

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ridwan Kamil merupakan aktor politik yang aktif dalam penggunaan media sosial salah satunya instagram. Dengan memiliki followers berjumlah 19,8Jt Ridwan Kamil menjadi aktor politik yang paling terkenal dan memiliki jumlah followers yang sangat banyak. Di instagram Ridwan Kamil lebih sering aktif dan membagikan kegiatan pekerjaan beliau sebagai politikus, momen keluarga, ataupun sekedar melakukan quis bersama followersnya. Terkait respon followers juga rata-rata memberi ulasan yang baik ataupun saran-saran terkait kinerja yang ia lakukan. Dari beberapa media sosial yang tersedia, instagram merupakan media yang dipilih karena berkaitan dengan subjek yang akan diteliti, karena instagram merupakan platform yang menampilkan video atau foto dari waktu ke waktu. Ridwan kamil salah satu politikus yang selalu disorot, dia juga terkenal aktif melakukan interaksi dengan masyarakat melalui sosial media (Komunikasi & Bandung, n.d.). Bila dilihat dari akun instagram pribadi miliknya ia banyak membahas dan membagikan informasi mengenai isu-isu politik, pemerintahan, ataupun negara. Ridwan kamil juga menjadi salah satu tokoh elite politik yang terkenal di Jawa Barat.

Tabel 1.1
Perbandingan Instagram Politisi Indonesia

No.	Nama Aktor Politik	Jumlah Followers	Jumlah Following	Jumlah Postingan
1.	Ridwan Kamil	20,4Jt	4.610	8.118
2.	Sandiagauno	9Jt	587	11,4rb
3.	Anies Baswedan	5,8Jt	183	4.324
4.	Ganjar Pranowo	5,5Jt	4	6.644
5.	Agus Yudhoyono	5,4Jt	93	3.268
6.	Prabowo	5,2Jt	1	696
7.	Puan Maharani	2,4Jt	27	1.496

Tabel diatas merupakan analisis yang dilakukan untuk membandingkan dan mencari aktor politik yang aktif dalam penggunaan media sosial instagram khususnya. Isi dari tabel diatas merupakan sebagian nama aktor politik yang banyak dikenal masyarakat. Ridwan kamil ada dalam urutan pertama dengan total followers terbanyak yakni, 20,4M disusul dengan Sandiagauno dalam jumlah 9juta followers, diikuti dengan Anies baswedan dengan jumlah followers 5,8juta, Ganjar Pranowo 5,5juta lalu Agus yudhoyono 5,4juta followers, selanjutnya Prabowo dengan total followers 5,2juta, dan urutan terakhir ada Puan Maharani dengan total followers 2,4juta.

Postingan yang lebih banyak dibandingkan Ridwan Kamil. Anies baswedan ternyata lebih unggul dibandingkan dengan Ganjar Pranowo meskipun dari jumlah followersnya hanya selisih beberapa persen saja namun ternyata untuk keaktifan dalam menggunakan media sosial instagram ini Ganjar lebih sering melakukan pengunggahan postingan dilihat dari jumlah postingan beliau yang lebih banyak dari pada Anies baswedan. Sedangkan di posisi tiga terbawah ada AHY atau Agus Yudhyono, Prabowo, dan Puan Maharani yang ada di posisi terbawah. Selain jumlah followers, postingan serta keaktifan dalam menggunakan media sosial instagram, strategi yang hendak dilakukan juga harus menarik dan berciri khas. Bila diperhatikan ada banyak faktor yang membuat Ridwan Kamil mendapatkan followers yang tinggi sebagai seorang politikus, dari gaya kepemimpinan, inovasi dan pemanfaatan teknologi, pemberdayaan masyarakat yang beliau lakukan. Instagram dijadikan sebagai platfrom kepemimpinan Ridwan Kamil untuk membagikan momen-momen sebagai Gubernur Jawa Barat seperti kunjungan kerja, pertemuan dengan tokoh politik atau masyarakat, dan berbagai kegiatan pemerintah yang berkaitan dengan Jawa Barat. Ridwan Kamil sering mempromosikan partisipasi masyarakat dalam pembangunan Jawa Barat, di instagram pribadinya. Ia

juga sering berbagi cerita mengenai program-program masyarakat yang nantinya akan melibatkan partisipasi langsung dari masyarakat.

