

**ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA  
SEBAGAI POLITISI MUDA PADA MEDIA SOSIAL AKUN  
INSTAGRAM @SOBATGIRING**



**Disusun Oleh :**

**TASYAFA SALSABILA PUTRI  
1813211090**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTASI ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA  
SURABAYA  
2022**

**ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA  
SEBAGAI POLITISI MUDA PADA MEDIA SOSIAL AKUN  
INSTAGRAM @SOBATGIRING**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata  
satu (S1) pada Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik**



**Disusun Oleh :**

**TASYAFA SALSABILA PUTRI**

**1813211090**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTASI ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA  
SURABAYA  
2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA SEBAGAI POLITISI MUDA  
PADA MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @SOBATGIRING**

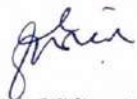
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Disusun oleh :

**TASYAFA SALSABILA PUTRI**  
**1813211090**

Diperiksa dan disetujui oleh

Pembimbing I



Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos,  
M.Si, CiQar

NIDN : 0706088003

Pembimbing II



Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA SEBAGAI POLITISI MUDA  
PADA MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @SOBATGIRING**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Disusun oleh :

**TASYAFA SALSABILA PUTRI**  
**1813211090**

Tanggal Ujian : 28 Juni 2022  
Periode Wisuda :

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Dr. Fitria Widiyanti Roosinda, S.Sos,  
M.Si, CiQar

NIDN : 0706088003

Pembimbing II

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi

Penguji I

Dr. Fitria Widiyanti Roosinda,  
S.Sos, M.Si, CiQar

NIDN : 0706088003

Penguji II

Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.

NIDN : 0730017201

Penguji III

Tira Fitriawardhani, S.Sos., M.Si.

NIDN : 0722068501



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Tri Prasetyowati, M.Si.

NIDN : 0727076701

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

**Nama** : TASYAFA SALSABILA PUTRI  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Surabaya, 13 Juli 2000  
**NIM** : 1813211090  
**Fakultas / Program Studi** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "**ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA SEBAGAI POLITISI MUDA PADA MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @SOBATGIRING**" beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini maka saya siap menanggung segala bentuk resiko/sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Juni 2022  
Yang Membuat Pernyataan



TASYAFA SALSABILA PUTRI

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karuniaNya yang berlimbah, sehingga Penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA SEBAGAI POLITISI MUDA PADA MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @SOBATGIRING” Karya ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Banyak pihak yang berperan penting dalam penulisan karya ini, sehingga penulis merasa sangat perlu untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Brigjen Pol. Edy Prawoto., SH., M.Hum, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Prasetyowati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Bapak Julyanto Ekantoro, SS., SE., M.Si, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
4. Ibu Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos, M.Si, CiQar selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Julyanto Ekantoro, SS., SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan memberikan bimbingan dengan sabar dan memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh Staff Pengajar/Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.

7. Kakak sepupu, sekaligus sahabat saya Nazelia Alifia Putri yang sigap dan berkenan membantu meminjamkan dana saat LCD laptop saya rusak, yang membantu menerjemahkan abstrak bahasa Inggris skripsi saya. *I love you, dear my 'little' sister.* Semoga kita bisa cepat bertemu kembali.

8. Serta semua para sahabat, *inner circle* dan teman baik saya yang saya sayangi, khususnya Amalia Herdianti, Melisa Nirmala, Aditiya Irawan, Salsabila Firdaus, Reza Firmansyah, Rasya Amini, Aldya Shafa, Anindita Putri, Putri Martha dan Agestita Meicca. Terimakasih sudah menghiburku dan menemaniku mengeluh selama melewati fase ini.

