

BAB IV

DESKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Profil Karin Novilda (Awkarin)



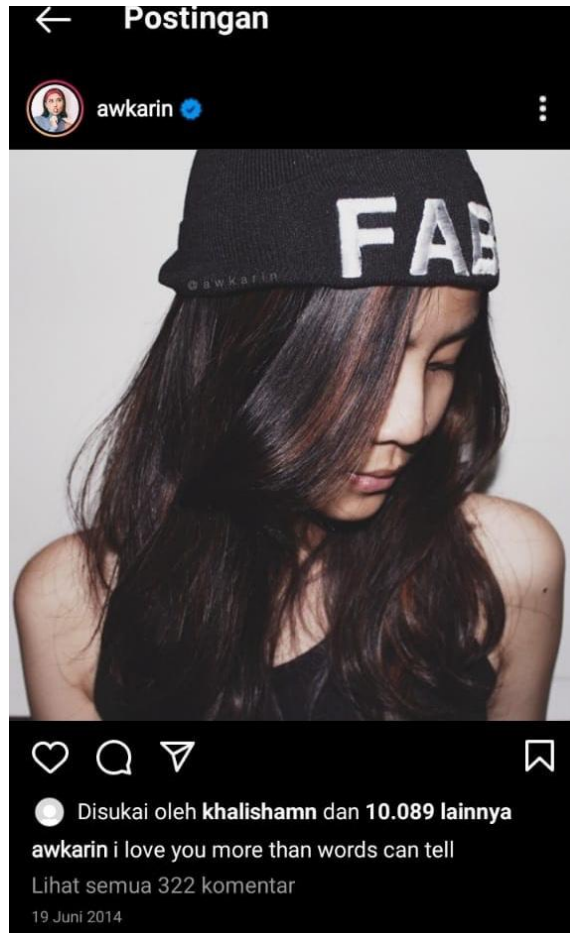
Gambar 4 Foto Awkarin

Pemilik akun *Instagram* @awkarin atau bernama asli Karin Novilda merupakan seorang selebgram atau influencer asal Indonesia yang aktif di media sosial seperti *Instagram* dan *Youtube*. Awkarin lahir di Jakarta, 29 November 1997 Saat ini berumur 23 tahun. Lahir di Jakarta membuat @awkarin mengeluti dunia *fashion* yang juga menjadi sumber penghasilannya. Akunnya mengalami peningkatan tiap harinya berawal dengan total 7.797 penyuka pada kiriman pada foto pertama dihalaman *Instagram* ditahun 2014. Karin Novilda memiliki nama lain Awkarin atau Kayeen. Awkarin aktif sebagai selebgram sejak tahun 2016 hingga sekarang. Awalnya ia ingin memberi nama untuk akunnya dengan Awkard Karin tetapi hal itu dirasa terlalu Panjang untuknya. Ia menginginkan

username yang “Unik” . Hingga Desember 2021 ini, Awkarin telah mencapai 7,3 Juta *followers* dan awkarin saat ini menjadi seorang selebgram karena postingan Instagramnya dianggap menarik oleh kaum remaja.

Sebelum mencapai kesuksesannya seperti sekarang ini, Awkarin pernah menjadi sorotan publik karena beberapa kontroversi yang menyangkut dirinya. Diawali dari video curhat menangis karena putus dari mantan kekasihnya yang diunggah melalui Youtube. Hingga kontroversi atas video klip lagu yang dibuat bersama Young lex dengan judul “Badass”. Awkarin terkenal karena postingan fotonya yang “berani”, ia tak jarang memposting foto terkesan vulgar bersama kekasihnya. Tak hanya itu, Awkarin juga sering mengunggah foto yang kurang pantas seperti menggunakan pakaian minim, menunjukkan tattoo, sampai potret kehidupan “bebas” bersama teman-temannya. Tak jarang kata-kata kasar dan olokan juga sering dijumpai pada insta story di media sosial instagramnya, sehingga membuat KPAI mengambil tindakan atas kebebasan Awkarin yang kurang baik di media sosial. Tetapi dari tahun ke tahun Awkarin mulai memperbaiki dirinya dengan menjadi pribadi yang lebih baik contohnya ikut dalam aksi kemanusiaan dalam bencana alam di Kota Palu, Sulawesi Tengah, lalu ikut menjadi bagian dari kitabisa.com, dan pernah membantu memberikan bantuan konsumsi kepada para pendemo RUU KUHP.