Riset menyebutkan pada tahun 2017 penggunaan instagram meningkat tinggi di Indonesia. Tercatat 89% masyarakat luas memilih untuk menggunakan media sosial instagram. Kisaran umur yang menggunakan instagram ialah usia 18-34 tahun. Mereka bisa mengakses instagram kapan saja, entah itu sehari sekali, ataupun beberapa jam sekali. Pengguna perempuan lebih mendominasi media sosial instagram ini dengan perhitungan 63%. Keuntungan para pengguna instagram diantaranya ialah kita bisa memposting baik foto ataupun vidio tak terhingga, dari waktu ke waktu dan bisa tersimpan dengan rapih. Penggunaan instagram akan mempunyai ruang tersendiri bagi pembentukkan citra diri terhadap foto atau vidio yang diposting. Tidak hanya itu instagram juga menyediakan komentar dan like dalam foto ataupun vidio yang diunggah. Ridwan Kamil merupakan politikus yang aktif dalam penggunaan media sosial salah satunya instagram. Dengan memiliki followers berjumlah 20,8Jt Ridwan Kamil menjadi aktor politik yang paling terkenal dan memiliki jumlah followers terbanyak. Hal ini merupakan salah satu alasan lain yang dipilih peneliti untuk memilih Ridwan kamil sebagai objek penelitian. Di instagram Ridwan Kamil lebih sering aktif dan membagikan kegiatan pekerjaan beliau sebagai politikus, momen keluarga, ataupun sekedar melakukan quiz bersama followersnya. Setelah memperhatikan beberapa unggahan beliau pada semenjak ia menjabat pada tahun 2018 beliau meningkatkan beberapa postingan sebagai sarana pembagian informasi terhadap masyarakat luas. Terkait respon followers juga rata-rata memberi ulasan yang baik ataupun saran-saran terkait kinerja yang ia lakukan. Dari beberapa media sosial yang tersedia, instagram merupakan media yang dipilih karena berkaitan dengan subjek yang akan diteliti, karena instagram merupakan platfrom yang menampilkan vidio atau foto dari waktu ke waktu dan dalam media sosial instagram Ridwan Kamil foto yang akan dijadikan sebagai objek penelitian masih tertata rapih.

Kalimat personal branding biasanya dikait-kaitkan dengan kegiatan jual beli. Namun seiring dengan perkembangan zaman, dan kemajuan media sosial personal branding juga digunakan bahkan muncul tanpa direncanakan. Sesuai dengan pengertian personal branding, Kata branding memiliki arti brand yang menunjukkan pada sesuatu dalam bentuk barang yang dijadikan simbol yang mana nantinya akan menjadi pembeda bagi barang yang lainnya. Branding ini merupakan langkah dari kegiatan teknik marketing yang biasa dilakukan untuk memasarkan produk, atau jasa. Tujuan dari kegiatan branding ini dalam teknik marketing ialah untuk menarik para pembeli dan menjadi pemikat bagi orang-orang yang hendak membeli barang atau jasa yang disediakan dan ditawarkan. Kegiatan ini diyakini sangat berpengaruh untuk kelancaran dan kesuksesan teknik pemasaran suatu produk (Soewandi & Wijanarko, 2021).

Tampilan diri yang biasanya di bangun oleh personality manusia ialah berupa skill atau kemampuan yang dimiliki, watak atau ahlak yang terbentuk (*Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial*, 2022). Maka dari itu hal ini biasanya dijadikan salah satu syarat bagi siapa saja yang hendak bergelut dalam dunia politik khususnya. Personal branding dalam kegiatan berpolitik merupakan salah satu hal penting dan hal yang harus sudah melekat pada setiap politikus. Terkhusus dengan berkembangnya media sosial pada saat ini, untuk personal branding bagi aktor politik akan sangat di permudah dan banyak wadah yang tersedia untuk mereka mengekspresikan personality mereka terhadap publik. Tentunya kegiatan ini akan sangat diterima baik oleh masyarakat, sebab yang merasa diuntungkan pada kegiatan ini bukan hanya politikus saja namun juga masyarakat yang nantinya bisa dijadikan bahan informasi serta wawasan lebih jauh lagi mengenai para elite politik yang dijadikan wakil masyarakat ataupun bahkan para aktor politik yang pernah mereka pilih. Akses untuk mengetahui biodata dan informasi pribadi aktor politik yang hendak kita ketahui sangat mudah di cari diiringi dengan berita atau pemberitahuan mengenai kegiatan yang pernah atau akan mereka lakukan.

Terdapat beberapa hal penting yang harus di sadari agar bisa terbentuk personal branding pada tiap individu, diantaranya ialah *Pertama*, Mengetahui atau mengenal siapa diri kita sendiri, langkah ini merupakan langkah awal yang harus dan wajib dilakukan oleh manusia, sebab singkatnya personal branding yang diperlihatkan di media sosial merupakan tampilan dan gambaran diri kita secara umum. Sebab menurut salah satu filsuf Yunani, Thales mengatakan bawasannya, “Saat kita mampu mengenali siapa diri kita sendiri, maka kita akan mampu memperlihatkan kemampuan diri kita dan akan membangun rasa kepercayaan diri terhadap diri kita sendiri”. *Kedua*, Perbedaan maksud perbedaan disini ialah karena kalimat peronal branding sering dikaitkan dengan kegiatan marketing maka dari itu nilai yang ada pada diri manusia satu dengan manusia lainnya juga harus ada perbedaan. Sehingga akan muncul pertanyaan kepada masing-masing individu “Apakah kita sudah mempunyai sesuatu yang menjadi pembeda bagi diri kita dengan orang lain apa belum?”. *Ketiga*, Jaringan relasi di media sosial. Media sosial merupakan ruang yang dibuat dan dijadikan sarana untuk melakukan pembentukan personal branding individu, juga bagi para politikus yang hendak ingin dikenal dan memamerkan kemampuan yang mereka punya. Biasanya dalam hal ini siapapun akan dituntut untuk kreatif dan inovatif agar bisa menarik banyak audiens dan agar bisa membuka kesempatan-kesempatan yang nantinya akan membuka peluang yang bagus (Setyawati, 2021).

