

Personal Branding Cut Fatimah Didasarkan pada Representasi Followers Media Sosial Instagram @cutfatimahhh

Livia Devi Octaviany*, Yasser Fikry

Prodi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, Indonesia.

*liviadevio29@gmail.com, ssrfikry@gmail.com

Abstract. With the advent of Instagram, new influencers have been born seeking public recognition. To become an influencer, of course, requires good personal branding in the eyes of the general public. Representation is an arrangement (shape or arrangement) that can represent, state or symbolize something by conveying or expressing something. The purpose of this study was to determine the personal branding based on the representation of Instagram Social Media Followers @cutfatimahhh. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. This study uses an interpretive paradigm. The results of this study are that Cut Fatimah maintains her personal branding by creating content that complies with norms and laws, creating quality content, and always reviewing comments made by netizens. According to informants, Cut Fatimah deserves to be called an influencer/celebgram because she really inspires her followers through content uploaded on her Instagram social media, namely mix and match simple hijab fashion. Cut Fatimah is certainly different from other celebrity programs both in terms of the quality of the content, the contents are in accordance with their characteristics. Cut Fatimah's personal branding through her Instagram social media has fulfilled 8 main concepts of personal branding, namely: Specialization (The Law of Specialization), Leadership (The Law of Leadership), Personality (The Law of Personality), Difference (The Law of Distinctiveness), Visible (The Law of Visibility), Unity (The Law of Unity), Firmness (The Law of Persistence), Good Name (The Law of Goodwill).

Keywords: *Instagram, Social Media, Personal Branding.*

Abstrak. Dengan munculnya Instagram, influencer baru telah lahir untuk mencari pengakuan publik. Untuk menjadi seorang influencer, tentu membutuhkan personal branding yang baik di mata masyarakat umum. Representasi adalah susunan (bentuk atau susunan) yang dapat mewakili, menyatakan atau menyimbolkan sesuatu dengan cara menyampaikan atau mengungkapkan sesuatu. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui personal branding didasarkan pada representasi Followers Media Sosial Instagram @cutfatimahhh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Hasil dari penelitian ini adalah Cut Fatimah mempertahankan personal brandingnya dengan cara membuat konten yang sesuai dengan norma dan hukum, membuat konten yang berkualitas, selalu mereview komentar-komentar yang dibuat oleh netizen. Menurut para informan, Cut Fatimah layak dikatakan sebagai influencer/selebgram karena sangat menginspirasi para followersnya melalui konten yang diunggah di media sosial Instagramnya yaitu mix and match fashion hijab simple. Cut Fatimah tentu berbeda dengan celebgram lainnya baik dari segi kualitas konten, isi konten sesuai dengan ciri khasnya. Personal branding Cut Fatimah melalui media sosial Instagramnya sudah memenuhi 8 konsep utama personal branding, yaitu Spesialisasi (The Law of Specialization), Kepemimpinan (The Law of Leadership), Kepribadian (The Law of Personality), Perbedaan (The Law of Distinctiveness), Terlihat (The Law of Visibility), Kesatuan (The Law of Unity), Keteguhan (The Law of Persistence), Nama Baik (The Law of Goodwill).

Kata Kunci: *Instagram, Media Sosial, Personal Branding.*

A. Pendahuluan

Pengguna media sosial saat ini sangat banyak sehingga hampir setiap kalangan mulai dari anak-anak hingga orang tua tidak asing lagi dengan dunia internet khususnya media sosial. Dengan munculnya Internet dan telepon pintar, komunikasi langsung menjadi lebih mudah meskipun ruang-waktu terbagi. Saat ini, media yang tersedia untuk komunikasi sangat beragam, mulai dari media cetak hingga media online hingga internet (1).

Instagram sekarang sebagai media sosial berbasis internet yang populer di kalangan remaja. Menurut survei *We Are Social* per Februari 2022, media sosial Indonesia memiliki 191,4 juta pengguna aktif. Dan di Instagram sudah mencapai 99,15 juta orang (2).

