialisasi ini menyoroti fenomena di mana konten yang dihasilkan selalu mencerminkan keahlian atau bakat yang secara mendalam dimiliki oleh pengguna sosial media kemudian disajikan sesuai

dengan kriteria atau branding yang telah terbentuk secara alami dalam diri pemilik akun tersebut. Dalam unggahan ini peneliti menemukan bahwa pengguna cenderung menampilkan kemampuan atau minat yang otentik dan autentik, yang secara organik terintegrasi dengan identitas mereka di dunia maya. Selain itu, konten yang diproduksi juga didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan harapan pengikut,



Gambar 4. 12 Komentar unggahan oleh akun @onanothersoul
Sumber : <https://www.instagram.com/tiffaniafifa/>

Penemuan mengenai bahwa akun @tiffaniafifa cenderung mengikuti keinginan dari pengikut akunnya terlihat dalam komentar gambar pada 4.6, sehingga memungkinkan pemilik akun untuk mempertahankan konsistensi dan relevansi dalam komunikasi mereka dengan *audiens*. Analisis yang lebih mendalam terhadap dinamika ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana individu menggunakan platform media sosial sebagai alat untuk memperkuat citra dan identitas mereka secara *online*.

Dengan demikian dapat dilihat bahwa kedua akun tersebut mengunggah konten dengan indikator yang sama yaitu spesialisasi, namun dengan pengemasan konten yang berbeda yang mencerminkan keahlian dari masing-masing akun tersebut. Dalam konteks indikator spesialisasi (*The Law of Specialization*), konten yang menunjukkan ciri khas dari sebuah personal brand dan ketepatan dari spesialisasi tersebut. Hal ini biasanya dilakukan melalui berbagai cara, seperti kemampuan, perilaku, produk, profesi, dan layanan, yang kemudian dapat ditemukan dalam setiap unggahan akun influencer K-pop, menunjukkan adanya indikator tersebut.

Dalam menganalisis fenomena ini, terlihat bahwa kedua akun tersebut secara konsisten memperlihatkan identitas mereka yang unik melalui konten yang mereka bagikan, yang merupakan landasan penting dari keberhasilan sebuah personal brand. Dengan demikian, pemahaman akan pentingnya spesialisasi dan pengemasan konten yang tepat menjadi kunci dalam membangun dan

mempertahankan audiens yang setia serta meningkatkan pengaruh dalam industri K-pop dan media sosial secara luas.

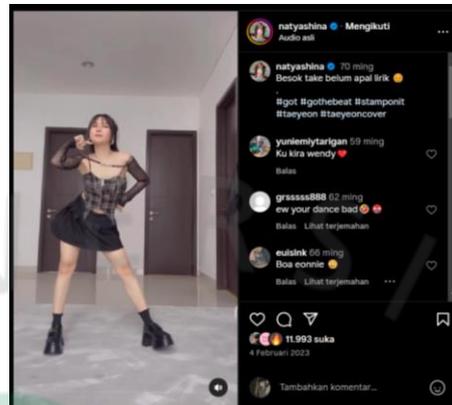
Menurut peneliti memiliki sebuah keahlian dalam bermedia social dapat memberikan keunggulan signifikan bagi seseorang yang ingin melakukan *personal branding*. Keahlian atau spesialisasi ini sangat memungkinkan seseorang untuk menampilkan banyak bakat melalui kreatifitas dengan mengikuti banyak kegiatan dan berpartisipasi dalam kompetisi sehingga seseorang mendapatkan pengakuan dari banyak orang.

Validasi ini penting karena dapat memberikan pengakuan atas kemampuan dan usaha mereka yang pada gilirannya memperkuat *personal branding*. Ketika banyak orang memberikan pengakuan positif dan dukungan individu tersebut dapat dikatakan berhasil dalam membranding akun dan dirinya di media sosial. Validasi yang luas ini tidak hanya meningkatkan reputasi mereka tetapi juga memperluas jaringan dan kesempatan kolaborasi dengan *influencer* atau profesional lain di industri musik atau entertain sehingga memperkuat keberadaan mereka di dunia digital. Dengan itu juga sangat membuka peluang untuk bekerjasama dengan idol K-popnya atau bahkan *brand*.

Memiliki sebuah keahlian saja tidak cukup untuk bersaing dalam media *digital*. Di era *digital* yang sangat kompetitif ini diperlukan lebih dari sekadar keterampilan untuk menarik perhatian dan mempertahankan *audiens*. Menurut peneliti pemilik akun juga harus memiliki teknik atau konsep konten yang menarik dan kreatif untuk diunggah di media sosial. Konten yang dihasilkan harus mampu memikat perhatian pengguna, menghibur, dan memberikan nilai tambah yang membuat mereka ingin kembali lagi untuk mengunjungi profilnya

Sehingga pengikut dari akun tersebut tidak hanya akan merasa senang dan terhibur dengan konten yang disajikan tetapi juga merasa terlibat dan berhubungan dengan pencipta konten. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti menggunakan visual yang menarik, *storytelling* yang memikat, interaksi yang personal dengan pengikut, serta pengaturan jadwal unggahan yang konsisten. Selain itu, inovasi dalam format dan tema konten juga sangat penting untuk menjaga minat dan keterlibatan audiens. Misalnya menggabungkan video pendek, *live streaming*, dan konten interaktif lainnya dapat membuat akun tersebut lebih dinamis dan

menarik. Dengan strategi ini pemilik akun dapat membangun komunitas yang loyal dan aktif di sekitar kontennya, yang pada akhirnya akan meningkatkan pengaruh dan keberhasilan di media sosial.



Gambar 4. 13 Unggahan reels akun @natyashina pada tanggal 04 Februari 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Pada Gambar 4.9 pemilik akun @natyashina kembali melakukan *dance cover* dari idol K-pop dengan spesialisasinya. Terlihat dalam konten tersebut Natya melakukan keahliannya dalam menari dengan tarian atau koreo yang sudah ada dalam lagu yang dimiliki idol K-pop. Dengan analisis ini kedua coder melihat sudut pandang yang sama bahwa memang pemilik akun sering melakukan spesialisasi dalam setiap konten yang di unggah pada akun tersebut. Sesuai dengan deskripsi spesialisasi yang memiliki konten unsur keahlian konten ini benar masuk kedalam kategori tersebut

Menurut peneliti kedua akun tersebut berhasil menciptakan indikator spesialisasi dalam beberapa kontennya karena unsur tersebut terpenuhi dengan sangat baik. Keberhasilan ini terlihat dari bagaimana mereka mampu mengemas konten-konten mereka dengan keahlian dan ciri khas yang unik dan menarik. Hasil visual yang ditampilkan oleh kedua akun ini memiliki kekhasan tersendiri yang membedakan mereka dari banyak *influencer* lain yang juga melakukan *dance cover* dan *sing cover*. Meskipun jenis konten seperti ini banyak ditemukan di platform media sosial, kedua akun tersebut memiliki cara tersendiri untuk menyajikan konten mereka dalam bentuk yang segar dan inovatif.