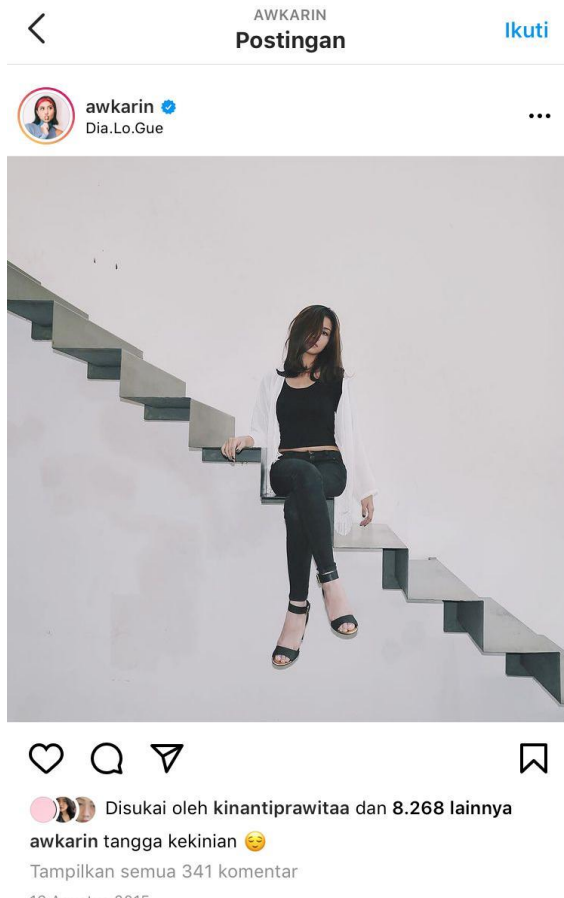
Gambar 5 Unggahan pertama @awkarin pada akun Instagram



Sumber: Instagram @awkarin (2021)

Setelah mengunggah beberapa foto, pada tanggal 4 Mei 2014 – 27 Agustus 2014 @awkarin membagikan foto dirinya atau yang biasa disebut yaitu Selfie. Unggahan foto tersebut berisi tentang gaya foto selfie dirinya mulai dari *accessories* yang digunakan, warna rambut hingga makeup yang ia gunakan. @awkarin selalu rutin mengunggah foto *selfie* dirinya dengan berbagai gaya yang cute dan aesthetic hingga *feeds Instagram* miliknya juga mempunyai tema yang kekinian.

Gambar 6 Unggahan OOTD @awkarin pada akun Instagramnya



Sumber: Instagram @awkarin (2021)

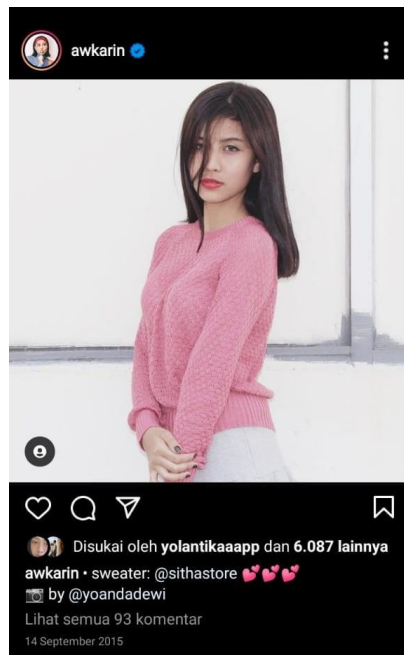
Selanjutnya melalui unggahannya yang berupa foto maupun video yang sudah didominasi oleh konsep foto OOTD, @awkarin mulai menjalankan konsistensinya untuk mengunggah konsep foto yaitu mengenai *outfit* yang digunakan didukung dengan *caption* yang mengekspresikan tempat yang di maksud dari foro tersebut. hal ini terus dilakukan @awkarin hingga mendapatkan respon berupa suka (*like*) sebanyak 8.268 dan komentar sebanyak 341. Namun dalam unggahan tersebut @awkarin belum membangun gaya yang di ingin ditonjolkan sebagai identitas dirinya.



Gambar 7 Unggahan pertama OOTD @awkarin pada akun instagram

Sumber: Instagram @awkarin (2021)

Gambar 8 Gambar 4.4 Unggahan pertama OOTD @awkarin



Sumber: Instagram @awkarin (2021)

Sebagai layaknya pengguna *Instagram* yang lain @awkarin masih mengunggah hal-hal yang disukainya yang sesuai dengan konsep awal dilahirkannya *Instagram* dalam media sosial, yaitu untuk mengekspresikan yang ada dalam diri kita, baik berupa *hobby* atau hal-hal yang disukai saja. Meskipun @awkarin sudah mulai konsisten untuk mendominasi unggahan dengan konsep foto atau video OOTD, namun ia masih sering mengunggah hal-hal lain yang disukainya. 2014 merupakan awal untuk @awkarin membangun *Personal Branding*. Meski belum spesifik *Personal Branding* seperti apa yang dibangun @awkarin sangat konsisten dalam mengunggah foto dan video dengan tema OOTD menggunakan sweater pink dengan celana putih. Selain konsep berpakaian @awkarin juga memperhatikan konsep foto dan video, dimulai dengan pemilihan lokasi pengambilan gambar, *angel* yang diambil, pose yang diambil hingga tahap *editing* dalam setiap foto atau video dan berupa *effect* dan hal lainnya untuk melihat keindahan dalam membawa serta dan mempresentasikan gaya berpakaian tersebut. Sehingga peran @awkarin sebagai komunikator (penyampai pesan) dalam mengemas pesan mengenai *fashion* dengan membuat konsep foto OOTD ditambahkan dengan *editing* kemudian diunggah melalui akun *Instagram*, agar dapat tersampaikan ke komunikator (penerima pesan) mengenai informasi OOTD yang telah diunggah hingga membuat para *followers* mencari tau produk *fashion* seperti apa yang telah @awkarin unggah di sosial medianya.