Personal branding pada setiap politikus sangat amat penting dan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap dunia perpolitikan dan pemerintahan. Untuk menciptakan pemerintahan yang baik memang banyak yang harus disiapkan bukan hanya tentang bentuk pemerintahannya namun siapa dan seperti apa individu yang akan membantu menggerakkan pemerintahan tersebut. Ridwan kamil salah satu politikus yang selalu disorot, dia juga terkenal aktif melakukan interaksi dengan masyarakat melalui sosial media (Komunikasi & Bandung, n.d.). Bila dilihat dari akun instagram pribadi miliknya ia banyak membahas dan membagikan

informasi mengenai isu-isu politik, pemerintahan, ataupun negara. Ridwan kamil juga menjadi salah satu tokoh elite politik yang terkenal di Jawa Barat. Pada dasarnya, media sosial awalnya diciptakan sebagai alat untuk memfasilitasi komunikasi antara individu tanpa harus memprioritaskan tujuan tertentu. Namun, saat ini, media sosial telah menjadi sarana untuk menggabungkan aspek-aspek pribadi seseorang, yang memungkinkan seseorang menilai diri mereka sendiri hanya berdasarkan foto atau video yang mereka bagikan. Proses penggabungan ini dapat membentuk citra atau branding yang diharapkan, karena setiap orang yang melihat postingan dapat membentuk pandangan tentang diri seseorang sesuai dengan apa yang mereka bagikan. Dalam hal ini, istilah "personal branding" merujuk pada citra pribadi yang melekat pada seseorang. Citra ini diharapkan mampu menciptakan asosiasi atau harapan tertentu di kalangan masyarakat dan individu tersebut. Personal branding adalah identitas pribadi seseorang yang dapat memicu reaksi emosional dari orang lain terhadap kualitas yang dimiliki oleh individu tersebut. Dengan memiliki personal branding yang kuat, seseorang akan lebih mudah dikenali, dicari, dan dianggap memiliki potensi, kualitas, serta nilai-nilai tertentu.

Ridwan kamil merupakan politisi yang aktif dalam bersosial media. Dalam keaktifannya itu beliau bisa mengunggah apapun dalam sehari. Hal ini membuat jumlah postingannya bertambah setiap seharinya. Total postingan terakhir pada akun instagram @ridwankamil ialah sebanyak 8.463. Setelah meninjau dan memperhatikan halaman akun instagram @ridwankamil, Unggahan yang akan diteliti pada media sosial instagram @ridwankamil terhitung dari tanggal 05 Novermber 2022 – 05 September 2023. Alasannya, ialah dalam kurun waktu tersebut terhitung merupakan masa akhir jabatan beliau menjadi Gubernur Jawa Barat. Peneliti ingin memperhatikan bagaimana kesan yang beliau berikan pada pembentukan personal brandingnya di masa-masa akhir jabatannya, bisa saja pada konsep personal Brandingnya berubah atau mengalami penurunan atau malah justru meningkat karena kesadaran Ridwan kamil akan waktu yang ia miliki sudah

akan habis. Hal ini dilihat dari perkembangan pembentukan personal branding melalui komunikasi politik di media sosial instagram berbarengan dengan akhir jabatannya menjadi Gubernur Jawa Barat periode 2018-2023. Peneliti akan menyoroati postingan-postingan yang akan menjadi center pada kurun waktu yang sudah ditentukan. Selain itu juga dalam waktu detik akhir masa jabatannya terjadi satu bencana alam di salah satu daerah di Jawa Barat ialah Gempa bumi di daerah Cianjur. Salah satu kejadian yang disorot pada penelitian ini ialah bagaimana cara Ridwan kamil menghandle dan meneliti bagaimana pembentukan personal branding dari beberapa unggahan yang berkaitan dengan bencana alam tersebut. Jika dengan kegiatan Ridwan kamil sebagai politisi mungkin bisa jadi hal yang biasa ditampilkan, namun dalam beberapa unggahan cara ia mengahndle dan melakukan penanggulangan pada masyarakat Cianjur apa bisaa dikaitkan dalam konsep pembentukan personal branding. Beberapa postingan mengenai kegiatannya di daerah Cianjur yang terkena bencana alam sepertinya akan ditambahkan, selebihnya peneliti akan menambahkan beberapa unggahan yang lain.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan diatas, maka dari itu peneliti merumuskan permasalahan diantaranya :

1. Bagaimana pembentukan personal branding melalui komunikasi politik Ridwan Kamil sebagai politisi melalui akun media sosial Instagram @ridwankamil ?
2. Apa saja hasil dari pembentukan personal branding melalui komunikasi politik Ridwan kamil sebagai politisi ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan dari penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui pembentukan personal branding melalui komunikasi politik Ridwan Kamil sebagai politisi diakun media sosial instagram @ridwankamil.