Dengan munculnya Instagram, *influencer* baru telah lahir untuk mencari pengakuan publik. Untuk menjadi seorang *influencer*, tentu membutuhkan *personal branding* yang baik di mata masyarakat umum. Dengan *personal branding* atau merek pribadi seseorang membuat *branding* sendiri untuk akun media sosialnya untuk menonjolkan citra mereka di akun media sosial tersebut (3).

Personal branding melibatkan pengendalian secara sadar dengan cara apa orang lain memandang dan secara strategis mengelola persepsi tersebut untuk mendukung dalam mencapai tujuan (4). Agar lebih menonjol dan lebih berbeda bagi orang lain, Selebgram perlu memiliki perbedaan tersendiri untuk lebih dikenal orang lain dan memanfaatkan konten media sosial Instagram (5).

Salah satunya selebgram yang menggunakan media sosial Instagramnya untuk membangun *personal branding* sudah dikenal masyarakat yaitu Cut Fatimah atau yang biasa dikenal dengan panggilan Cut, dengan nama Instagramnya yaitu @cutfatimahhh. Cut Fatimah adalah salah satu *influencer* yang setiap hari aktif menggunakan media sosial Instagram dan membangun *personal branding* dengan gaya penyampaian yang unik dengan ciri khasnya. Cut menjadikan Instagram sebagai media ekspresi diri di media sosial dengan meng-*upload* konten tertentu ke akun Instagramnya. Cut saat ini memiliki 76 ribu *followers* atau pengikut media sosial Instagram dengan 93 postingan di akun Instagramnya dan terus bertambah setiap harinya (6).

Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana cara Cut fatimah dalam membangun *personal branding* didasarkan pada representasi *Followers* Media Sosial Instagram @cutfatimahhh. Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan yaitu bagaimana *personal branding* Cut Fatimah didasarkan pada representasi *Followers* Media Sosial Instagram @cutfatimahhh, maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui *personal branding* Cut Fatimah didasarkan pada representasi *Followers* Media Sosial Instagram @cutfatimahhh.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif menggunakan metode deskriptif. Hal ini dikarenakan untuk memperjelas kajian *personal branding* didasarkan pada representasi *Followers* Media Sosial Instagram @cutfatimahhh. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang yang merupakan pengguna Instagram dan *followers* aktif @cutfatimahhh dan mewawancarai Cut Fatimah sebagai informan kunci.

Metode pengumpulan data dalam riset ini dapat dibagi menjadi 2, data primer dan data sekunder. Informasi yang dikumpulkan pada survei ini merupakan data primer, dengan kata lain informasi didapat langsung melalui wawancara bersama pengguna media sosial yang aktif di Instagram dan mengikuti akun Instagram @cutfatimahhh kurang lebih 1 tahun. Sedangkan informasi sekunder merupakan informasi yang didapat secara tak langsung asal sumber-sumber utama, yakni informasi yang diperoleh lewat riset kepustakaan semacam jurnal, foto, buku, dan data terkait sehingga informasinya dapat ditingkatkan..

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Personal Branding @cutfatimahhh Spesialisasi (The Law of Specialization)

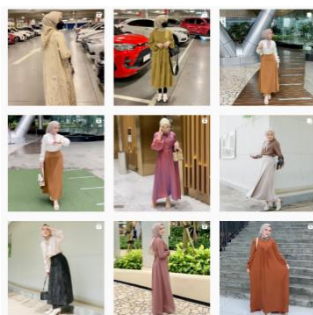
Cut fatimah mengatakan, Cut menggunakan media sosial Instagram lebih banyak berisi tentang

konten *fashion* hijab. Konten yang diunggah dari bulan Oktober 2018 sampai Desember 2022 berisi tentang padu padan busana hijab dari pakaian sehari-hari atau *endorse* sebuah *brand local*. Setelah melakukan wawancara mendalam dengan Cut Fatimah, Cut mengatakan bahwa:

“Saya merupakan content creator fashion yang biasa membuat konten endorse di outdoor karena menurut saya dengan kita memilih background outdoor merupakan salah satu cara untuk menunjukkan kegunaan dan kualitas dalam membuat content.”