Setiap unggahan dari kedua akun ini tidak hanya menampilkan tarian atau nyanyian, tetapi juga menggabungkan elemen-elemen visual yang khas, seperti penggunaan warna, pencahayaan, dan teknik pengeditan yang unik. Mereka juga

memperhatikan detail-detail kecil yang membuat setiap video mereka tampak profesional dan menarik. Misalnya mereka mungkin menggunakan lokasi yang tidak biasa, kostum yang kreatif, atau tema-tema khusus yang membuat setiap konten mereka terasa berbeda dan segar di mata pengikutnya

Selain itu interaksi mereka dengan pengikut juga menunjukkan dedikasi untuk mempertahankan kualitas dan orisinalitas konten. Kedua akun ini mampu menggabungkan keterampilan mereka dengan kreativitas yang tinggi, sehingga setiap unggahan tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan pengalaman visual yang memikat. Dengan demikian mereka berhasil menciptakan spesialisasi yang kuat dalam niche mereka, menjadikan mereka sebagai *influencer* yang diakui dan dihargai oleh komunitas mereka.

4.2.4 Kepemimpinan dalam media sosial



Gambar 4. 14 Unggahan feeds akun @natyashina pada tanggal 04 Juni 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Pada Gambar 4.9 menampilkan sebuah unggahan dari akun @natyashina di tanggal 04 Juni 2023. Konten ini menunjukkan sebuah acara *anniversary* dari sebuah komunitas K-pop yang dibangun oleh pemilik akun @natyashina dari mulai merintis hingga sekarang menjadi komunitas K-pop yang cukup terkenal di kalangan K-popers. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*) merupakan konsep atau indikator yang berfokus pada prinsip-prinsip dan karakteristik yang membuat seorang pemimpin efektif dan berpengaruh. Konsep ini mencakup berbagai aspek yang diperlukan untuk memimpin secara efektif, baik dalam konteks bisnis, organisasi, maupun kehidupan sehari-hari.



Gambar 4. 15 Caption Unggahan Feeds akun @natyashina pada tanggal 09 Agustus 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Dalam unggahannya Natya menceritakan bagaimana dirinya bersama dengan teman-temannya membangun sebuah komunitas dari awal hingga mencapai keberhasilan seperti sekarang. Dia dengan jelas menggambarkan perjalanan mereka, tantangan yang dihadapi, dan langkah-langkah strategis yang diambil untuk mengembangkan komunitas tersebut. Unggahan tersebut juga menyoroti peran aktif Natya dalam berbagai kegiatan komunitas, menunjukkan dedikasinya dan kerja keras yang telah dicurahkan untuk mencapai visi dan misi bersama.

Kepemimpinan yang di tunjukkan oleh pemilik akun memperlihatkan sisi keteladanan yang kuat dan visi misi yang jelas. Natya Shina tidak hanya memimpin dengan memberikan arahan tetapi juga dengan menjadi contoh yang baik bagi anggota komunitasnya. Peneliti menyimpulkan bahwa unsur-unsur yang terdapat pada unggahan tersebut memang memperlihatkan branding dari seorang Natya Shina sebagai pemimpin yang efektif dalam memimpin sebuah organisasi atau komunitas. Melalui unggahan ini Natya berhasil menunjukkan bahwa kepemimpinan yang baik melibatkan inspirasi, komitmen, dan keberanian untuk membawa perubahan positif.

Temuan dalam penelitian ini terlihat bahwa seseorang penggemar tidak hanya bisa mendukung idolanya dalam hal membeli atau memvoting idolnya tetapi bisa melalui kegiatan positif seperti komunitas yang di bangun oleh *influencer* kpop. Peneliti menemukan bahwa komunitas tersebut memiliki banyak kegiatan seperti perlombaan dan penampilan yang menguntukan kedua belah pihak sehingga dapat menjadi kegiatan positif.

Menurut peneliti dengan memiliki konten yang kaya dengan indikator kepemimpinan ini pemilik akun dapat menonjolkan bahwa kepemimpinan dari *influencer* dapat secara signifikan mempengaruhi pengikutnya di Instagram untuk mengajak atau mengambil sebuah keputusan. Hal ini menjadi sebuah peluang besar bagi *influencer* untuk menjalin kerjasama dengan berbagai *brand*, sekaligus membangun komunikasi pemasaran yang strategis. Dengan menunjukkan kemampuan kepemimpinan yang kuat *influencer* dapat meningkatkan kesadaran merek yang mereka promosikan serta memperkuat loyalitas pengikutnya. Strategi pemasaran yang tepat dan berkelanjutan ini tidak hanya membantu dalam memperkenalkan produk atau jasa kepada audiens yang lebih luas tetapi juga memastikan bahwa pengikut merasa terlibat dan termotivasi untuk mengikuti rekomendasi yang diberikan. Dengan demikian *influencer* dapat menjadi aset berharga bagi brand dalam mencapai tujuan pemasaran mereka melalui kampanye berpengaruh.

4.2.5 Sosok Kepribadian dalam Konten

Indikator selanjutnya adalah kepribadian yang merupakan konten berisikan menunjukkan personal brand yang kuat dan kepribadian yang autentik. Berbeda dengan kepemimpinan yang harus terlihat sempurna, konten ini menampilkan kepribadian yang positif dan seringkali humoris, menciptakan momen-momen yang berharga. Keaslian dan selera humor yang ditampilkan dalam konten ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan pengikut, tetapi juga membuat interaksi menjadi lebih menyenangkan dan bermakna.



