

**PERSONAL BRANDING ADIPATI DOLKEN
MELALUI MEDIA SOSIAL
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure di Akun *Instagram* @Erigostore)**

Noverita Kartika Sari

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia

Jalan Arteri Pondok Indah No.11 Kebayoran Lama, Jakarta Selatan

Email: noveritakartika28@gmail.com

ABSTRACT

Instagram social media users in Indonesia are quite high. In addition to sharing photos, Instagram can be used to display a person's personal branding. The purpose of the research is to find out the personal branding of Adipati Dolken in forming signs, signifier and signified on the @erigostore Instagram account. This research uses the new media theory and interprets it with semiotics Ferdinand De Saussure to see signs, signifier and signified between Adipati Dolken and the Erigo brand. Using qualitative research. Data collection techniques used in this research are documentation in the form of photographs.

Keywords: *Instagram, Image, Brand, Personal Branding, Signs, Signifier, and Signified.*

ABSTRAK

Pengguna media sosial instagram di indonesia cukup tinggi. Selain ajang berbagi foto, *instagram* dapat dimanfaatkan untuk menampilkan *personal branding* diri seseorang. Tujuan penelitian untuk mengetahui *personal branding* Adipati Dolken dalam membentuk tanda, penanda dan pertanda di akun *instagram* @erigostore. Penelitian ini mengguakan teori *Simulacra* dan menginterpretasikan dengan semiotika *Ferdinand De Saussure* untuk melihat tanda, penanda dan pertanda antara Adipati Dolken dan *brand erigo*. Menggunakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian adalah dengan wawancara dan dokumentasi berupa foto.

Kata kunci : *Instagram, Image, Brand, Personal Branding, Tanda, Penada, dan petanda.*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, dalam produk-produk layanan *online* seperti *blog*, forum diskusi, *chat room*, *e-mail*, *website*, dan juga kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial. *instagram* menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan, hal ini dikarenakan *instagram* memiliki berbagai macam fitur yng lebih banyak dan spesifik sebagai aplikasi berbagi foto dan video.

Pengguna aktif *Instagram* terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta

pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 55 juta. Di Indonesia, *Instagram* merupakan media sosial yang paling sering digunakan keempat setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp. Awalnya, *Instagram* dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang dirilis pada 6 Oktober 2010. Namun, pada April 2012, *Instragram* diambil alih oleh Facebook dari Burbn Inc senilai US\$ 1 miliar. (andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report di akses pada 8/09/2018).Adanya *instagram* selain berbagi foto, fungsi lainnya yaitu dapat membangun sebuah brand, *instagram* juga