Menurut para informan Cut Fatimah memiliki kreativitas serta ciri khas yang unik. Dengan membuat konten OOTD (*Outfit Of The Day*) yang simple untuk berhijab yang dapat menginspirasi, membuat konten kreatif seperti *mix and match* hijab outfit dan Cut Fatimah juga unik atau punya ciri khas nya tersendiri saat *review* barang yang sedang dipromosikan. Informan Tiara mengatakan:

“Yang unik dari dari ka Cut itu ide-ide kontennya yang kreatif jadi menarik para followersnya untuk ikutin cara berpakaian ka Cut.”



Gambar 1. Konten yang diunggah Cut Fatimah

Sumber : Akun Instagram @cutfatimahhh

Kepemimpinan (The Law of Leadership)

Cut Fatimah mengatakan bahwa dirinya menginginkan sosok pemimpin yang memiliki tanggung jawab, konsisten, tepat waktu, jujur. Cut mengatakan:

“Dengan memprioritaskan pilihan yang lebih penting, contoh pada saat saya ingin mengerjakan pekerjaan endorse, disaat yang sama saya juga mendapat tawaran mendadak untuk visit di salah satu toko di daerah Depok, maka saya akan memprioritaskan pilihan utama yaitu endorse.”

Para informan mengatakan bahwa Cut Fatimah memiliki peluang untuk menjadi seorang pemimpin untuk staf atau bawahannya, karena Cut Fatimah bisa memimpin dirinya dalam menangani pekerjaannya sendiri serta Cut Fatimah seseorang yang aktif dalam kegiatan sosial, memiliki percaya diri yang tinggi, memiliki kemampuan berbicara yang aktif, populer dalam beberapa kalangan, dan memiliki ilmu pengetahuan yang luas. Seperti informan Yani katakan:

“Liat lewat insta storynya bisa sih soalnya keliatannya tegas dalam berbicara trs wawasannya kaya tinggi”

Kepribadian (The Law of Personality)

Cut Fatimah mengatakan bahwa dirinya memiliki kepribadian yang friendly, humble, positif, sosok yang ceria, sangat ramah dengan lingkungan sekitar dan tentu nya tidak sombong adalah kepribadian yang akan disenangi oleh masyarakat. Cut Fatimah ingin menunjukkan kepada masyarakat atau followers Instagramnya sebagai kepribadian yang ceria, ramah, baik hati, mudah berinteraksi dan mudah bergaul.

Menurut Para Informan, Cut Fatimah merupakan selebgram yang humble, baik, ramah, ceria, Cut juga merupakan orang yang mampu bergaul dengan orang lain dan suka berbicara di depan orang banyak, selain itu suka menyebarkan hal hal positif dan selalu menginspirasi baik bagi followersnya atau yang melihat kontennya. Informan Nurul mengatakan :

“Setelah kurang lebih setahun follow ka Cut, menurut aku dia orangnya humble ya,

kadang juga suka respon DM (direct Message) dari followers. Yang aku harapkan sebagai followers sih pengennya ka Cut tetep humble, sering balesin DM followers, makin sering sharing tentang fashion gitu sih”

Perbedaan (The Law of Distinctiveness)

Untuk membedakan dirinya dengan orang lain, Cut Fatimah selalu mementingkan kualitas dari konten yang dibuat, selalu konsisten dalam mengupload konten, selalu mereview komentar-komentar dari followers. Kelebihan diri dari Cut Fatimah dan hal yang membedakan dirinya dengan orang lain adalah dengan membuat kualitas konten baik dari segi editing, isi konten, dan ketepatan waktu mengupload dan membuat konten sesuai dengan kepribadiannya (ciri khas).

“Kualitas content baik dari segi, editing, isi content, dan ketepatan waktu mengupload. Membuat content sesuai dengan kepribadian saya (ciri khas)”

Para informan tentunya memfollow selebgram yang lain, karena masing masing individu pasti punya personal brandingnya masing-masing, ingin dapat informasi ataupun konten inspiratif lainnya dan yang menjadi pembeda dari Cut Fatimah dengan influencer/selebgram lainnya adalah membawa atau menghadirkan konten-konten seperti mix and match outfit OOTD (Outfit Of The Day) yang berbeda dengan yang lain. Informan Nurul mengatakan :

“Ka Cut ini yg aku perhatiin dia kalau upload itu lebih sering bikin reels yg niat gitu. Dibandingkan selebgram lain yg lebih suka uploadnya hanya foto aja.”