Gambar 4. 16 Unggahan Feeds akun @natyashina pada tanggal 09 Agustus 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

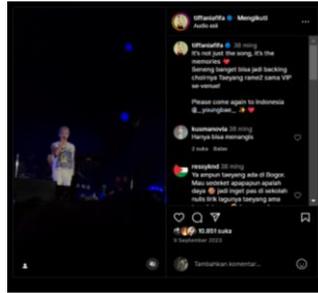
Pada gambar 4.8 terlihat foto yang diunggah oleh akun @natyashina pada tanggal 09 Agustus 2023. Unggahan tersebut memperlihatkan kepribadian Natya saat sedang menonton konser idol K-pop. Kriteria indikator kepribadian adalah ketika unggahan atau konten menunjukkan momen di mana kepribadian yang positif terlihat dalam akun tersebut. Dalam gambar ini Natya menampilkan sisi dirinya yang penuh semangat dan antusias, memperlihatkan kebahagiaan dan keseruan yang di rasakan selama acara tersebut. Hal ini tidak hanya menggambarkan dirinya sebagai seorang penggemar yang berdedikasi tetapi juga menonjolkan sifatnya yang ceria dan autentik.



Gambar 4. 17 Komentar unggahan oleh akun @septi.indah.w
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Unggahan ini menonjolkan sisi humoris Natya yang dapat masuk ke dalam kriteria indikator Kepribadian. Hal ini dibuktikan melalui komentar dari salah satu pengikut akun @natyashina yang mengatakan, "Kak @natyashina sadar ga sih slide terakhir di belakang kakak ekspresinya lucu sekali." Komentar tersebut menunjukkan bahwa pengikutnya menyadari dan menghargai sisi humoris yang ditampilkan dalam unggahan tersebut. Peneliti menemukan komentar tersebut semakin memperkuat bahwa unggahan tersebut menampilkan kepribadian seorang @natyashina dengan cara yang autentik dan menghibur.

Hal ini tidak hanya menambah nilai positif pada *personal branding* akunnya tetapi juga menunjukkan bahwa Natya mampu berkomunikasi dengan pengikutnya melalui humor dan keaslian, yang merupakan elemen penting dalam membangun hubungan yang kuat dan menarik di media sosial. Temuan dalam indikator ini dalam setiap unggahan akun @natyashina dalam indikator kepribadian menunjukkan bahwa unggahan yang mengandung konten tersebut bersifat konten yang menikmati momen tertentu dan memiliki sisi humoris dan kebahagiaan.



Gambar 4. 18 Unggahan Reels akun @tiffaniafia pada tanggal 09 September 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/tiffaniafia/>

Konten indikator selanjutnya terdapat pada akun @tiffaniafia yang secara rutin membagikan unggahan-unggahan menarik mengenai momen-momen berharga dalam kehidupannya. Akun ini tidak hanya memberikan sekilas pandang ke dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya tetapi juga menyoroti pengalaman special seperti saat pemilik akun menonton konser idolanya yang sangat dinantikan. Dalam unggahan tersebut @tiffaniafia tidak hanya menampilkan video dari konser yang dihadapinya yang menangkap momen-momen menakjubkan dari penampilan para idola di atas panggung dengan efek cahaya yang spektakuler dan sorakan antusias dari para penggemar. Namun dia juga berbagi pengalaman pribadinya secara detail melalui *caption* yang panjang dan mendalam.

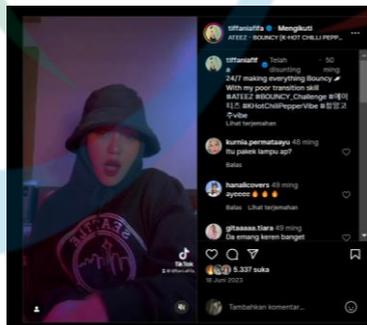
Caption ini menggambarkan perasaan kegembiraan yang tinggi di dalam dirinya saat melihat idolanya tampil secara langsung, serta kebahagiaan yang tak terhingga saat mendengar lagu-lagu kesukaanya dibawakan dengan sempurna. Selain itu dia juga mencurahkan emosi yang dirasakannya seperti rasa haru dan rasa syukur karena bisa mengalami momen yang begitu spesial yang mungkin sudah dia impikan sejak lama. Unggahan-unggahan seperti ini tidak hanya memberikan hiburan bagi para pengikutnya tetapi juga membangun koneksi emosional, karena banyak dari mereka yang mungkin merasakan hal yang sama atau mengidamkan pengalaman serupa.

Menurut peneliti dengan menunglah sebuah konten yang mengandung unsur kepribadian dapat memunculkan rasa kedekatan antara pemilik akun dengan pengikutnya di Instagram. Berbagi momen yang penting dalam hidupnya merupakan sebuah ide konten yang menarik sehingga dapat membangkitkan rasa emosional dan kesan baik dalam unggahannya.

Ketika pengikut akun merasa semakin mengenal pemilik akun secara lebih personal mereka cenderung lebih terhubung dan merasa saling memiliki karena konten tersebut memberikan kesan bahwa pemilik akun tidak hanya sekedar menunggah konten hiburan tetapi membuka diri dan berbagi cerita hidupnya. Hal ini berkaitan dengan *personal branding* karena dengan menampilkan sebuah kepribadian pemilik akun dapat membangun citra diri yang *relatable*. Dengan demikian strategi konten tersebut dapat menjadi kunci seseorang dalam membangun personal branding yang berkesan dalam media sosial.

4.2.6 Penggambaran Keteguhan *Trend* dalam K-pop

Indikator ini merupakan prinsip Keteguhan (*The Law of Persistence*) dalam personal branding, yang menandakan bahwa konten disajikan secara konsisten tidak hanya mencerminkan pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan dari merek pribadi tetapi juga mengikuti *trend* yang sedang berlangsung dalam industri atau komunitas yang relevan. Dengan demikian *personal branding* yang konsisten dapat meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap merek pribadi.



Gambar 4. 19 Unggahan Reels akun @tiffaniafifa pada tanggal 18 Juni 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/tiffaniafifa/>

Unggahan ini merupakan *challenge* yang sedang *trend* dalam komunitas K-pop, di mana anggota komunitas, termasuk penggemar dan artis, turut serta dalam membuat video atau unggahan yang menampilkan gerakan atau tarian yang unik, kreatif, dan seringkali menghibur. Tantangan ini memicu interaksi yang intens di antara anggota komunitas, dan para peserta menggunakan hashtag yang sesuai

untuk mempromosikan tantangan tersebut di berbagai platform media sosial, memperluas cakupan dan dampaknya secara luas di tengah tren yang berkembang.