4.2 Penyajian Data

Penyajian data menjadi bagian penting pada suatu penelitian, dalam memenuhi keabsahan penelitian penulis diharuskan mencari sumber baik seorang informan, maupun diambil dari data berkas, serta dokumentasi yang didapatkan saat penelitian berlangsung. Lalu dari hasil sumber data dideskripsikan dalam tulisan, diharapkan dengan adanya observasi dan dokumentasi pada akun *Instagram* @awkarin serta didukung dari dokumen ataupun sumber lain pada penelitian ini. Penyajian data didasarkan pada permasalahan yang akan peneliti bahas dan sudah dirumuskan pada bab sebelumnya yaitu untuk mengetahui *Personal Branding fashion* selebgram Awkarin. Kemudian untuk mengetahui hal-hal yang harus diperhatikan @awkarin dalam menerapkan konsep dramaturgi (Erving Goffman) karena adanya keterkaitan dengan fenomena *Instagram* dalam pembentukan *Personal Branding*. Penelitian ini menggunakan frekuensi data yang diambil dari unggahan pada akun *Instagram* @awkarin ditahun 2020. Lalu di Melalui analisis data pada 8.337 unggahan sejak 19 Juni 2014 hingga 2 Januari 2020. Klasifikasi

yang diamati pada akun @awkarin, peneliti menemukan konsep gaya berpakaian yang dibawa oleh @awkarin masuk kedalam *old fashioned*.

Konsep dari gaya berpakaian yang dibawa dibagi menjadi 2 kategori yaitu *vintage* dan *retro*. Gaya *fashion vintage* diadaptasi sejak era 20an hingga 60an, di masa ini trend berbusana didominasi dengan gaya feminim dan bermotif garis-garis serta didukung dengan menggunakan *accessories*. Berbeda dengan *fashion vintage*, *fashion retro* disesuaikan sejak era 70an sampai 90an, pada masa ini gaya *retro* didominasi dengan busana yang *glamour* dan berani serta identik dengan warna-warna yang cerah, seperti menggunakan celana *cutbray* dan jaket kulit (Rully Bunga, 2019).

Tabel 2 Kategori Fashion

<i>Trend Fashion Vintage</i>	<i>Trend Fashion Retro</i>
Konsep gaya berbusana feminim	Konsep gaya berbusana cerah dan <i>glamour</i>
Menggunakan <i>accessories</i>	Menggunakan dominasi celana <i>cutbray</i> dan jaket kulit
Pakaian dengan banyak motif	Pakaian dengan kaya warna

Kategori *Trend Fashion*

4.2.1 *Personal Branding* melalui Gaya Berpakaian

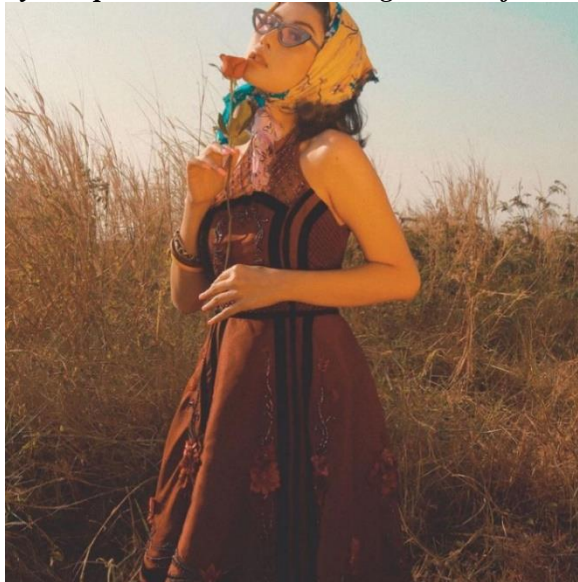
Peran Personal Branding selebgram Awkarin dinilai sangat penting dibentuk untuk menunjukkan entitas yang mudah dikenali dan menyajikan nilai tertentu sehingga pakaian yang ditampilkan oleh Awkarin dapat langsung mengenai khalayak yang diinginkan serta dapat disesuaikan dengan seseorang. Awkarin juga perlu membangun personal dirinya untuk membedakan dirinya dengan orang lain melalui ciri khas yang dimilikinya dan dapat memudahkan orang lain untuk mengenalnya. Ciri khas dapat dibentuk dengan berbagai hal dan berbagai aspek tergantung bagaimana konsep yang ingin direncanakan. Seperti yang dikatakan oleh Peter Montoya (Rangkuti, 2010:88) yaitu *Personal Branding* merupakan sebuah proses yang membutuhkan keahlian, kepribadian, dan karakteristik unik yang dikemas dalam suatu identitas yang kuat yang mampu mengingatkan seseorang ditengah masyarakat dan pesaing lainnya.