Terlihat (The Law of Visibility)

Agar terlihat eksis di masyarakat, Cut Fatimah akan lebih sering lagi mengupload video di TikTok dan Instagramnya. Menurut Cut Fatimah membangun personal branding sangat penting karena hal tersebut tentunya sangat berguna bagi public figure khususnya content creator, karena dengan personal branding yang positif maka banyak brand / pihak yang ingin menjalin kerjasama dengan baik. Cut fatimah menjaga konsistensi antara apa yang diunggah dengan yang dilakukan kehidupan nyata dengan selalu membuat konten berdasarkan realita dan tidak dilebih-lebihkan.

“Saya selalu membuat video atau konten berdasarkan kepribadian dan fakta tentang diri saya sendiri (sesuai realita) dan tidak dilebih-lebihkan.”

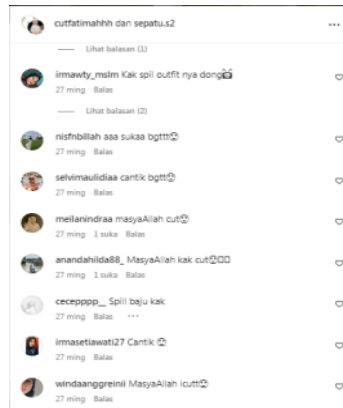
Informan mengatakan Cara Cut Fatimah mempromosikan dirinya di media sosial Instagram dengan membuat konten yang sangat dibutuhkan oleh para followers/calon followersnya, mengupload kontennya di reels dengan lagu-lagu yang kekinian yang dimana membuat kontennya lebih menarik, juga sering menggunakan hastag sehingga memungkinkan banyak viewers yang akan melihat kontennya.

Kesatuan (The Law of Unity)

Cut Fatimah mengatakan bahwa ia menjaga konsistensi antara apa yang diunggah ke media sosial dengan yang dilakukan di kehidupan nyata dengan selalu membuat video atau konten berdasarkan kepribadiannya dan untuk membangun citra atau cerminan yang diunggah ke media sosial instagramnya adalah citra yang baik bagi masyarakat dan membantu para anak muda yang sedang kebingungan dalam mencari informasi fashion, harapan Cut dapat membantu para followersnya dengan melihat konten video yang unggah. Cut Fatimah mengatakan:

“Tentu saja citra yang baik bagi masyarakat dan membantu para anak muda yang sedang kebingungan dalam mencari informasi fashion, harapan saya dapat membantu mereka dengan melihat konten video yang saya unggah”

Sejauh ini menurut informan, Cut Fatimah tidak ada berita buruk atau banyak komentar negatif di kontennya. Dan Cut Fatimah mengupload konten yang positif sehingga mendapat komentar positif dari followers atau yang melihat kontennya. Selain mengupload konten-konten menarik, Cut Fatimah juga mengupload beberapa kehidupan pribadinya. sejauh ini kehidupan pribadi atau gaya hidup Cut Fatimah sesuai dan berjalan dengan baik tidak ada yang dibuat-buat dalam menggunakan media sosial instagram dan Cut bisa memilah mana yang harus diupload mana yang tidak.



Gambar 2. Komentar positif yang diberikan followers Cut Fatimah

Sumber : Akun Instagram @cutfatimahhh

Keteguhan (The Law of Persistence)

Cut Fatimah menggunakan media sosial Instagram selama 7 tahun. Untuk membangun personal branding, Cut Fatimah melakukan beberapa tahapan dengan membuat konten yang sesuai dengan norma dan hukum, membuat konten yang berkualitas, selalu mereview komentar-komentar yang dibuat oleh netizen. Jika Cut Fatimah mendapatkan banyak tuntutan dalam melakukan sesuatu di media sosial, Cut akan melakukannya selama tuntutan dari masyarakat tidak memberatkannya dan sesuai dengan norma dan hukum yang ada.