9. Idola kecintaan saya, EXO. Terimakasih kalian sudah menjadi motivasiku yang berpengaruh untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Khususnya untuk Park Chanyeol, saya menantikan moment kita menyelesaikan tugas akhir bersama di tahun 2022 ini, anda selesai wajib militer dan saya menyelesaikan studi perguruan tinggi. Sampai bertemu beberapa tahun kedepan dengan 9 member lengkap, EXO *Saranghaja!*

Dan akhirnya penulis ingin memberikan skripsi ini sebagai tanda bakti dan cinta kasih kepada ayah dan bunda tercinta, Bapak Fitrianto dan Ibu Lailatul Munawaroh yang

telah mendidik dan membesarkan serta mendo'akan penulis dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Terimakasih ayah dan bunda yang selalu mempercayakan anaknya untuk melewati semua ini. Serta ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada segenap keluarga besar yang senantiasa memberikan do'a dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamualaikum wr. wb.

Surabaya, 13 Juni 2022

Tasyafa Salsabila Putri



**THE ANALYSIS OF PERSONAL BRANDING OF GIRING GANESHA  
AS THE YOUNG POLITICIAN THROUGH INSTAGRAM ACCOUNT  
@SOBATGIRING ON SOCIAL MEDIA**

**Tasyafa Salsabila Putri, Fitria Widiyani Roosinda, Juliyanto Ekantoro**

Communication Science Study Program

Faculty of Social Science and Political Science

Bhayangkara Surabaya University Surabaya

Email : [asafasp@gmail.com](mailto:asafasp@gmail.com)

***ABSTRACT***

*The existence of Instagram becomes one of the methods to build personal branding, a free-willing account @sobatgiring from Giring Ganesha, a young Indonesian politician, whom tries to build and to strengthen his personal branding in the political world. The purpose of this research is to understand the usage of Instagram to ease the aim of personal branding. On this research, author uses qualitative method by using descriptive approach. The data was collected by doing observation and documentation. Giring Ganesha sees it as the chance to use Instagram as his platform to build his personal branding together with the account @sobatgiring helping him to upload his contents which shows his political agenda with his political relations and people. Features available on Instagram, such as videos or photos, reels, instastories and also captions, are being used and created as interesting as possible to attract people and make them wonder more about Giring Ganesha in Indonesian political world. Started his career as a musician was a good start for him to build his personal branding in the political world. People's perceptions of him as a musician have helped him to use music and his talent to find the different approach to reach the citizens with uniqueness and creativity in building his personal branding.*

*Keywords: Personal Branding, Young Politician, Instagram.*

**ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA  
SEBAGAI POLITISI MUDA MELALUI MEDIA SOSIAL AKUN  
INSTAGRAM @SOBATGIRING**

**Tasyafa Salsabila Putri, Fitria Widiyani Roosinda, Julyanto Ekantoro**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Email : [asafasp@gmail.com](mailto:asafasp@gmail.com)

**ABSTRAK**

Adanya media sosial Instagram menjadi salah satu cara membentuk personal branding, sebuah akun relawan @sobatgiring dari Giring Ganesha seorang politisi muda Indonesia yang berupaya membangun dan memperkuat personal branding di dunia politik. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami penggunaan dalam memanfaatkan media sosial Instagram dalam memudahkan tujuan pembangunan personal branding. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Data-data dikumpulkan dengan cara observasi dan dokumentasi. Giring Ganesha melihat adanya peluang untuk menggunakan media sosial Instagram sebagai sarannya membangun personal branding dengan dibantu oleh akun relawan @sobatgiring yang terfokus mengunggah konten-konten Giring yang menjalankan agenda politik bersama relasi dan masyarakat. Fitur-fitur instagram yang digunakan seperti unggahan video ataupun gambar, fitur reels, fitur instastory dan fitur caption yang dikemas semenarik mungkin agar masyarakat semakin tertarik dan berminat mengetahui lebih banyak tentang Giring Ganesha di dunia perpolitikan Indonesia. Memulai karir sebagai musisi merupakan awal yang baik bagi Giring untuk membantu membangun personal brandingnya di dunia politik. Persepsi masyarakat tentang Giring sebagai seorang musisi telah membantunya menggunakan musik dan bakatnya untuk menemukan pendekatan yang berbeda kepada masyarakat dengan cara yang unik dan kreatif dalam membangun personal brandingnya.