2. Untuk mengetahui hasil dari pembentukan personal branding melalui komunikasi Ridwan Kamil sebagai politisi.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Sebagaimana dengan adanya Rumusan masalah, Tujuan peneliti juga menghadirkan beberapa point manfaat dari penelitian yang sudah dibuat. Diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Pada manfaat teoritis peneliti berharap kajian yang dibuat bisa menjadi bahan yang nantinya akan digunakan untuk membuat kajian yang lebih baru dan lebih sempurna lagi. Sehingga nantinya akan menjadi motivasi bagi siapa saja yang hendak akan membuat bahan kajian dengan pembahasan yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini ditujukan agar bisa menjadi pengetahuan bagi peneliti dalam penerapan konsep personal branding melalui komunikasi politik pada platform akun Instagram dan menambah wawasan mengenai teori personal branding dan komunikasi politik khususnya.

- 2) Bagi Pembaca

Penelitian ini tentunya akan menambah gambaran dan wawasan informasi yang bagus dan efektif baik dalam bentuk yang nyata maupun teori mengenai konsep yang berkaitan dengan personal branding melalui akun Instagram.

E. Kerangka Berpikir

Perkembangan teknologi memang berpengaruh pada kehidupan di masyarakat. Salah satu dari perkembangan teknologi ialah munculnya media sosial yang dijadikan aspek kehidupan di masyarakat. Media sosial merupakan alat yang bisa menghubungkan satu individu dan

individu lainnya. Pemanfaatan media sosial ini juga sangat beragam, dari hanya untuk mengekspresikan diri, melihat konten seseorang yang suka mengekspresikan diri, ajang promosi bisnis, jual beli, atau hanya sekedar menggunakannya untuk melakukan cakupan komunikasi yang lebih luas lagi. Instagram merupakan salah satu alat atau aplikasi yang sangat berkaitan erat dengan media sosial. Instagram biasa dimainkan oleh siapa saja, berapapun umurnya instagram bisa digunakan secara umum.

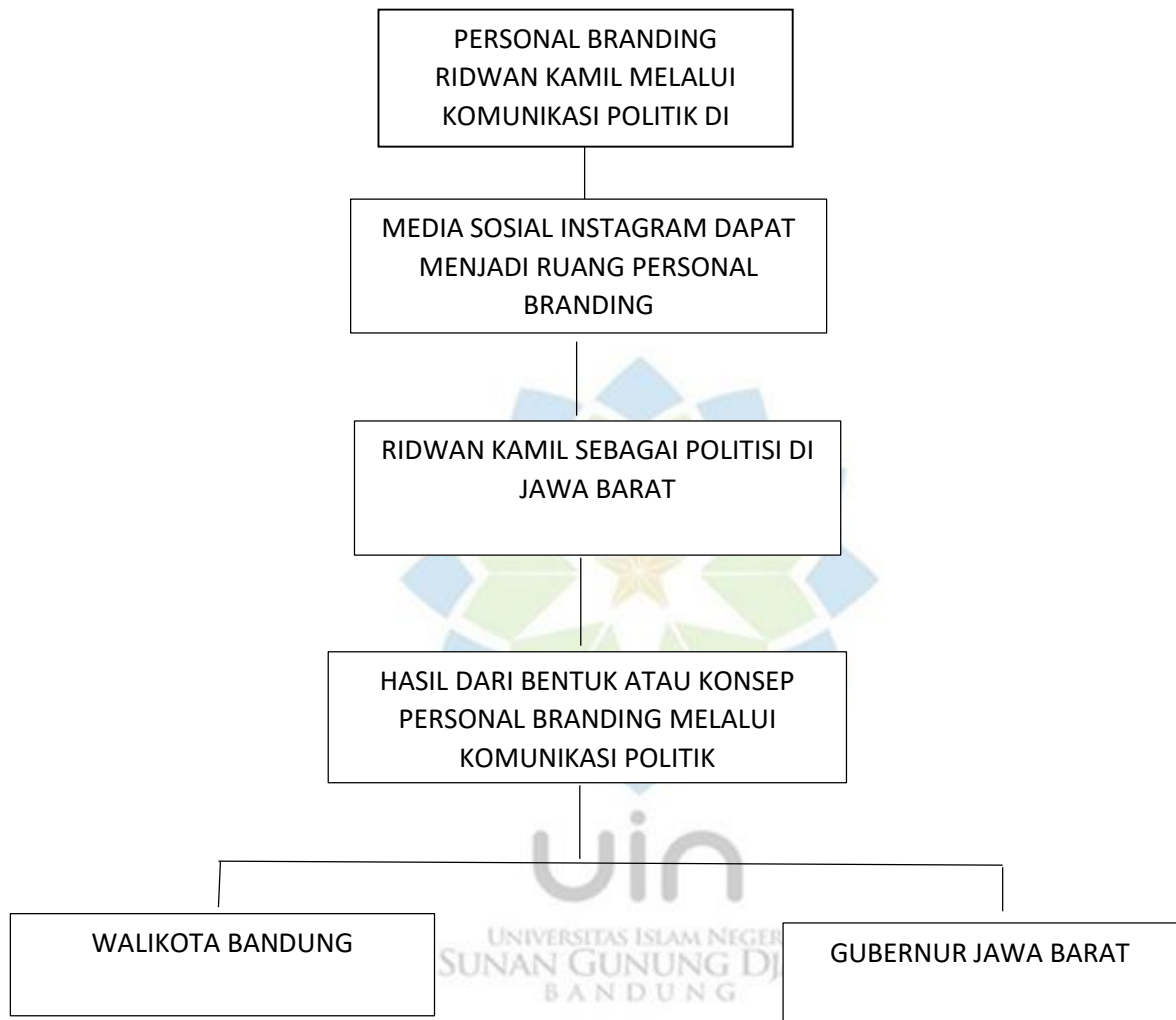
Dalam dunia perpolitikan citra dari seorang tokoh politik sangat amat penting dan harus di perhatikan. Hal ini sangat berpengaruh dan merupakan bagian dari aspek-aspek persyaratan seorang tokoh politik. Ada berbagai macam cara dalam pembentukan citra seorang tokoh politik, salah satunya membangun personal branding di media sosial. Seiring dengan perkembangan zaman pembentukan personal branding ini meningkat dan menjadi alternatif bagi para tokoh politik untuk menarik minat masyarakat dalam mengetahui pribadi tiap-tiap aktor politik. Salah satu platform yang sering mereka gunakan ialah media sosial. Melihat kegunaan instagram salah satu aplikasi ini, saat ini menjadi bagian dari alat yang digunakan untuk pembentuk personal branding yang hendak mereka bangun. Dengan memposting foto atau video yang secara tidak langsung menjelaskan siapa mereka, bagaimana kesehariannya, pandangan-pandangan yang akan ia lontarkan mengenai isu-isu politik ataupun isu lain, cara pendekatan yang akan mereka lakukan terhadap netizen, ini adalah sebagian pemanfaatan yang dilakukan oleh aktor politik. Dinilai sangat mudah dan instan dalam penerapannya, maka penggunaan media sosial instagram sangat disukai.