Dalam penelitian ini, Akun *Instagram* @awkarin membentuk *Personal Branding* dirinya dengan bentuk kecintaanya pada keahliannya dalam memadupadankan pakaian dan bidang yang digeluti seputar dunia *fashion* menjadikan @awkarin sebagai *selebgram Fashion*, tentunya sangat diperlukan

gaya berbusana yang difokuskan agar menjaga eksistensi dalam bidangnya, @awkarin mulai merujung gaya berpakaianya pada karakter *old fashioned*. Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti melalui akun *Instagram* @awkarin terdapat karakteristik gaya berpakaian yang diklasifikasikan kedalam dua *trend fashion*, yaitu *trend fashion vintage* dan *trend fashion retro*.

Perbedaan diantaranya jelas terlihat berbeda, yang paling kontras yaitu dari tahun diadaptasinya. Untuk *trend fashion vintage* diadaptasi dari tahun 20an hingga 60an, pada tahun tersebut banyak sekali perempuan yang memiliki gaya berpakaian feminim dimana model pakaian yang digunakan menggambarkan karakter perempuan yang *soft* dan kalem. Gaya berpakaian yang banyak diminati dan digunakan berupa *mini skirt* dan kemudian dipadukan dengan atasan *blazer* dan sedikit diberi asesoris *scarf*. *Trend fashion retro* banyak juga didominasi dengan pakaian yang *glamour*, bisa juga model pakaian *retro* didominasi dengan warna-warna yang cerah (Rully Bunga, 2019). Sebanyak 6 unggahan dipilih berdasarkan klasifikasi *trend fashion* yang peneliti simpulkan dari sebagian unggahan *Instagram* Awkarin pada tahun 2019 hingga 2020, yaitu:

Gambar 9 Gaya berbusana @awkarin dengan trend fashion vintage (1)



Sumber: *Instagram* @awkarin (2019)

Unggahan gambar 4.5 pada tanggal 12 April dianalisis bahwa dalam unggahan foto tersebut Awkarin telah memakai busana terusan yang bermotif bunga dan garis menimbulkan kesan lawas dan *elegant*. Selain itu @awkarin menambahkan *accessories* berupa *scarf* dan kacamata dan setangkai bunga

mawar sebagai pelengkap foto dan busana. Penyampaian busana sudah diatur dalam konsep *outdoor* dengan latar belakang alang-alang dan didukung dengan penambahan *effect* warna yang hangat sehingga menimbulkan kesan lawas. Dalam unggahan ini @awkarin berhasil mendapatkan *like* (disukai) sebanyak 143.695.

Gambar 10 Gaya berbusana @awkarin dengan trend fashion vintage (2)



Sumber: Instagram @awkarin (2020)

Selanjutnya, unggahan pada gambar 4.6 pada tanggal 25 Juli dianalisis bahwa dalam foto tersebut Awkarin telah memakai busana dengan atasan wanita tanpa lengan bermotif batik berwarna biru tua dengan bawahan *mini skirt* berwarna hitam polos. Sama seperti unggahan sebelumnya @awkarin menambahkan *accessories* berupa baret untuk meningkatkan kesan *elegant* dan lawas. Penyampaian produk yang diatur dalam konsep *indoor* dengan latar belakang background studio berwarna ungu muda dan tidak lupa juga penambahan *effect* warna cerah dan hangat agar memfokuskan kesan lawas. Dalam unggahan ini @awkarin mendapatkan *like* (disukai) sebanyak 235.146.

Gambar 11 Gaya berbusana @awkarin dengan trend fashion vintage (3)



Sumber: Instagram @awkarin (2019)

Unggahan ketiga gambar 4.7 yang dipilih pada tanggal 30 September dianalisis bahwa dalam foto tersebut Awkarin telah memakai busana dengan atasan tangan panjang berwarna putih dengan motif kupu-kupu dan *love*. Serta bawahan *mini skirt* bermotif garis berwarna ungu dan kuning serta memakai sepatu *heels boots* putih dengan kaos kaki bermotif pelangi. Penambahan *accessories* pertama berupa bandana agar menimbulkan kesan lawas lalu *accessories* kedua adalah *shoulder bag* untuk menambah kesan *oldness*. Penyampaian produk ini dikemas menggunakan konsep di luar ruangan dengan memakai latar belakang tembok berwarna putih. Selain itu juga @awkarin masih konsisten kembali menggunakan *effect* warna *dark* dan hangat demi menekankan kesan lawas. Dalam unggahan ini @awkarin mendapatkan like (disukai) sebanyak 140.781.