Kata Kunci : Personal Branding, Politisi Muda, Instagram.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR KEASLIAN PENELITIAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
.....	2
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis</b> .....	8
<b>1.4.2 Manfaat Praktis</b> .....	9
<b>1.5 Definisi Konsep</b> .....	9
<b>1.5.1 Personal Branding</b> .....	9
<b>1.5.2 Politisi</b> .....	10
<b>1.5.3 Media Sosial</b> .....	11
<b>1.5.4 Instagram</b> .....	11
<b>1.6 Metode Penelitian</b> .....	12
<b>1.6.1 Jenis Penelitian</b> .....	12
<b>1.6.2 Objek Penelitian</b> .....	14
<b>1.6.3 Unit Analisis</b> .....	14

1.6.4 Fokus Penelitian .....	16
1.6.5 Sumber Informasi .....	16
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data .....	17
1.6.7 Teknik Analisa Data .....	18
<b>BAB 2 .....</b>	<b>20</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
2.2 Kerangka Konseptual .....	27
2.3 Landasan Teori .....	27
2.3.1 Personal Branding .....	27
2.3.2 Politisi .....	34
2.3.3 Media Sosial .....	42
2.3.4 Instagram .....	47
<b>BAB III .....</b>	<b>54</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
3.1 Sejarah Akun @sobatgiring .....	54
3.2 Profil Instagram @sobatgiring .....	55
3.3 Biografi Akun @sobatgiring .....	56
3.4 Tampilan Feed Instagram @sobatgiring .....	57
3.5 Tampilan Unggahan Foto Instagram @sobatgiring .....	58
3.6 Tampilan Unggahan Video Instagram @sobatgiring .....	58
3.7 Tampilan Penulisan Caption Instagram @sobatgiring .....	59
3.8 Tampilan Instastory Instagram @sobatgiring .....	59
3.9 Tampilan Reels Instagram @sobatgiring .....	60
.....	60
<b>BAB IV .....</b>	<b>61</b>
<b>HASIL &amp; PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Pembentukan Personal Branding Giring Ganesha pada Instagram @sobatgiring .....	61
4.2 Pemanfaatan Media Sosial Instagram @sobatgiring dalam Personal Branding Giring Ganesha .....	108
<b>BAB V .....</b>	<b>112</b>

<b>PENUTUP</b> .....	112
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	112
<b>5.2 Saran</b> .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	114

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 4.1 Tabel Gaya Hidup (Lifestyle) .....	62
Tabel 4.2 Tabel Kebiasaan (Behavior) .....	66
Tabel 4.3 Tabel Kemampuan (Ability).....	70
Tabel 4.4 Tabel Misi (Mission) .....	73
Tabel 4.5 Tabel Produk (Product) .....	77
Tabel 4.6 Tabel Profesi (Profession) .....	80
Tabel 4.7 Tabel Kepemimpinan (The Law of Leadership) .....	84
Tabel 4.8 Tabel Kepribadian (The Law of Personality) .....	87
Tabel 4.9 Tabel Perbedaan (The Law of Distinctiveness) .....	91
Tabel 4.10 Tabel Terlihat (The Law of Visibility) .....	94
Tabel 4.11 Tabel Kesatuan (The Law of Unity) .....	98
Tabel 4.12 Tabel Keteguhan (The Law Persistence) .....	102
Tabel 4.13 Tabel Nama Baik (The Law Goodwill) .....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Unsur Pembentuk Personal Branding .....	2
Gambar 1.2 Foto Giring Ganesha .....	5
Gambar 1.3 akun @sobatgiring sebagai platform kampanye Giring Ganesha .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	27
Gambar 3.1 Tampilan Profil Instagram akun @sobatgiring .....	55
Gambar 3.2 Tampilan Feed Instagram akun @sobatgiring .....	57
Gambar 3.3 Tampilan Unggahan Foto Instagram akun @sobatgiring .....	58
Gambar 3.4 Tampilan Unggahan Video Instagram akun @sobatgiring .....	58
Gambar 3.5 Tampilan Penulisan Caption Instagram akun @sobatgiring .....	59
Gambar 3.6 Tampilan Instastory Instagram akun @sobatgiring .....	59
Gambar 3.7 Tampilan Reels Instagram akun @sobatgiring .....	60
Gambar 4.1 Berita JawaPos.com mengenai Giring Ganesha dan Anies Baswedan...	111