“Membuat konten yang sesuai dengan norma dan hukum, membuat konten yang berkualitas, selalu mereview komen2 yang dibuat oleh netizen serta Selama tuntutan dari masyarakat tidak memberatkan saya dan sesuai dengan norma dan hukum yang ada, insya Allah akan saya lakukan.”

Informan mengatakan Cut Fatimah memiliki perkembangan yang signifikan dari dulu sampai sekarang dalam membangun personal branding di Instagramnya dengan membuat konten-konten yang lebih bervariasi. Menurut Informan Yani, Indri dan Shafira tidak ada konten Cut Fatimah yang hilang atau tidak pernah diupload kembali dan menurut informan Tiara dan Nurul tidak terlalu memperhatikan konten Cut Fatimah yang hilang atau tidak pernah diupload kembali.

Nama baik (The Law of Goodwill)

Menurut Cut Fatimah, nama baik yaitu hal yang penting untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat. Dalam menciptakan dan menjaga nama baik, Cut Fatimah Selalu konsisten dalam membuat video, Selalu menjaga kepercayaan masyarakat, selalu mengikuti hukum dan norma yang ada

Selama Cut Fatimah menjadi content creator, dari komen, dm dan pesan-pesan yang diterima tidak ada hate comment yang mengartikan masyarakat menyukai konten yang buatnya. Menurut para informan, Cut Fatimah sudah cukup baik dalam mempertahankan nama baiknya di Instagram sesuai dengan porsinya dengan membagikan konten-konten yang positif dan semoga lebih bervariasi lagi untuk konten kedepannya. dan Cut sudah mencapai personal branding yang baik. Informan Indri mengatakan:

“Dalam mempertahankan nama baiknya, ka Cut selalu memberikan konten-konten positif yang dapat diterima oleh khalayak ramai. Dan menurut aku, ka Cut sudah mencapai personal branding yang baik.”

Representasi Followers Media Sosial Instagram @cutfatimahhh

Para informan mengemukakan representasinya dengan cara menyampaikan atau mengungkapkan sesuatu sebagai followers media sosial Instagram @cutfatimahhh bahwa para informan rata-rata mengetahui Cut Fatimah berawal dari aplikasi TikTok lalu akhirnya memfollow Cut Fatimah di Instagram karena tertarik untuk melihat kegiatan sehari-hari Cut Fatimah dan barang-barang yang Cut Fatimah gunakan sebagai inspirasi atau referensi outfit yang Cut Fatimah promosikan melalui kontennya yang menarik.

Para informan menyukai konten Cut Fatimah yang sering ia unggah adalah racun fashion, rekomendasi dress, mix and match outfit simple dan membantu followersnya dengan share link outfit yang ia gunakan dengan tujuan agar memudahkan para followersnya bisa langsung membeli dari tautan yang dibagikan jika tertarik.



Gambar 3. Cut Fatimah membagikan tautan outfit yang sedang dipakai

Sumber : Akun Instagram @cutfatimahhh

Dan masing-masing informan memberikan reaksi yang berbeda terhadap tiap konten yang diunggah Cut Fatimah, informan Tiara dan Indri memberikan reaksinya menjadi terinspirasi untuk membeli dan memakai *fashion* yang Cut Fatimah promosikan, informan Shafira dan Nurul memberikan reaksi dengan *like* dan *comment* di setiap kontennya dan informan Yani hampir suka semua konten yang diunggah Cut Fatimah, terutama konten Cut Fatimah dengan kekasihnya.

Para Informan menerapkan sifat kepribadian Cut Fatimah ke dalam kehidupan pribadinya yaitu pribadi yang baik, rendah hati, percaya diri, menjadi diri sendiri yang apa adanya dan konsisten dalam membuat konten. Jiwa kepemimpinan dari Cut Fatimah yang dapat ditiru oleh para informan dalam kegiatan bekerja sama dengan team atau kelompok yaitu mampu bekerja sama dengan *team*, percaya diri yang tinggi, memiliki kemampuan berbicara yang baik di depan orang banyak, memiliki ilmu pengetahuan yang luas dan rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan.