Melalui 3 unggahan yang ikut kedalam kategori *trend fashion vintage* @awkarin telah membentuk personal dirinya dengan unggahan foto yang memakai konsep latar belakang *outdoor* dan *indoor*. Gaya *fashion* yang didominasi dengan warna yang *dark* dan *soft* didukung dengan pemberian editan

berupa *effect* warna yang hangat serta menunjukkan penekanan waktu pada zaman lawas.

Trend fashion vintage memiliki perbedaan yang khas dengan *trend fashion retro* yang disesuaikan dari tahun 20an hingga 60an. Gaya busana yang diadaptasi adalah gaya berpakaian kaya warna yang sangat berani (*colorfull*) dengan versi glamour, sedangkan untuk motif yang banyak dipakai yaitu bunga dan simetris.

Trend fashion retro menjadi salah satu *trend* yang berani memadukan warna satu dengan warna yang lainnya. Setelah berani memakai warna yang cerah, dan *glamour* model *trend fashion retro* juga menonjolkan diri dengan model celana jeans, atasan ketat dan jaket kulit atau berbulu.

Gambar 12 Gaya berbusana @awkarin dengan trend fashion retro (1)



Sumber: Instagram @awkarin (2020)

Unggahan pada gambar 4.8 yang dipilih pada tanggal 20 Januari dianalisis bahwa dalam foto tersebut Awkarin menggunakan baju terusan bermotif loreng warna warni dan dilengkapi dengan tas selempang serta kacamata. Penyampaian

produk yang diatur dengan konsep *outdoor* dengan latar belakang tembok *coffee shop*. Dan penambahan *effect* warna yang sedikit gelap. Dalam unggahan ini @awkarin mendapatkan *like* (disukai) sebanyak 112.599.

Gambar 13 Gaya berbusana @awkarin dengan trend fashion retro (2)



Sumber: Instagram @awkarin (2019)

Analisis kedua pada unggahan gambar 4.9 tanggal 27 September dianalisis bahwa pada foto tersebut Awkarin menggunakan busana dengan atasan putih tanpa lengan dengan bawahan celana jeans *cutbray*. Serta memakai sepatu *heels boots* agar menambah kesan. Penyampaian produk ini dikemas menggunakan konsep di luar ruangan dengan memakai latar belakang tembok berwarna putih. Dalam unggahan ini @awkarin mendapatkan like (disukai) sebanyak 145.741.

Gambar 14 Gaya berbusana @awkarin dengan trend fashion retro (3)



Sumber: Instagram @awkarin (2020)

Analisis terakhir pada unggahan gambar 4.10 pada tanggal 11 Agustus, bahwa dalam unggahan foto tersebut Awkarin telah menggunakan *long dress sabrina* berwarna merah *maroon* yang telah dikemas dalam konsep berlatar belakang *old house*. dalam unggahan tersebut @awkarin telah mendapatkan *like* sebanyak 84.788 hal ini disebabkan oleh *effect* cukup gelap yang telah ditonjolkan beserta kontras pengambilan gambar di luar ruangan yang mewujudkan kesan yang *glamour*.

Pandangan tentang *trend fashion retro* yang telah ditampilkan oleh @awkarin berhasil mendapatkan respon disukai (*likes*). Konsistensi dengan menggunakan busana yang cerah dan kaya warna untuk memadupadankan gaya berbusana yang ditemukan dari 5 foto yang telah dianalisis oleh peneliti. Dalam pembuatan konten menurut *Instagram @awkarin* diatur sangat matang, mulai dari pemilihan busana dari atasan, bawahan, *accessories* pendukung busana seperti *scarf*, kacamata, *shoulder bag*, topi baret, dan tentunya pemilihan tempat sebagai pendukung konsep *old fashioned* terhadap gaya berbusana yang dimiliki

@awkarin. Tahap pengambilan gambar dan proses *editing* berperan sangat besar kedalam konsep fashion agar tersampaiannya bentuk dan tingkat keindahan.