Dalam konsep *personal branding* menjelaskan bahwa *Personal branding* efektif mengarahkan individu ke target pasar yang spesifik, meningkatkan visibilitas dan ketenaran mereka, serta memberikan kontrol atas citra yang ingin ditampilkan. Maka dari itu setiap konten yang di unggah oleh akun *influencer* K-pop sudah menunjukkan bahwa konten mereka memang memenuhi dan mengarahkan kepada target komunitas yang pas dan spesifik sehingga *personal branding* dapat terlihat dalam setiap konten yang di unggah.

Unggahan *trend* juga menjadi salah satu ide konten setiap *influencer* untuk menarik *audiens* menjadi lebih banyak. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa mengikuti *trend* yang sedang populer dapat meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan pengikut. Dengan memanfaatkan *trend* yang sedang naik daun para *influencer* dapat memastikan bahwa konten mereka tetap relevan dan menarik bagi audiens mereka yang terus berkembang.



Gambar 4. 20 Unggahan Reels akun @tiffaniafifa pada tanggal 11 Oktober 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/tiffaniafifa/>

Salah satu contoh yang mencolok adalah akun @tiffaniafifa. Pemilik akun ini tidak hanya fokus pada keahlian utamanya yaitu menyanyi tetapi juga dengan cerdas memanfaatkan berbagai *trend* untuk memperluas jangkauan dan menarik perhatian lebih banyak pengguna. Konten-konten yang dibuat oleh @tiffaniafifa sering kali mengandung unsur keteguhan menunjukkan dedikasi dan komitmen dalam menyajikan konten berkualitas.

Tetapi tidak hanya menggunakan strategi *trend* untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan akun @tiffaniafifa juga secara konsisten mempertahankan *personal branding* sebagai *influencer* K-pop yang autentik dan berpengaruh. Dengan tetap mengunggah konten yang mengandung unsur K-pop, seperti lip-sync lagu-lagu populer, *dance cover*, ulasan album terbaru, atau pembahasan tentang berita dan perkembangan terkini dalam industri K-pop, pemilik akun berhasil menunjukkan brandingnya secara kuat dan konsisten.

Strategi ini memungkinkan @tiffaniafifa untuk membangun dan memelihara hubungan yang erat dengan komunitas penggemar K-pop yang setia sekaligus menarik pengikut baru yang memiliki minat serupa. Dengan demikian meskipun mengikuti tren dapat membantu dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas, tetap setia pada personal brand memberikan fondasi yang kokoh untuk keaslian dan kredibilitas. *Personal branding* yang kuat ini tidak hanya membedakan @tiffaniafifa dari *influencer* lainnya tetapi juga menciptakan identitas yang mudah diingat dan diakui oleh audiens.

Dalam era digital yang terus berkembang, kemampuan untuk beradaptasi dan mengikuti tren adalah kunci keberhasilan bagi para *influencer*. Unggahan tren tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan jumlah pengikut, tetapi juga sebagai cara untuk menunjukkan relevansi dan daya tarik dalam lanskap media sosial yang sangat kompetitif.

Menurut peneliti pada indikator ini kedua akun tersebut memang menunjukkan kemampuan dalam menyajikan konten yang selalu terbaru dan mengikuti *trend* yang sedang populer baik di Indonesia maupun Korea. Hal ini terlihat dari unggahan mereka yang tidak hanya relevan dengan peristiwa terkini tetapi juga berhasil memadukan elemen-elemen budaya dari kedua negara tersebut dengan sangat baik dan unik. Konten yang mereka hasilkan mencerminkan pemahaman mendalam terhadap dinamika sosial dan preferensi *audiens* di kedua negara sehingga menciptakan jembatan budaya yang harmonis dan menarik.

Dengan demikian kedua akun ini mampu menarik perhatian berbagai kalangan baik dari Indonesia maupun Korea serta memberikan kontribusi positif dalam memperkuat hubungan budaya dan meningkatkan apresiasi terhadap keragaman budaya antara kedua negara. Keberhasilan mereka dalam

menggabungkan dua budaya yang berbeda ini juga menunjukkan kreativitas dan inovasi yang tinggi menjadikan mereka contoh yang patut diikuti dalam industri konten digital terutama dalam komunitas K-pop.

4.2.7 Reputasi Nama Baik dalam Media Sosial

Nama baik atau Reputasi adalah persepsi publik terhadap karakter, integritas, dan kualitas individu atau perusahaan (Haroen, 2014). Indikator ini menekankan bahwa nama baik adalah aset berharga yang dapat mempengaruhi keberhasilan pribadi maupun bisnis. Dengan konten yang memiliki keberhasilan pribadi dengan baik dan nama yang baik kerjasama dapat tercipta antar *brand* yang dapat menghasilkan keuntungan seperti konsep pada komunikasi pemasaran.

Dengan persepsi yang positif para pemilik *brand* akan lebih tertarik untuk bekerja sama dengan para *influencer*. Kerjasama ini tidak hanya membawa gagasan-gagasan yang positif, tetapi juga memberikan manfaat yang signifikan bagi kedua belah pihak, termasuk peningkatan dalam *personal branding* jangkauan audiens yang lebih luas, dan potensi peningkatan penjualan produk atau layanan yang ditawarkan. Kedua akun tersebut menunggang sebuah kerjasama antar brand yang konten tersebut merupakan sebuah produk yang memang bekerjasama dengan idol K-pop sehingga menurut peneliti influencer K-pop berhasil menciptakan sebuah *personal branding*.



Gambar 4. 21 Unggahan Feeds akun @tiffaniafifa pada tanggal 05 Januari 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/tiffaniafifa/>

Pada Gambar 4.16, terlihat bahwa akun @tiffaniafifa membagikan momen istimewanya saat ia berkolaborasi dengan *brand Frozz* yang merupakan produk

permen manis terkenal. Dalam unggahan tersebut @tiffaniafifa menyoroti bahwa *Frozz* sedang melakukan kolaborasi dengan Idol K-pop BTS melalui karakter ikonik mereka yaitu BT21. Hal ini menjadi pencapaian yang signifikan bagi pemilik akun karena menunjukkan bahwa strategi branding yang ia lakukan untuk membangun citra dirinya di dunia K-pop berhasil.