Dalam kegiatan yang dilakukan dalam media sosial instagram tersebut akan menghasilkan bentuk komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan bentuk penyampaian informasi yang berkaitan dengan wewenang, kebijakan dan kekuasaan. Tokoh politik harus mampu menciptakan hal tersebut diselang ia memperlihatkan sifat

kepribadiannya. Hal ini bisa ia ciptakan dalam postingan ataupun video agar masyarakat juga bisa ikut mengetahui, atau bahkan bisa dijadikan tempat bertukar pendapat dan penyampain keluhan dari masyarakatnya langsung. Respon publik merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh pada berlangsungnya kegiatan pembentukan personal branding di media instagram. Pengertian respon atau tanggapan ialah suatu rasa yang dialami oleh seseorang ketika sudah melakukan tindakan-tindakan dan pada akhirnya hanya tersisa perasaan yang bisa memunculkan tanggapan dari apa-apa yang sudah ia perhatikan (Gani & Gorontalo, 2004). Biasanya kegiatan respon ini tercipta melalui sikap individu karena kecenderungan masyarakat ketika sudah melakukan sesuatu yang menunjukkan sifat, nantinya akan menghasilkan rangsangan yang membuat bentuk rangsangan sesuai dengan apa yang ia rasakan. Biasanya keadaan ini dimanfaatkan oleh masyarakat maupun tokoh politik untuk menyoroti suatu fenomena atau isu-isu yang sedang banyak diperbincangkan.

Dengan begitu dari beberapa konsep atau upaya dalam pembentukan dan pengelolaan personal branding seorang politikus akan menghasilkan beberapa perhatian masyarakat yang nantinya dapat di percaya dan diharapkan oleh masyarakatnya sendiri, harapan tersebut tentunya ada pada perubahan yang akan dilakukan oleh politisi itu sendiri bagi kesejahteraan dan perkembangan bagi kehidupan mereka. Ridwan kamil merupakan salah satu politikus yang sudah memiliki dukungan penuh dari masyarakat karena konsep personal brandingnya yang kuat dan khas. Hal itu terbukti dalam kegiatan pemilihan Walikota dan Gubernur di Jawa Barat. Maka dari itu peneliti hendak melakukan penelitian terhadap konsep atau bentuk personal branding Ridwan kamil melalui komunikasi politik di media sosial instagram @ridwankamil. Peneliti mengharapkan akan mendapatkan beberapa hal baru yang berbeda dari seorang personal Ridwan Kamil yang sebelumnya belum terekspos atau diperhatikan oleh orang lain.