Gambar 15 Unggahan OOTD @awkarin sebagai personal branding



mazdadelf celananya pliiiss banget yg tau spill dooongg, kepengen dari lama:(



18m

Sumber : *Instagram @awkarin (2020)*

Konsistensi dalam menentukan gaya berpakaian menjadi salah satu poin pembentuk *personal branding* yang telah membedakan @awkarin dengan selebgram fashion lainnya. Peluang menjadi selebgram telah didapatkan dengan meningkatkan hobi dalam berfoto menggunakan *outfit* yang bertema *old fashioned* membuat @awkarin menjadi contoh *fashion* bagi para followers (pengikut) dan pengguna *Instagram* lainnya. Banyaknya ketertarikan dalam menemukan informasi mengenai *outfit* yang digunakan oleh @awkarin dimulai dari merek, harga, nama barang dapat menjadi gambaran bagi para *followers*. Unggahan foto dan video pada *Instagram @awkarin* menjadi referensi dalam gaya berbusana bagi para *followers* (pengikut) maupun *non followers* (bukan pengikutnya), hal ini atas kebutuhan berbusana yang beraneka ragam baik bagi mereka yang akan berpergian dan menghadiri acara yang bertema *old fashion*, atau untuk kegiatan sehari-hari dalam membangun citra diri.

Selanjutnya hal yang harus diamati dalam pembentukan *personal branding* yaitu kepribadian. Kepribadian itu dibentuk tidak hanya terus menerus untuk meningkatkan citra diri, tetapi untuk membangun kepribadian yang baik serta didasarkan dari alam bawah sadar sehingga tidak menimbulkan kepribadian berbeda antara kehidupan sesungguhnya dan kehidupan didalam sosial media. Begitu pun yang dilakukan @awkarin kepribadian dirinya yang dicerminkan didalam unggahan foto dan video baik dengan hasil kerjasama atau unggahan pribadi melalui *Instagram* adalah hasil spekulasi dari kepribadian yang diambil @awkarin dalam kehidupannya sehari-hari. Dengan ciri khas dan keaktifan serta watak yang ceria membuat @awkarin gampang dikenali masyarakat, hingga faktor kepribadian pun diperhatikan bagi seseorang selebgram untuk membantu pembentukan identitas pribadi.

Selain itu *instagram* juga menjadi media eksistensi dalam meningkatkan strata seseorang, dengan gaya pembawaan dan ciri khas yang dimiliki seseorang dapat memiliki pengaruh kuat terhadap pengikutnya seperti *Influencer* dan Jumlah *Followers* dengan jumlah yang besar dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengikutnya contohnya *selebgram, youtuber, public figure* dan lainnya (Tokopedia,2019) *influencer* juga terbagi menjadi 4 yaitu:

1. *Nano Influencer*, merupakan seseorang yang memiliki *followers* antara 1000 hingga 10.000. Keterbatasan jumlah pengikut yang rata-rata hanya sampai 10.000 tidak mengurangi kualitas *influencer* karena mereka memposting konten dengan kategori yang benar-benar mereka kuasai.
2. *Micro Influencer*, adalah kreator yang memiliki *followers* antara 10.000 hingga 100.000. beberapa diantara mereka selain menjadi *influencer* ada yang menjadi *blogger*
3. *Macro Influencer*, merupakan kreator profesional yang memiliki kemauan untuk berbagi kehidupan mereka. *Influencer* ini memiliki *followers* antara 100.000 hingga 1 juta orang.
4. *Mega Influencer*, adalah *influencer* yang memiliki *followers* sudah lebih dari 1 juta dan masuk dalam kategori selebritas dan biasanya akun *instagram* nya sudah bercentang biru.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada 5 *followers* aktif, beberapa ada yang mengatakan bahwa @awkarin masuk kedalam kategori *mega influencer* atau selebritas.

“Menurut aku awkarin itu sosok selebgram yang ngasih good influence buat para followersnya mulai dari gaya fashion nya terus karir nya juga apalagi dia udah bisa dibilang selebriti papan atas”.

(Metha, 12-12-21)

Bagi Metha fashion awkarin sangat keren karena awkarin pintar untuk mix and match baju dan cara berpakaian yang berciri khas old fashion membuat Instagram @awkarin sering dikunjungi oleh pemilik akun lain dan menjadi referensi dalam berpakaian serta hendak mengetahui update terbaru OOTD awkarin yang diunggahnya.

“kalo aku liat fashion awkarin tuh lebih ke vintage sih karna aku litanya pakaiannya feminim banget ya, mungkin ada beberapa dia pake jaket kulit gitu tapi dari beberapa kehidupan sehari-hari fashionnya lebih ke vintage sih”

(Nicko, 13-12-21)

Dari hasil wawancara dengan informan kedua, dapat dilihat bahwa gaya fashion awkarin lebih dominan ke arah gaya *fashion vintage* karena awkarin sering menggunakan pakaian yang feminim.

Hasil wawancara informan kedua diperkuat dengan jawaban yang diberikan informan ketiga.