Menurut para informan, Cut Fatimah layak dikatakan sebagai *influencer*/selebgram karena sangat menginspirasi para *followersnya* dengan jumlah *followers* puluhan ribu, banyak *followersnya* yang mengikuti gaya berpakaianya dan membuat orang percaya bahwa Cut Fatimah mampu memberikan pengaruh positif kepada mereka dengan konten-konten yang Cut Fatimah buat sehingga layak dikatakan sebagai *influencer*/selebgram dan tidak hanya orang tertentu yang bisa memiliki dan menciptakan *personal branding*, tetapi semua orang bisa memiliki *personal branding* yang baik untuk lebih dikenal orang-orang sekitar.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan wawancara mendalam dengan informan kunci dan informan pendukung, menyimpulkan bahwa para informan mengemukakan representasinya sebagai *followers* media social instagram @cutfatimahhh bahwa para informan rata-rata mengetahui Cut Fatimah berawal dari aplikasi TikTok lalu akhirnya memfollow Cut Fatimah di Instagram karena tertarik untuk melihat kegiatan sehari-hari Cut Fatimah dan barang-barang yang Cut Fatimah gunakan sebagai inspirasi atau referensi *outfit* yang Cut Fatimah promosikan melalui kontennya yang menarik.

Para Informan menerapkan sifat kepribadian Cut Fatimah ke dalam kehidupan pribadinya yaitu pribadi yang baik, rendah hati, percaya diri, menjadi diri sendiri yang apa adanya dan konsisten dalam membuat konten. Menurut para informan, Cut Fatimah layak dikatakan sebagai *influencer*/selebgram karena sangat menginspirasi para *followersnya* dengan jumlah *followers* puluhan ribu, banyak *followersnya* yang mengikuti gaya berpakaianya

sehingga layak dikatakan sebagai influencer/selebgram.

Personal branding Cut Fatimah melalui media sosial Instagramnya sudah memenuhi delapan konsep utama *personal branding*, yaitu Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), Kepribadian (*The Law of Personality*), Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), Terlihat (*The Law of Visibility*), Kesatuan (*The Law of Unity*), Keteguhan (*The Law of Persistence*), Nama Baik (*The Law of Goodwill*).

Cut Fatimah memiliki spesialisasi sebagai *content creator fashion* dengan memilih *background outdoor* untuk mencapai kualitas yang baik dalam membuat konten *mix and match hijab outfit* yang dapat menginspirasi *followersnya*. Menurut informan Cut Fatimah dapat dikatakan memiliki peluang untuk menjadi seorang pemimpin untuk staf atau bawahannya, Cut Fatimah merupakan selebgram yang memiliki kepribadian yang *humble*, baik, ramah, ceria. Cut Fatimah tentu berbeda dengan selebgram lainnya baik dari segi kualitas konten, isi konten sesuai dengan ciri khasnya. Agar terlihat eksis di masyarakat, Cut Fatimah sering mengupload konten menarik di Instagramnya. Cut Fatimah tidak ada berita buruk atau banyak komentar negatif di kontennya dan sejauh ini kehidupan pribadi atau gaya hidup Cut Fatimah sesuai dan berjalan dengan baik. Cut Fatimah sudah mencapai *personal branding* yang baik dan sudah mempertahankan nama baiknya.

Daftar Pustaka

- [1] Putri DR, Forceila D, Ivana L. Persepsi Pada Jingle Shopee Versi Baby Shark (Studi Deskriptif Followers Instagram @Shopee_id). *Inter Komunika J Komun*. 2021;6(1):1.
- [2] Riyanto AD. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022 [Internet]. 2022 [cited 2022 May 14]. Available from: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- [3] Rachmawati D, Fithrah Ali DS. Analisis Kriteria Personal Branding Selebgram Non Selebriti (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Lippielust). *J Komun*. 2018;12(1):23–30.
- [4] Montoya P. The personal branding phenomenon. *Pers Brand Press*. 2002;(2002):1–6.
- [5] Handoko Suhendar J. Strategi Personal Branding Dr.Tirta Melalui Media Sosial Instagram. 2020;1–17.
- [6] trendHERO. Account Analytics @cutfatimahhh [Internet]. 2022 [cited 2022 Dec 16]. Available from: <https://trendhero.io/app/instagram/cutfatimahhh>