Keberhasilannya menarik perhatian *brand* ternama seperti *Frozz* untuk bekerja sama dengannya tidak hanya mengukuhkan posisinya sebagai *influencer* yang berpengaruh di kalangan penggemar K-pop tetapi juga membuktikan bahwa usahanya dalam mempromosikan dirinya melalui konten yang relevan dan menarik telah membuahkan hasil yang positif. Dengan demikian pencapaian ini tidak hanya menjadi kebanggaan pemilik akun tetapi juga memperkuat kepercayaan merek lain untuk menjalin kerjasama di masa mendatang membuka lebih banyak peluang dan keuntungan dalam kariernya sebagai *influencer*.

Menurut peneliti dalam hal branding akun @tiffaniafifa yang secara terang-terangan menunjukkan dirinya sebagai penggemar berat BTS, berhasil menarik perhatian berbagai *brand* untuk menjalin kerjasama. Hal ini disebabkan oleh nama baik dan citra positif yang dimiliki oleh Tiffani sebagai pemilik akun yang secara konsisten menciptakan konten berkualitas dan relevan bagi audiensnya. Reputasi yang baik ini menghasilkan tingkat kredibilitas yang tinggi membuat *brand* merasa yakin bahwa berkolaborasi dengan Tiffani akan memberikan dampak positif dan efektif dalam upaya pemasaran mereka.

Kredibilitas Tiffani tidak hanya terbangun dari kecintaannya pada BTS tetapi juga dari kemampuannya dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengikutnya secara autentik dan jujur sehingga menciptakan kepercayaan yang kuat antara dirinya dan komunitasnya. Dengan Nama Baik yang di miliki, *brand* melihat Tiffani sebagai *influencer* yang mampu mempengaruhi keputusan konsumen dengan cara yang otentik dan bermakna, menjadikannya mitra yang berharga dalam berbagai komunikasi pemasaran.



Gambar 4. 22 Unggahan reels akun @tiffaniafifa pada tanggal 24 Juli 2023

Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Konten selanjutnya merupakan unggahan dari akun @natyashina pada tanggal 24 Juli 2023. Unggahan ini menampilkan kerjasama yang menarik antara pemilik akun dengan *brand* Starbucks yang kali ini menghadirkan sebuah *tumblr* edisi terbatas. *Tumblr* tersebut merupakan hasil kolaborasi spesial antara Starbucks dan grup Idol K-pop terkenal Blackpink. Produk ini bukan hanya sekadar perlengkapan minum biasa tetapi juga merupakan simbol dari pertemuan dua dunia yaitu dunia kopi premium yang diwakili oleh Starbucks dan dunia musik pop yang penuh warna dan penggemar yang diwakili oleh Blackpink. Kolaborasi ini diharapkan dapat menarik minat para penggemar dari kedua belah pihak baik pecinta kopi maupun penggemar musik K-pop dan menciptakan pengalaman yang unik dan tak terlupakan bagi mereka.

Temuan dalam konten ini adalah bahwa idol yang berkolaborasi merupakan seorang idol Kpop ternama yang sebelumnya pernah mengadakan sebuah kompetisi *dance cover*. Kompetisi tersebut diikuti oleh banyak penggemar dari berbagai tempat bahkan dunia dan yang keluar sebagai pemenangnya adalah pemilik akun @natyashina sebagai *best costume*. Kemenangan ini membuktikan kemampuan dan dedikasi pemilik akun dalam dunia tari Kpop sekaligus memberikan pengakuan dari idolanya sendiri. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa nama baik dan reputasi positif yang dimiliki oleh @natyashina dapat membuka peluang kerjasama yang menarik antara seorang penggemar dan idolanya. Hal ini memperlihatkan bahwa hubungan antara penggemar dan idola tidak hanya berhenti pada kekaguman semata tetapi juga dapat berkembang menjadi sebuah kolaborasi yang produktif dan

saling menguntungkan di mana penggemar bisa turut berpartisipasi aktif dalam proyek-proyek besar yang melibatkan idolanya.



Gambar 4. 23 Unggahan reels 2 akun @tiffaniafifa pada tanggal 24 Juli 2023
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Menurut peneliti dengan adanya kerjasama antar *brand* ini membuat fandom dari idol menjadi memiliki perhatian lebih terhadap kedua akun *influencer* tersebut, bahkan hal tersebut dapat menjadi sebuah keputusan fandom untuk membeli produk karena *influencer* tersebut sudah menunggah konten *review* dari produk tersebut. Pengaruh positif dari rekomendasi yang dibuat oleh *influencer* dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan untuk mencoba atau membeli produk. Dengan demikian strategi kerjasama antar brand melalui *influencer* marketing tidak hanya meningkatkan perhatian dan interaksi tetapi juga mendorong Perilaku konsumtif yang didasari oleh kepercayaan dan loyalitas pengikut terhadap *influencer* yang mereka ikuti.

Dengan kedelapan indikator *Personal Branding* terdapat beberapa indikator yang tidak ditemukan dalam setiap unggahan konten dari kedua akun K-pop *Influencer* tersebut. Indikator pertama adalah Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*) yang menampilkan bahwa setiap konten yang diunggah oleh akun *influencer* K-pop seharusnya memiliki ciri khas atau elemen yang membedakannya dari akun lainnya. Namun dalam setiap kontennya indikator ini tidak sepenuhnya terwujud. Pada umumnya konten yang diposting oleh kedua akun tersebut sering kali memiliki kesamaan dengan konten yang digunakan oleh *influencer* lainnya. Meskipun demikian terdapat elemen-elemen yang masih memberikan sentuhan unik pada masing-masing akun

Salah satu contohnya adalah nuansa estetika yang berbeda jenis suara yang khas, dan teknik *editing* yang spesifik. Elemen-elemen inilah yang sebenarnya

menjadi pembeda utama dan menciptakan identitas unik bagi setiap akun, meskipun secara keseluruhan, jenis konten yang diunggah masih dalam kategori yang sama dan sering ditemukan di akun influencer K-pop lainnya. Jadi, meskipun aspek perbedaan tidak sepenuhnya jelas dari jenis konten yang diposting, keunikan dapat terlihat dalam detail-detail kecil yang mencerminkan gaya personal dan kreativitas masing-masing *influencer*.