Gambar 1.1
Kerangka Penelitian



F. Problem Statement

Permasalahan yang ada pada penelitian ini ialah mengenai analisis terkait bagaimana konsep atau bentuk personal branding yang dilakukan politisi Ridwan Kamil pada platform media sosial Instagram. Konsep atau pembentukan personal branding tersebut akan dikaitkan dalam teori komunikasi politik yang mana ini tentu berkaitan dengan branding Ridwan Kamil sebagai seorang politisi. Komunikasi politik ini tentunya penting dalam branding seorang politisi, apakah Ridwan Kamil sudah menerapkan teori komunikasi politik dalam branding yang beliau tunjukkan dalam

unggahannya atau justru media sosial yang ia mainkan hanya dijadikan sebagai alat diluar pekerjaannya sebagai politisi. Dalam pemanfaatan media sosial sendiri terkhusus media sosial instagram yang hampir dijadikan alat oleh siapapun untuk pemanfaatan baik bagi dirinya sendiri atau hal lain yang hendak akan di munculkan ke publik. Permasalahan yang lain yang akan di bahas ialah berupa wacana kritis berupa tanggapan followers pada unggahan postingan seorang Ridwan kamil.

Peneliti memilih instagram karena merupakan sarana yang tepat bagi penelitian karena instagram merupakan salah satu media sosial yang mempunyai ruang khusus yang digunakan oleh pribadi orang dan memang akun yang dibuat di targetkan untuk satu orang saja. Selain itu juga *hashtag* (#) merupakan fitur yang ada pada instagram dan penggunaannya akan membantu kita dalam menemukan postingan yang berkaitan dengan *hashtag* yang hendak di cari. Namun seiring perkembangan teknologi saat ini instagram juga menjadi salah satu platform yang bisa digunakan untuk bisnis. Selain itu juga dikatakan bawasannya media adalah alat yang besar dan memiliki pendapat-pendapat yang mendasari hal tersebut diantaranya, *pertama* media merupakan platform dan tokoh politik memiliki kendali atas hal tersebut. *Kedua*, pemanfaatan media yang nantinya akan mereka gunakan sangat membantu dalam proses perpindahan dan alat pendukung pada proses demokrasi (Aminah, 2006). Namun diingat lagi dengan target awal instagram merupakan media sosial yang berbasis penyediaan layanan berupa gambar, foto ataupun vidio. Maka dari itu pemanfaatan aplikasi instagram dalam menganalisis seseorang terkhusus tokoh politik di mudahkan dalam penelitian ini.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Kegiatan penelitian ini juga melakukan analisis beberapa hasil penelitian terdahulu yang membahas tema yang sama. Ada beberapa penelitian terdahulu yang peneliti akan bahas dalam point ini diantaranya:

Pertama, Menurut Putri (2022) yang dimana dalam jurnalnya dijelaskan mengenai “Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial” dikhususkan meneliti Edhie Baskoro Yudhyono bawasannya kegiatan personal branding dilakukan tidak jauh untuk kepentingan seseorang atau untuk Edhie Baskoro Yudhyono yang mana hal tersebut merupakan bagian dari strategi, proses dan langkah agar bisa mendapatkan pandangan, citra individu dari masyarakat luas. Dalam penelitian ini dikatakan bawasannya peneliti memilih untuk mengkaitkan objek yang diteliti dengan delapan hukum yang membahas tentang personal branding. Selain itu juga instagram pribadi dari EBY ini menjadi faktor pendukung penelitian. Personal branding EBY ini dibangun dalam postingan-postingan di akun pribadi milik beliau yang bila diperhatikan hal tersebut sangat berdampak dan mempermudah tujuan pembangunan citra personal branding yang diimpikan. Postingan yang disajikan oleh EBY dinilai sangat konsisten dan terencana sehingga kesan followers atau masyarakat yang hendak mengunjungi akun pribadi instagram miliknya disosial media bisa memberikan kesan yang baik.

Jika dilihat dari studi kasus yang di bahas pada jurnal diatas, Ridwan Kamil juga ternyata sudah menata strategi pada postingan diinstagramnya dari dahulu. Bila di analisis postingan-postingan yang ia tampilkan sangat menarik dan beragam. Dilihat dari beberapa tokoh politik mungkin lebih banyak terpaku terhadap fenomena politik yang terjadi saja, selebihnya mereka tidak menampilkan atau mempostingan kegiatan-kegiatan pribadinya. Namun seorang Ridwan Kamil justru memanfaatkan hal tersebut sebagai pembeda pada dirinya. Ia memposting momen-momen bersama keluarga, kegiatan sehari-harinya juga di akun instagram pribadi miliknya. Ditambah dengan kepribadian ia yang humoris juga mempermudah ia untuk berkomunikasi lebih dekat lagi dengan followersnya, tidak heran bila ia sering merespon hal-hal lucu yang biasanya masyarakat sampaikan atau komentari. Postingan yang ia unggah tidak selalu berfokus pada politik saja namun juga hal sekitaran yang masih

berkaitan dengan masyarakat, keluarga atau bahkan dirinya sendiri (*Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial*, 2022).