“@awkarin itu memiliki ciri khas banget ca, aku suka kalo liat kontennya yang kreatif mulai dari gaya pakaiannya, effect nya, sampe cara pengemasan waktu dia upload ke Instagram”

(Yasmine,13-12-21)

Dari hasil wawancara ketiga, dapat dilihat bahwa *personal branding* seorang selebgram @awkarin harus memiliki ciri khas di setiap kontennya yang disesuaikan dengan kemampuannya. Konten yang telah dikonsep dengan niat dapat menambah nilai plus karena memang definisi dibuatnya *Instagram* adalah aplikasi untuk membagikan video dan foto. Walaupun awalnya orang cuma menggunakan *Instagram* sebagai media untuk mengekspresikan diri melalui fitur-fitur yang dibagikan. Seorang *selebgram* perlu menyajikan sesuatu yang berbeda bagi konten yang ingin diberikan sehingga akan menambah poin yang lebih agar meyakinkan khalayak mengenai *fashion* yang ingin dibawakannya melalui *Instagram* karena kuatnya dan kegigihannya pada *personal branding* yang didapat dibandingkan dengan selebgram yang lainnya.

Sebagai *Mega influencer* dan dengan kemampuan di bidang *fashion* @awkarin membuktikan eksistensinya untuk melakukan review OOTD @awkarin juga memanfaatkan fitur *effect* dan *caption* yang telah disediakan oleh *Instagram* agar mempermudah @awkarin untuk menyebarkan foto dan video. Nilai tambah yang didapatkan @awkarin dibandingkan dengan *selebgram* yang

lainnya yaitu konsistensi dalam memilih gaya busana dengan tema *old fashioned*. Selain itu kegunaan *Instagram* sebagai media pencapaian diri, @awkarin memperoleh peluang untuk menghasilkan pendapatan sendiri.

“menurutku aku tau fashion nya @awkarin berbeda dari selebgram yang lain karena dia itu lebih berani karena apa yang dia pakai pasti bagus meskipun dia pake baju yang murah kalo dia pake pasti kelihatan bagus”

(Stephany,12-12-21)

Dari hasil wawancara informan keempat diamati bahwa informan menyadari bahwa @awkarin berbeda dari selebgram yang lain karena berani dalam memadupadankan pakaian dan saat @awkarin memakai pakaian dengan harga yg murah tetap terlihat menawan.

“aku suka banget fashion @awkarin waktu pake jaket terus celana jeans karena emang dia lebih ke maskulin gaya pakaiannya”

(Icha,13-12-21)

Hasil wawancara kelima dapat disimpulkan bahwa gaya fashion @awkarin lebih mengarah pada gaya *fashion retro* dengan menggunakan jaket kulit dan celana *jeans*.

“menurutku @awkarin mementingkan fashion untuk dirinya sendiri dan hal itu berputar juga untuk kebutuhan sosial medianya”

(Icang, 19-12-21)

Dari hasil wawancara terakhir @awkarin memiliki *fashion* yang harus terpenuhi agar @awkarin sendiri mendapatkan feedback dari hal tersebut untuk menunjang status sosial media *instagramnya*.

4.3 Pembahasan

Setelah selesai melakukan wawancara pembahasan yang peneliti jelaskan merupakan hasil dari analisis dari penyajian data yang telah diulas oleh peneliti sebelumnya. Peneliti menggunakan konsep teori Dramaturgi by Erving Goffman untuk menganalisis data tentang *personal branding* selebgram @awkarin di media sosial *Instagram* terhadap pandangan *followers* mengenai *fashion @awkarin*. *Personal branding* yang telah dibentuk oleh @awkarin melalui sosial media *Instagram* nya melalui berbagai proses yang sangat lama sehingga mendapatkan tingkatan sebagai mega *influencer*. Demi mencapai *personal branding* yang baik seseorang perlu mempunyai kesadaran bagi kompetensi dirinya , terus menggali potensi yang dimiliki serta membenahi diri

dan paling penting yaitu menjaga *image* yang telah dibangun sebelumnya untuk memperoleh manfaat besar pada *personal branding*. @awkarin telah menentukan konsentrasinya dalam memadupadankan gaya berpakaian yang bertema *old fashioned* dengan *trend fashion vintage* dan *trend fashion retro* dimana keduanya sama berlatang belakang pada tahun 90-an tetapi dengan ciri khas yang berbeda. Seperti yang telah dilakukan oleh @awkarin melalui akun *Instagram* nya konsep yang dasar yang bermula dari *hoby* berfoto membuatnya sukses merambah dunia *fashion*. Dengan penelitian pada akun *Instagram* @awkarin, peneliti menilai bahwa adanya faktor yang mendorong berhasilnya *personal branding* seorang @awkarin untuk mendapatkan kepercayaan bagi khalayak agar dirinya dapat menjadi referensi dalam gaya busana dengan tema *old fashioned* pada *trend fashion vintage* dan *trend fashion retro*. Serta pentingnya pengaplikasian konsep teori Dramaturgi by Erving Goffman yang berperan besar dalam suksesnya pembentukan *personal branding* seorang @awkarin di dalam dunia persaingan dalam *branding fashion* melalui media sosial *Instagram*.