Indikator selanjutnya adalah Visibilitas (*The Law of Visibility*). Konten yang mengandung indikator ini adalah unggahan yang menampilkan sebuah pengulangan atau konten yang memiliki konsistensi dalam setiap waktu pengunggahannya. Dalam konten kedua akun memungkinkan untuk menampilkan indikator tersebut, tetapi terdapat batasan dalam setiap konten dan keunggulan yang lebih terlihat dalam penelitian menemukan indikator yang tersedia. Setelah melakukan analisis kedua akun juga tidak memiliki tanggal yang konsisten untuk mengunggah sehingga indikator ini tidak terlihat dari kedua akun. Indikator ini menjadi sebuah indikator yang memiliki kemungkinan besar terdapat pada konten *personal branding*

Kemudian indikator selanjutnya adalah Kesatuan (*The Law of Unity*), yang mengacu pada konsistensi dalam konten yang menunjukkan etika dan moral yang jelas. Indikator ini penting karena menggambarkan nilai-nilai dan prinsip yang dipegang oleh influencer, serta bagaimana nilai-nilai tersebut tercermin dalam setiap unggahan mereka. Namun dalam analisis terhadap kedua akun K-pop *Influencer* tersebut tidak ditemukan adanya konten yang secara eksplisit mengandung atau menunjukkan etika dan moral tertentu.

Hal ini berarti bahwa indikator Kesatuan yang seharusnya mencerminkan prinsip-prinsip etika dan moral yang konsisten dalam setiap unggahan tidak dimiliki oleh kedua akun tersebut. Konten yang diunggah lebih banyak berfokus pada aspek hiburan dan promosi tanpa menampilkan pesan-pesan moral atau etika yang bisa menjadi cerminan dari prinsip pribadi sang *influencer*. Sehingga kesatuan dalam konteks ini yang seharusnya memberikan pandangan menyeluruh tentang integritas dan nilai-nilai yang dimiliki oleh *influencer* tidak terpenuhi dalam akun-akun tersebut.

Tidak ditemukannya indikator *personal branding* lainnya dalam konten kedua *influencer* dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, menurut peneliti *influencer* tersebut memiliki strategi *personal branding* yang sangat fokus dan terarah pada satu atau dua indikator lainnya sehingga mereka konsisten menonjolkan ciri khas tersebut dalam setiap kontennya. Hal ini bisa jadi karena mereka ingin membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh *audiens*.

Kedua, keterbatasan dalam variasi konten yang diproduksi juga bisa menjadi penyebab. *Influencer* mungkin hanya memproduksi konten dalam satu jenis atau format tertentu, yang menghambat munculnya indikator *personal branding* lainnya. Ketiga, algoritma platform media sosial yang mereka gunakan mungkin mempengaruhi jenis konten yang mereka buat. Algoritma ini sering kali mendorong konten yang telah terbukti populer di masa lalu, sehingga *influencer* cenderung mengulang tipe konten yang sama untuk mempertahankan engagement yang tinggi. Terakhir, bisa juga karena pengamatan atau analisis yang dilakukan memiliki keterbatasan dalam menangkap seluruh aspek *personal branding* yang sebenarnya ada namun tidak teridentifikasi. Semua faktor ini bersama-sama dapat menjelaskan mengapa indikator *personal branding* lainnya tidak ditemukan dalam konten kedua *influencer*.

4.2.8 Tanggapan Komentar Dalam Konten

Dalam sebuah konten yang diunggah di media sosial tentunya akan terdapat sebuah kolom atau tempat di mana setiap pengikut akun dapat berkomentar atau berpendapat secara bebas. Kolom komentar ini merupakan fitur penting yang memungkinkan interaksi langsung antara pemilik akun dan pengikutnya. Komentar di Instagram misalnya merupakan tanggapan yang ditulis oleh seseorang untuk menyampaikan sekilas opini atau reaksi terhadap konten yang diunggah oleh pemilik akun (Hartini & Charlina, 2017). Komentar ini tidak hanya berfungsi sebagai medium untuk menyampaikan pendapat tetapi juga menjadi alat bagi pengikut untuk berinteraksi dengan kreator konten dan sesama pengikut lainnya.

Melalui komentar pengikut dapat mengekspresikan apresiasi, kritik, pertanyaan, dan saran yang semuanya berkontribusi pada dinamika komunitas

online tersebut. Selain itu kolom komentar juga dapat memberikan umpan balik yang berharga bagi pemilik akun membantu mereka memahami bagaimana konten mereka diterima dan apa yang diinginkan oleh *audiens* mereka. Interaksi yang terjadi di kolom komentar ini bisa memperkuat hubungan antara *influencer* dan pengikutnya menciptakan rasa kebersamaan dan membangun loyalitas yang lebih kuat di antara mereka. Dengan demikian fitur komentar bukan hanya sekadar tempat untuk berpendapat, tetapi juga merupakan komponen dalam ekosistem media sosial yang mendukung komunikasi dua arah dan keterlibatan aktif dari *audiens*.

Tanggapan Positif merupakan sebuah pernyataan setuju atau komentar yang memiliki pendapat setuju atau rasa simpati terhadap konten yang di unggah. Sedangkan sebuah tanggapan negatif dapat berupa sebuah tanggapan menghina atau tidak menyukai konten tersebut. Pada sebuah tanggapan negatif biasanya berisikan sebuah tanggapan yang menyudutkan pemilik akun. Tentunya akun @natyashina memiliki tanggapan positif yang didapatkan oleh pengikut akunnya.

Setelah peneliti melihat keseluruhan tanggapan dari akun @natyashina ternyata terdapat temuan bahwa akun tersebut memiliki tanggapan yang positif dan negatif terhadap konten yang di unggahnya. Tetapi secara keseluruhan banyak sekali pengguna atau pengikut dari akun @natyashina memiliki ketertarikan terhadap konten – konten kreatif yang di unggahnya.

Pertama, tanggapan positif yang ditujukan memiliki ketertarikan dan pujian yang dibagikan pada konten Instagram @natyashina. Peneliti melihat bahwa banyak pengikut yang menyukai dan memuji keahlian yang dimiliki oleh pengguna akun tersebut sehingga membuat banyak pengguna akun Instagram yang lain dapat tertarik dan mengikkuti akun @natyashina.