Kedua, Menurut Rahmah (2021), yang mengangkat juga mengenai “Personal Branding Ganjar Pranowo Untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram” ia menyebutkan bahwa strategi yang bisa dilakukan dalam pembentukan personal branding ialah dengan analisis SWOT, atau Determine what you do (hal-hal yang sudah tersusun untuk dilakukan). Strategi ini efektif dilakukan oleh Ganjar Pranowo pada akun media sosial instagram pribadinya. Yang mana ia menuliskan kalimat di bio akun instagramnya “Tuanku ya Rakyat, Gubernur Cuma Mandat”. Sangat jelas maksud dari kalimat yang ia sematkan dalam bio nya menunjukkan pribadi seorang Ganjar Pranowo yang menghargai rakyat dan menjadikan dirinya sebagai pemimpin yang dipilih rakyat dan akan dikembalikan kepada rakyat juga. Tidak hanya itu kelanjutan dan tanggung jawab kalimat yang ia buat dibuktikan dalam proses aktivisasi yang ia lakukan. Salah satunya ialah dengan tetap memanfaatkan media sosial instagram sebagai alat untuk mendengar dan berkomunikasi lebih dekat lagi dengan masyarakat.

Ganjar Pranowo juga dinilai sering merespon argumen atau keluhan masyarakat. Tutur kata dan bahasa yang ia gunakan juga sangat merakyat dan mudah dimengerti sehingga komunikasi yang dilakukan selalu berjalan lancar dan memudahkan. Ia memang berniat untuk membentuk kemistry dengan masyarakat agar menghilangkan rasa canggung dan bisa saling memudahkan satu sama lain, bila mana disuatu waktu ada kesulitan dan hal-hal yang perlu di bantu. Ganjar pranowo juga sering mengangkat isu dan pembahasan yang memang sedang hangat diperbincangkan terutama diwilayah yang ia tekuni. Pola komunikasi yang ia buat sangat beragam. Dia juga sering disebut-sebut sebagai tokoh politik yang memiliki kode cara berkomunikasi yang beravariatif, dari wujud bahasa yang digunakan, dialek, level tutur kata dan sebagainya. Hal ini

mempengaruhi pada kelangsungan komunikasi sosial politik yang sering ia lakukan. Bentuk komunikasi pada penyampain cara berbicaranya Ganjar Pranowo sendiri ialah bentuk yang vertikal, hal ini terlihat pada sarana-sarana saat ia berkomunikasi langsung dengan masyarakat.

Tokoh politik di Indonesia saat ini memang banyak menampilkan cara baru dalam strategi-strategi yang ia buat. Melihat dengan perkembangan teknologi dan perkembangan zaman yang kian maju hal ini juga berdampak pada aspek para tokoh politik. Ridwan kamil merupakan salah satu tokoh politik selain Ganjar pramowo yang memiliki karakter pintar dalam mengambil hati rakyat dan sangat konsisten dalam komunikasi-komunikasi yang ia lakukan di akun media sosial instagram miliknya. Dengan menampilkan keharmonisan Ridwan kamil juga sangat berhasil mendekatkan dan kebersamai rakyat Jawa Barat selama ia menjabat. Baik saat menjadi Walikota maupun pada saat menjadi Gubernur saat ini. Ketertarikan dalam memilih tokoh adalah bagian dari kesuksesan penelitian yang akan dilakukan, maka dari itu Ridwan Kamil merupakan pilihan yang tepat bila dilihat dari sisi akun media sosial yang sudah ia gunakan, aktif dan berhasil dikenal banyak masyarakat lewat pemanfaatan akun media sosial yang ia gunakan. Beliau juga bukan tipe individu yang kaku maka akan sangat mudah bila dianalisis (Rahmah, 2021).

Ketiga, Menurut Srisadono (2018), dalam jurnal yang ia buat mengenai “Komunikasi-Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 Dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter” hal-hal ini juga merupakan bagian dari marketing dalam proses pilkada juga. Sebab ada beberapa hal yang peneliti dapatkan dari kegiatan membangun personal branding ini terutama bagi tokoh politik yang hendak mencalonkan diri. Yang pertama, ajang untuk perkenalan diri kepada publik serta untuk lebih memperkuat citra individu dengan pembentukkan personal branding yang bagus. Yang kedua, hal ini akan cepat diketahui oleh masyarakat luas dan mempermudah strategi perkenalan diri itu sendiri sebagai calon

Gubernur Jawa Barat, baik mengenai kelebihan diri pribadi dan hal-hal lain yang berkaitan dengan biodata calon Gubernur Jawa Barat tersebut. Berbicara mengenai komunikasi politik itu berkembang dengan mengandalkan teknologi komunikasi, yang mana puncak penggunaannya ialah saat ini karena perkembangan internet juga yang mendasari terwujudnya komunikasi politik.

Mendengar isu-isu bawasannya Ridwan Kamil akan mencalonkan diri di Pilpres 2024 maka dalam hal ini akan menjadi perhatian lebih karena masyarakat secara tidak langsung akan mensoroti dan memperhatikan Ridwan Kamil, juga memang isu tersebut dibenarkan. Ridwan kamil dianggap sangat pintar dan cerdas jika menyusun kampanye yang pernah ia lakukan, dengan memanfaatkan ketenaran dan relasi yang dipunya nantinya akan sangat mempermudah ia dalam melakukan kampanye pada pemilihan pilpres 2024 mendatang. Bukan hanya melakukan kegiatan sebagai Gubernur namun beliau juga pernah hadir di beberapa flim layar lebar karena multitalent yang ia punya. Ia juga sebenarnya merupakan arsitek yang dimana ia memanfaatkan juga dalam pembangunan-pembangunan infrastruktur daerah yang ia kuasai. Kelebihan yang ia miliki akan menjadi kekuatan ia dalam kampanye-kampanye yang akan ia hadapi nantinya (Srisadono, 2018).