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Personal branding merupakan suatu kegiatan atau proses yang bertujuan untuk membangun serta membentuk kepercayaan masyarakat terhadap seorang individu. Masyarakat mampu menilai dan menumbuhkan kepercayaan kepada seseorang yang dapat dilihat melalui kemampuan, etika, kepribadian ataupun pengalaman yang dimiliki masyarakat saat berinteraksi secara langsung ataupun tidak langsung dengan individu tersebut. Pandangan masyarakat terbentuk melalui proses yang bermacam-macam jangka waktunya dan persepsi yang dimiliki masyarakat awalnya ditentukan oleh individu itu sendiri seperti apa individu tersebut ingin dipandang. Dengan berbagai cerita yang dirangkai ataupun kegiatan yang dilakukan seorang individu demi mencapai personal branding yang diinginkan, maka masyarakat dengan sendirinya akan membentuk kepercayaan dan citra individu tersebut sesuai dengan yang diinginkan. Khususnya pada dunia politik, berbagai usaha yang membentuk personal branding dan citra yang dibentuk oleh kandidat akan membantu individu tersebut untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat agar layak menjadi seorang pemimpin. *Personal branding* dalam dunia politik termasuk pada komunikasi politik yang membuat adanya pertukaran pesan, kesan, norma, ideologi dan budaya yang ada di masyarakat luas. Media massa adalah



salah satu saluran yang biasa digunakan dalam komunikasi politik, termasuk dalam membangun personal branding tokoh-tokoh politik agar keberadaan mereka cukup kuat dalam memasuki dunia perpolitikan dan mencapai tujuan yang diinginkan.



**Gambar 1.1 Unsur Pembentuk Personal Branding**

(Sumber: <https://www.situsekonomi.com/2020/09/pengertian-personal-branding.html>)

Media massa sendiri memiliki beberapa jenis yaitu media cetak, media elektronik dan media online yang masing-masing saluran ini memiliki target audiencenya masing-masing, sehingga para tokoh politik dapat memilih saluran mana yang ingin digunakan agar personal branding yang dibentuk tersampaikan kepada target audience yang tepat. Penerapan *personal branding* melalui media online seperti media sosial menjadi saluran yang sering digunakan di dunia politik saat ini. Dengan kemudahan akses *internet* dan terhubungnya masyarakat luas dengan media sosial membuat penyebaran informasi yang berguna untuk membentuk opini publik mengenai tokoh politik tersebut.

Keterkaitan media dan politik adalah dua hal yang rumit dipisahkan. Kegunaan media pada dunia politik sangat diperlukan berhubungan dengan menyebarkan informasi dan pesan yang harus disiarkan. Kegunaan media tampak menonjol dan lebih kuat lagi saat akan datangnya pemilihan umum. Setiap waktu dapat dilihat bahwa media secara terus-menerus akan menyiarkan informasi tokoh-tokoh politik guna memancing opini-opini dari masyarakat mengenai pemberitaan tersebut. Di era globalisasi ini akan membawa banyak perubahan yang cemerlang dari segi teknologi, pada dasarnya para tokoh politik akan memasuki media-media yang sekiranya akan membawa namanya semakin dikenal publik. Media massa menjadi saluran yang tepat bagi mereka yang ingin membangun nama di mata publik, dengan adanya internet dan media sosial semakin memudahkan para tokoh politik untuk mengunggah berbagai konten kampanye dan berbagai pesan lainnya. Kemudahan yang diberikan oleh internet dan media sosial hingga tidak terbatas ruang ataupun waktu membantu para kandidat dalam mengubah dan membangun citra serta dukungan dari masyarakat.