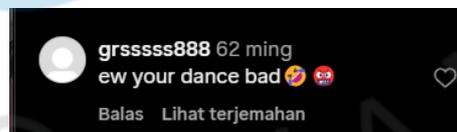


Gambar 4. 24 Ungkapan terhadap akun @natyashina

Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Pada gambar 4 terdapat beberapa contoh komentar dari beragam tanggapan yang diterima oleh akun @natyashina. Komentar-komentar tersebut mencerminkan reaksi dan interaksi yang terjadi di dalam komunitas pengikut akun tersebut. Beberapa di antaranya berupa pujian atas konten yang diunggah, sementara yang lain mungkin berisi pertanyaan, saran, atau bahkan kritik yang membangun. Diskusi dan interaksi semacam ini tidak hanya memperkaya pengalaman pengikut tetapi juga memperkuat ikatan antara pemilik akun dan audiensnya. Dengan adanya beragam tanggapan seperti ini akun @natyashina dapat menjadi tempat yang ramah dan inklusif bagi para pengikutnya untuk berbagi pandangan, mendiskusikan konten, dan merasa terlibat dalam komunitas yang saling mendukung.

Kedua, tanggapan positif dapat berupa komentar yang berisi permintaan atau saran kepada pemilik akun untuk melakukan sesuatu di konten selanjutnya. Peneliti menemukan banyak komentar yang meminta agar dilakukan tarian tertentu pada unggahan berikutnya di dalam akun *influencer*. Hal ini menunjukkan adanya interaksi yang aktif antara konten yang diunggah dengan para pengikut di Instagram memperlihatkan bahwa pengikut tidak hanya menikmati konten yang disajikan tetapi juga ingin terlibat dan berpartisipasi dalam perkembangan konten tersebut. Selain itu tanggapan semacam ini mencerminkan adanya keterlibatan yang mendalam dan hubungan yang lebih erat antara pemilik akun dan pengikutnya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan ketertarikan pengikut terhadap akun tersebut.



Gambar 4. 25 Komentar akun @grsssss88
Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Ketiga, tanggapan negatif juga ditemukan dalam unggahan akun @natyashina. Peneliti menemukan komentar negatif yang berisikan ujaran ketidaksukaan terhadap konten dari pemilik akun. Temuan ini menjadi khusus dikarekan komentar negatif merupakan tanggapan atau respon dari pengguna yang bersifat

kritis, merendahkan atau tidak senang terhadap konten yang di unggah. Peneliti menemukan bahwa komentar negatif yang ada pada gambar merupakan kritikan yang terkait dengan tarian dari pemilik akun. Dalam komentar tersebut tidak terlihat bahwa pemilik akun menjawab komentar negatif tersebut. Menurut peneliti komentar negatif ini bisa menjadi salah satu pertimbangan dari *brand* jika ingin melakukan kerjasama karena mengurangi kepercayaan dalam indikator nama baik



Gambar 4. 26 Ungkapan terhadap akun @tiffaniafifa

Sumber : <https://www.instagram.com/natyashina/>

Selanjutnya tanggapan komentar di akun @tiffaniafifa yang peneliti temukan merupakan pujian atau komentar positif. Komentar ini sering kali berisi apresiasi terhadap kualitas konten yang diunggah seperti pujian, suara yang bagus dan tampilan visual yang menarik. Tanggapan tersebut sering terlihat dalam setiap unggahan konten yang diunggah akun @tiffaniafifa. Selain suaranya yang indah tapi pelafalan Bahasa Korea yang sangat fasih menjadi poin utama dari branding akun tersebut.

Pertama, peneliti menemukan pengikut dari akun @tiffaniafifa sering memberikan penghargaan terhadap usaha yang telah dilakukan oleh pemilik akun dengan mengungkapkan kekaguman terhadap *detail* tertentu. Pujian ini tidak hanya memperkuat interaksi baik antar pemilik akun dan pengikut tetapi juga dapat mendorong pemilik akun untuk terus berkarya dengan semangat serta kreativitas yang tinggi. Menurut peneliti dengan terdapatnya komentar positif tersebut membuktikan bahwa akun @tiffaniafifa selalu memiliki kreativitas di setiap unggahan kontennya baik dalam konten *sing cover* maupun konten unsur K-pop lainnya.

Kedua, komentar yang terdapat pada akun @tiffaniafifa cenderung mendapatkan komentar permintaan yang di mana pengikut dari akun tersebut merequest sebuah lagu dari idol Kpop untuk dinyanyikan kembali oleh Tiffani. Menurut peneliti interaksi tersebut dapat memperkuat hubungan antara Tiffani

dengan pengikutnya karena mereka merasa bahwa pendapat dan keinginannya diperhatikan dan dihargai, selain itu dapat meningkatkan *engagement* di akunnya.

Secara keseluruhan, peneliti tidak menemukan sebuah komentar negatif pada akun Instagram @tiffaniafia, tentunya hal tersebut berkaitan dengan personal branding yang dibangun oleh Tiffani memiliki dampak positif bagi banyak orang. Tiffani berhasil dalam menampilkan branding dirinya sebagai sosoknya positif dan berbakat. Dengan ketiadaan komentar negatif juga menjadi bukti bahwa Tiffani memiliki pengikut yang saling menghargai. Dengan demikian strategi *personal branding* Tiffani sebagai *influencer* K-pop efektif.

Menurut peneliti memahami *audiens* merupakan langkah yang harus dilakukan sebelum membuat konten pesan edukasi. *Influencer* perlu mengidentifikasi dengan jelas siapa target *audiens* mereka di media sosial, serta mempelajari minat, preferensi, dan kebutuhan spesifik dari kelompok tersebut. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai *audiens*, *influencer* dapat merancang dan menyajikan konten yang tidak hanya relevan tetapi juga menarik dan bermanfaat bagi mereka.

Pemahaman ini memungkinkan pemilik akun untuk menyampaikan pesan edukasi dengan cara yang lebih efektif, sehingga *audiens* merasa terhubung dan lebih reseptif terhadap konten yang disampaikan. Selain itu, konten yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi *audiens* cenderung memiliki tingkat interaksi yang lebih tinggi, memperkuat hubungan antara kreator dan *audiens*, serta meningkatkan kemungkinan personal branding yang mereka bangun dapat dilihat oleh pengikut akunnya.