Keempat, Menurut Romadhan (2018) mengenai “Personal branding Jokowi dalam Mempertahankan Brand Image Melalui Video Blog Youtube” dibahas mengenai strategi pembentukan personal branding yang ia lakukan pada setiap video blog youtube yang ia tampilkan diantaranya terdapat empat strategi *pertama*, strategi dimana ia harus menampilkan ciri atau kekhasan dirinya ke publik. Cara ini sering disebut dengan determine who you are (penentuan siapakah diri kita yang sebenarnya). Pada bagian ini Jokowi memperlihatkan bahwa ia merupakan salah satu individu yang sederhana dan apa adanya. Ia bukan tokoh politik yang harus beriming-imingi kemewahan, terlihat dalam barang atau pakaian yang ia gunakan

dalam setiap video blog yang ditampilkan di YouTube-nya. *Kedua*, pada kegiatan ini apa yang sebenarnya Jokowi harus lakukan setelah ia berusaha menampilkan kekhasan dirinya. Jelas hal yang harus dilakukan ialah penerapan pada point pertama dimana ia harus melakukan pembuktian pada kegiatan *determine who you are*. Point kedua ini sering disebut dengan *determine what you are* (hal yang harus di kerjakan). Dengan menampilkan pribadi Jokowi yang sederhana pada point pertama maka penerapannya pada point kedua ini Jokowi membuktikan kesederhanaannya dalam aktivitas, hal yang ia pakai, dan hal yang ia butuhkan. Pada bagian hal tersebut Jokowi terlihat selalu memakai kemeja polos. *Ketiga*, point ini juga merupakan cara-cara yang akan ia lakukan namun kecenderungannya lebih kepada perilaku yang ia tampilkan.

Position yourself merupakan sebutan untuk point ketiga ini. Hal ini jelas diperlihatkan oleh pribadi Jokowi sendiri bawasannya ia memang memiliki pribadi yang baik dengan kesannya yang ramah, murah senyum, dan bisa berkomunikasi dekat dengan rakyat. *Keempat*, berusaha mempertahankan serta konsisten terhadap brand atau *manage your brand* agar dalam pengelolaannya bisa meningkat dan berdampak baik pada citra atau personal branding yang hendak Jokowi buat. Empat tahap ini merupakan tahap yang berpengaruh besar pada kesuksesan karir Jokowi saat ini. Dengan hal ini juga akan menjadi gambaran bagaimana tokoh politik lain membangun citra politiknya.

Ridwan Kamil juga merupakan tokoh politik yang terkenal dengan keramahan dan kedekatannya dengan masyarakat. Bahkan ia bisa dikatakan menjadi idola bagi ibu-ibu di Jawa Barat. Hal ini karena Ridwan Kamil merupakan sosok pria yang memiliki watak *family man* dan suami yang mensejahterakan istrinya. Hal ini bisa dilihat dalam momen-momen bersama keluarga dan istrinya yang ia bagikan sengaja dalam akun media sosial Instagram-nya. Selain itu juga kelebihan yang ia dapatkan saat hendak

menjadi aktor dalam film yang ia bintang merupakan aspek yang sama dengan cara Jokowi lakukan dalam channel youtubenya (Romadhan, 2018).

Kelima, Menurut Hidayatullah et al., (2023) “Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial (Analisis Teori Peter Montonya Pada Akun Instagram @ganjar_pranowo) penelitian milik Hidayatullah ini hampir sama dengan penelitian yang saya buat, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif jenis pendekatan deskriptif yang mana cakupan yang ingin disampaikan pada penelitiannya ialah terkait personal branding seorang politisi dalam unggahan di media sosial instagram milik Ganjar Pranowo ini. Namun terdapat perbedaan dalam penelitian antara Hidayatullah dan peneliti ialah dalam teori yang digunakan. Penelitian milik Hidayatullah ini tidak menambahkan teori komunikasi politik dalam penelitiannya. Sedangkan peneliti menggunakan komunikasi politik sebab teori komunikasi politik ini dirasa sangat penting dan harus ada, namun acuan penelitian milik Hidayatullah ini sangat membantu peneliti karena dalam metode yang digunakan serta materi yang dikonsepskan sama persis. Ini merupakan pembaruan dari penelitian yang sudah dilakukan dengan menambahkan teori komunikasi politik penelitian milik Hidayatullah ini sudah di perbaharui oleh skripsi yang peneliti buat.

Penelitian selanjutnya memilih instagram karena salah satunya ada pada pemaparan diatas. Dalam analisis yang dilakukan masyarakat saat ini sangat amat sudah melekat dan mempunyai rasa kecanduan yang tinggi terhadap media sosial, ataupun hal lain yang dibuat oleh media sosial itu sendiri. Tidak heran jika aspek manapun bisa dikaitkan dan dikerjasamakan dengan media sosial karena memang dari segi pemanfaatannya sangat luas dan mencakup berbagai macam akses (Kosanke, 2019)