Dalam marketing politik, *Branding* merupakan salah satu bentuk baru dalam dunia politik. Menurut Scammell (dalam Fadiyah & Simorangkir, 2021:17) *branding* adalah gagasan yang berasal dari teori yang bisa digunakan di negara, kota atau bahkan seorang poliri dengan memberi

mereka sebuah identitas publik. *Branding* pada dunia politik tidak hanya terbentuk dari elemen yang melekat pada kandidat, tetapi juga keterlibatan kandidat secara langsung dengan masyarakat, gaya rambut atau berpakaian juga menjadi unsur yang penting dalam membangun citra para tokoh politik. *Branding* politik juga mengikut sertakan sisi emosional masyarakat kepada kandidat dan bisa meningkatkan kepercayaan publik. Tokoh politik saat ini mulai bermunculan dari banyak kalangan muda yang awalnya bukan berasal atau bahkan sama sekali belum pernah terjun ke dunia politik, hingga mulai melirik dan mencoba untuk terjun ke dunia perpolitikan Indonesia. Salah satunya adalah Giring Ganesha, yang dikenal sebagai vokalis Nidji salah satu band pop Indonesia. Keyakinan Giring untuk terjun ke dunia politik dimulai dengan hengkangnya dari band Nidji yang membesarkan namanya pada tahun 2017 dan bergabung dengan Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sebagai batu loncatan yang diambilnya di dunia politik. Giring sempat mencalonkan diri sebagai komisi X DPR RI bidang pendidikan, olahraga dan sejarah. Namun pencalonannya sebagai anggota DPR RI tidak lolos, hal ini tidak menjadikan Giring menyerah untuk terus berkecimpung di dunia politik karena pada bulan Agustus 2020, ia dianugerahi posisi sebagai Pelaksana Tugas Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Posisinya yang semakin terpendang membuat Giring tidak setengah-setengah dalam memperjuangkan posisi yang lebih tinggi.

Dirinya menyadari bahwa menjadi tokoh politik bukanlah hal mudah untuk dilakukan, satu dan lain hal karena masyarakat sudah mengenalnya sebagai musisi dari pada seorang tokoh politik. Dari citra musisi yang melekat padanya, membuat Giring gencar melakukan banyak kegiatan dengan masyarakat untuk membentuk *personal branding* sebagai tokoh politik yang di dokumentasikan dan diunggah melalui berbagai media sosial yang dimilikinya, salah satunya akun instagram pribadi dan akun *instagram* komunitas relawannya yaitu @sobatgiring.



**Gambar 1.2 Foto Giring Ganesha**

Sumber: <https://republika.co.id/berita/r4m2gd484/giring-diingatkan-tak-buat-statement-gaduh-dan-picu-kehebohan>

Dalam penggunaan media sosial baru-baru ini lebih sering digunakan oleh tokoh politik karena media sosial, khususnya Instagram termasuk platform yang sering digunakan di Indoensia dari berbagai kalangan umur. Media sosial tidak lepas dari ketertarikan visual selama pengguna platform menerima unggahan konten yang disajikan, termasuk desain foto dan video mengenai kandidat. Menurut survei DataReportal, jumlah pengguna

media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022. Jumlah ini meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021. Dalam pemberitaannya *Suara.com* menuliskan laporan berjudul Digital 2022: Indonesia oleh *DataReportal* menjelaskan bahwa angka ini mewakili 68,9 persen dari total penduduk Indonesia. Populasi Indonesia telah mencapai 277,7 juta per Januari 2022. Indonesia memiliki 99,15 juta pengguna Instagram atau 35,7% dari total populasi. Dari jangkauan iklan Instagram, 52,3% audiens adalah pengguna wanita dan 47,7% sisanya adalah pria.