Dengan demikian, kedua akun *influencer* K-pop, @natyashina dan @tiffaniafifa, dapat terus konsisten dalam mengunggah konten serta meningkatkan kreatifitasnya dalam membuat konten, khususnya konten K-pop yang menjadi branding mereka di media sosial. Konsistensi dalam mengunggah konten adalah kunci untuk menjaga hubungan yang erat dengan pengikut dan memastikan bahwa mereka selalu memiliki alasan untuk kembali ke akun tersebut. Melalui unggahan yang rutin dan terjadwal @natyashina dan @tiffaniafifa dapat menjaga interaksi dengan pengikut mereka. Selain konsistensi, meningkatkan kreatifitas dalam

pembuatan konten juga sangat penting terutama pada ide konten K-pop yang cenderung konten tersebut memiliki banyak kesamaan dengan *influencer* lainnya.

Di dunia media sosial yang selalu berubah kreatifitas menjadi faktor pembeda yang membuat konten mereka menonjol di tengah lautan konten serupa. Dengan mengeksplorasi berbagai bentuk konten, seperti video tarian, cover lagu, vlog, atau kolaborasi dengan *influencer* lainnya, mereka dapat menyajikan sesuatu yang segar dan menarik bagi pengikut mereka.

Fokus utama pada K-pop sebagai elemen utama branding mereka memberikan landasan yang kuat untuk pertumbuhan dan keterlibatan pengikut. K-pop bukan hanya genre musik, tetapi juga fenomena budaya yang memiliki pengikut setia di seluruh dunia. Dengan memusatkan konten pada tema K-pop, @natyashina dan @tiffaniafifa dapat membangun komunitas penggemar yang berdedikasi dan loyal. Mereka bisa memanfaatkan *trend* terkini dalam industri K-pop, melakukan review album, analisis video musik, atau mengadakan giveaway merchandise K-pop untuk lebih mendekatkan diri dengan pengikut mereka.

Selain itu, keduanya bisa memanfaatkan berbagai fitur yang ditawarkan oleh platform media sosial untuk memperkaya konten mereka. Misalnya, menggunakan fitur live streaming untuk berinteraksi secara langsung dengan pengikut, mengadakan sesi Q&A, atau memberikan sneak peek dari proyek-proyek mendatang. Fitur-fitur seperti Stories, Reels, atau IGTV di Instagram juga bisa digunakan untuk berbagai jenis konten yang berbeda, menciptakan variasi dan menjaga minat pengikut tetap tinggi. Interaksi dengan pengikut juga harus menjadi prioritas. Membalas komentar, mengadakan polling atau kuis, dan menunjukkan apresiasi terhadap dukungan pengikut dapat memperkuat hubungan antara *influencer* dan pengikutnya. Hal ini tidak hanya meningkatkan engagement, tetapi juga membangun komunitas yang saling mendukung dan positif.

Selain konten yang mengandung unsur K-pop, @natyashina dan @tiffaniafifa juga bisa bereksperimen dengan konten yang menunjukkan sisi pribadi mereka. Berbagi momen kehidupan sehari-hari, hobi, atau pandangan mereka tentang berbagai hal dapat memberikan kedalaman dan keaslian pada branding mereka. Pengikut biasanya lebih tertarik dan terhubung dengan *influencer* yang mereka anggap *relatable*.

Menurut peneliti dalam menjalankan strategi ini, penting juga bagi @natyashina dan @tiffaniafifa untuk terus memantau dan menganalisis performa konten mereka. Menggunakan alat analitik yang disediakan oleh platform media sosial, mereka dapat melihat apa yang berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan. Dengan data ini mereka dapat terus menyesuaikan strategi konten mereka untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa akun @natyashina memiliki keahlian dalam *dance cover* dan *fashion* K-pop. Dalam berbagai unggahannya @natyashina dengan konsisten menampilkan kemampuan menari dengan mengikuti koreografi lagu-lagu populer K-pop. Setiap gerakan tari yang ditampilkan tidak hanya dilakukan dengan presisi tinggi, tetapi juga dengan ekspresi wajah yang menambah kesan dramatis dan autentik, seolah-olah dia adalah bagian dari grup idol yang sesungguhnya. Selain itu @natyashina sering memperlihatkan gaya *fashion* yang terinspirasi dari *trend* K-pop terbaru, mulai dari pakaian yang dikenakan para idol di atas panggung hingga gaya sehari-hari yang kasual namun tetap modis. Pilihan *fashion* yang ditampilkan dalam unggahannya sangat beragam, mencerminkan pemahaman yang mendalam tentang *trend* fashion K-pop dan kemampuan untuk mengadaptasi gaya tersebut dalam penampilannya sehari-hari.

Kemudian akun @tiffaniafifa menunjukkan bakat dalam *sing cover* dan selalu mengikuti *trend* K-pop terkini. Dalam berbagai video yang diunggah, @tiffaniafifa kerap menyanyikan ulang lagu-lagu K-pop yang sedang populer dengan suara yang merdu dan teknik vokal yang memukau. Setiap *cover* yang dibuat menunjukkan kemampuan vokal yang mengesankan, dari nada tinggi yang kuat hingga teknik pernapasan yang baik, menunjukkan dedikasi yang tinggi dalam mengasah kemampuan bernyanyinya. Tidak hanya itu, @tiffaniafifa juga tetap up-to-date dengan tren musik dan gaya yang sedang berkembang dalam dunia K-pop, sering kali menyertakan elemen-elemen baru yang membuat cover-covernya tidak hanya menarik secara musikal tetapi juga relevan dengan tren terkini.

Kedua akun ini tidak hanya menunjukkan keahlian mereka masing-masing dalam bidang *dance cover* dan *sing cover*, tetapi juga berkontribusi secara signifikan dalam mempopulerkan budaya K-pop melalui media sosial. Dengan

ribuan pengikut yang antusias, @natyashina dan @tiffaniafifa berhasil menciptakan komunitas penggemar K-pop yang aktif dan terlibat, yang tidak hanya menikmati konten yang mereka hasilkan tetapi juga terinspirasi untuk belajar lebih banyak tentang K-pop dan mungkin bahkan mencoba meniru keterampilan yang mereka tunjukkan. Melalui dedikasi dan kreativitas mereka, @natyashina dan @tiffaniafifa memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan dan daya tarik K-pop, menjadikannya lebih mudah diakses dan diapresiasi oleh audiens global. Dengan demikian, mereka tidak hanya menjadi ikon dalam komunitas penggemar K-pop, tetapi juga duta budaya yang membantu menyebarkan pengaruh K-pop ke berbagai penjuru dunia.