Awkarin telah melakukan *rebranding* dirinya terhadap *intagramnya* dengan mengharapkan agar bisa disukai oleh banyak orang. Saat ini Awkarin sering menggunakan *instagramnya* dengan melakukan kegiatan yang positif contohnya seperti, olahraga, menggalang dana bagi korban bencana alam, dan berbagi inspirasi *fashionnya* untuk para *followersnya* , dan membantu mempromosikan bisnis-bisnis yang akan dipublikasikan melalui *Instagram* bagi *followersnya* yang rata-rata adalah remaja. Dari isi konten foto dan video yang di unggah oleh Awkarin, peneliti dapat menganalisis *personal branding* yang ia lakukan, dan hampir isi kontennya berbasis pada dunia *fashion*

Instagram adalah salah satu media sosial yang memberikan kemudahan bagi @awkarin untuk mengunggah produk pakaian yang telah dipakainya namun tidak hanya berbentuk foto atau video saja namun bisa juga bekerja sama dengan para *selebgram* yang memiliki ciri khas dalam setiap pembuatan konten foto atau video agar mempermudah dalam menggapai para khalayak agar lebih tertarik melihatnya. Untuk mengetahui bentuk *personal branding* yang telah berhasil dilakukan @awkarin via *Instagramnya*, dirujuk pada konsep teori *personal branding* Dramaturgi by Erving Goffman yang telah dijabarkan sebagai berikut:

1. Panggung Depan (*front stage*)

Panggung depan yang dimiliki oleh @awkarin adalah tempat dimana dia mencerminkan peran di depan para khalayak atau *followers* nya. Panggung depan juga dapat menampilkan kehidupan sehari-hari hingga gaya berpakaian

selebgram @awkarin yang ditampilkan dalam media sosial *Instagram*, selain itu juga @awkarin memainkan perannya agar dapat memudahkan @awkarin mendapatkan tujuan yang diinginkan seperti meningkatkan status sosial dan juga untuk mendapatkan respons dari para *followers* nya.

2. Panggung Belakang (*Back Stage*)

Panggung belakang yang dimiliki @awkarin adalah mempersiapkan diri agar bisa membantunya dalam perannya nanti di depan panggung nanti. Panggung belakang ini tempat dimana @awkarin memenuhi peran saat tampil di depan panggung atau khalayak. Di dalam panggung belakang adalah panggung sebenarnya dan harus melakukan observasi secara partisipan dan wawancara Awkarin saja tidak cukup. Di dalam penelitian panggung belakang ini peneliti memiliki keterbatasan dalam mendapatkan observasi pada Awkarin secara nyata

3. Penonton (*Audience*)

Penonton disini merupakan *followers* @awkarin yang telah menonton pertunjukkan yang sedang ditampilkan oleh @awkarin. Penonton juga dapat diartikan sebagai pengguna *Instagram* yang melihat setiap unggahan dari @awkarin yang sedang melakukan *branding* pada media sosial *Instagram* nya.

4. Pengelolaan Pesan (*Impression Management*)

Konsep pengelolaan pesan disini adalah salah satu mengapa @awkarin menaikan sebuah peran yang telah dimainkan. @awkarin ingin menumbuhkan kesan kepada *followers* nya yang sesuai dengan peran yang sedang ditunjukannya. @awkarin disini memainkan peran dimana dia adalah *selebgram* yang mampu membeli barang atau *fashion branded* dan melakukan suatu aktivitas yang sedang ditampilkannya bahwa @awkarin memiliki nama yang terkenal. @awkarin menunjukkan pesan dalam media sosial nya melalui foto dan *instastory* yang @awkarin unggah di akun *Instagram* pribadinya disertai dengan *caption* yang mendukungnya dalam menciptakan *image* dalam media sosial. Usaha dalam membangun *branding* diri dengan entitas tertentu mampu membentuk *personal branding* diri seseorang. Dengan kemampuan yang telah dimiliki, lalu kemauan untuk mempertajam kemampuan tersebut, sehingga dapat menekankan ciri khas yang hendak ditonjolkan agar mempermudah seseorang supaya diingat dan dikenali diantara para pesaing yang lainnya. Mobray (2019) memperkirakan bahwa kemampuan dalam memakai atribut secara bebas yang dapat menunjukkan kemampuan menggunakan

atribut secara bebas yang membuktikan kemampuan dalam mengatur harapan yang hendak orang lain temui dalam pertemuan, dengan tujuan supaya menimbulkan perspektif tentang diri oleh orang lain. Seorang *selebgram* harus memiliki *personal branding* agar mampu bersaing dalam media sosial.