Berdasarkan data *Napoleon Cat*, *Databoks* memaparkan pada postingan websitenya bahwa Indonesia memiliki 92,53 juta pengguna *Instagram* pada kuartal keempat tahun 2021. Jumlah itu meningkat 3,9 juta atau 4,37% dibandingkan kuartal sebelumnya yang memiliki 88,65 juta pengguna. Jumlah ini lebih tinggi dari 83,77 juta pengguna pada kuartal yang sama tahun lalu. Pada kuartal keempat tahun 2021, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia berada pada kelompok usia 18-24, mencapai 34,4 juta. Secara khusus, hingga 20% pengguna aplikasi adalah wanita dan 17,2% adalah pria.

Kelompok berusia 25-34 tahun merupakan pengguna Instagram terbanyak kedua di Tanah Air. Dengan catatan bahwa 16,6% pengguna aplikasi ini adalah wanita dan 15,8% adalah pria. Usia 13-17 menempati peringkat kedua dengan jumlah pengguna terbanyak. Hingga 7% pengguna adalah wanita dan 5,1% pengguna adalah pria. Dalam kelompok usia 35-44,

pengguna laki-laki sebanyak 5,5% dan 6,1% pengguna *Instagram* adalah perempuan. Secara keseluruhan, mayoritas atau 53,1% pengguna aplikasi berbagi foto dan video di Indonesia adalah perempuan. Di sisi lain, 46,9% pengguna *Instagram* lainnya adalah laki-laki.

Dalam melakukan kegiatan *personal branding*nya akun @sobtagiring sering kali menggunakan fitur *feeds (foto dan video)*, *highlights* dan *reels instagram* sebagai sarana berbagi konten yang diunggah relawan Giring Ganesha untuk membangun citra seperti yang direncanakan. Peneliti menggunakan akun @sobtagiring sebagai objek penelitian dibanding akun pribadi Giring Ganesha (akun instagram @giring) dikarenakan konten yang diunggah pada akun Giring Ganesha bercampur dengan konten pribadi milik Giring.



**Gambar 1.3** akun @sobtagiring sebagai platform kampanye Giring Ganesha

Sedangkan konten pada akun *instagram* @sobtagiring lebih berfokus pada konten-konten kampanye dan konten yang membentuk *personal branding* oleh Giring Ganesha sebagai tokoh politik muda yang masih terbilang baru di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimanakah *personal branding* yang dilakukan Giring

Ganesha dalam membentuk kepercayaan masyarakat sebagai tokoh politik muda yang mampu diteladani dan layak sebagai pemimpin sesuai dengan keinginannya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana *personal branding* Giring Ganesha sebagai politisi muda pada media sosial akun *instagram* @sobatgiring ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis *personal branding* Giring Ganesha sebagai politisi muda pada media sosial akun *instagram* @sobatgiring.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan mengenai analisis *personal branding* Giring Ganesha sebagai politisi muda pada media sosial akun *instagram* @sobatgiring.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat melalui analisis yang dipaparkan pada pihak-pihak yang merasa membutuhkan referensi mengenai analisis *personal branding* Giring Ganesha sebagai politisi muda pada media sosial akun *instagram* @sobatgiring.

## **1.5 Definisi Konsep**

### **1.5.1 Personal Branding**

Berasal dari bahasa Inggris yaitu *personal* yang memiliki arti pribadi, dan kata *branding* yang memiliki arti merek atau *brand*. Sehingga merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan seseorang untuk membentuk opini atau persepsi orang lain sesuai dengan yang ingin dibentuk.

Menurut David McNally dan Karl D.Speak (dalam Khoerrunnisa et al., 2020:132) pada buku *Be Your Own Brand:A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd* menyatakan bahwa merupakan sebuah emosi atau persepsi yang berasal dari orang lain kepada seseorang yang mengartikan secara lengkap dari sisi pengalaman dalam hubungan antarpersonal yang ada.

Kegiatan branding artinya memberikan pembeda nama ataupun simbol, misalnya merek, logo ataupun desain yang berguna sebagai identitas serta pembeda dengan kompetitor lain. Selain itu branding juga memiliki arti sebagai suatu usaha yang dilakukan secara berkepanjangan yang



menyertakan pemikiran, percakapan dan pemasaran dalam mengolah persepsi khalayak seperti yang diinginkan.

### **1.5.2 Politisi**

Politisi merupakan individu yang berkecimpung dalam politik, termasuk para pakar politik (Indrawan et al., 2020:4). Dalam hal ini politikus juga merupakan salah satu politisi yang berpartisipasi dalam pemerintahan. Dalam demokrasi di wilayah Barat sendiri, istilah tersebut lebih terbatas pada mereka yang menjabat atau berusaha menarik para profesional daripada mereka yang dipekerjakan oleh orang-orang di arena politik.

Politisi juga merupakan salah satu profesi terpenting dalam pemerintahan, terutama dalam mengatur semua operasi politik. Di beberapa negara, politisi membentuk cabang eksekutif legislatif pemerintah. Ketika dijalankan oleh pemerintahan non-demokratis, perbedaannya sendiri tidak terlalu jelas. Di beberapa negara, politisi membentuk eksekutif pemerintah dan kepala kantor negara, serta legislatif dan pemerintahan di tingkat lokal dan regional.

Pada prinsipnya, politik itu sendiri bersifat inklusif. Oleh karena itu, jika langkah-langkah politik yang tepat diambil, semua warga negara akan merasakan hasil yang positif. Hal ini juga berlaku sebaliknya.

### **1.5.3 Media Sosial**

Menurut Soewandi dan Wijanarko (2021:182) Media sosial adalah kelompok aplikasi yang tersambung oleh internet dan menyusun dasar teknologi web 2.0 dan dapat terjadi pertukaran informasi melalui berbagai konten. Media Sosial merupakan sarana media online yang berguna sebagai media dalam berbagi, mengikuti dan membuat unggahan dalam berbagai bentuk mulai dari tulisan, gambar, video dan rekaman suara. Dalam artian lain, media sosial juga berarti sebuah media online yang memfasilitasi hubungan sosial dan memanfaatkan teknologi yang membuat jalannya komunikasi lebih interaktif.

Sosial media sudah marak digunakan belakangan ini untuk terhubung satu sama lain dan membagikan informasi. Media sosial dapat dengan mudah mengundang untuk bergabung saling memberikan feedback (umpan balik) berupa komentar ataupun kiriman ulang dengan waktu yang singkat dan tak terbatas ruang ataupun waktu.

### **1.5.4 Instagram**

Instagram menurut Prihatiningsih (2017:51) adalah aplikasi untuk membagikan foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil lebih banyak foto, juga mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai media sosial (termasuk yang dimiliki oleh

Instagram). Instagram merupakan aplikasi mobile berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone*. Seluruh foto atau video yang dibagikan tersebut nantinya akan muncul di feed para pengikut akun pengguna lain yang mengunggah konten tersebut.

Sistem pertemanan di *Instagram* menggunakan istilah *follower* (pengikut) dan *following* (mengikuti). "Ikuti (*Follow*)" berarti seseorang mengikuti akun pengguna lain, dan pengguna lain juga dapat mengikuti akun lain. Selain itu, setiap pengguna yang memiliki akun *instagram* dapat berinteraksi dengan memberikan komentar dan memberikan tanggapan serupa pada foto atau video yang dibagikan. *Instagram* memiliki cukup banyak fitur yang digemari banyak orang dan membuatnya populer dengan jutaan pengguna. Salah satunya adalah fungsi kamera, melalui aplikasi *Instagram* para pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto di galeri. Namun, pengguna juga dapat mengambil foto secara langsung dan merekam momen di aplikasi, kemudian mengeditnya dan menetapkan judul baru ke konten.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Wiwin Yuliani (2018:86) Penelitian deskriptif merupakan penelitian untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat. Singkatnya, deskriptif kualitatif

adalah metode penelitian yang bergerak ke pendekatan kualitatif sederhana dengan menggunakan aliran induktif. Aliran induktif ini berarti bahwa penelitian deskriptif kualitatif dapat dimulai dengan proses atau peristiwa deskriptif dan akhirnya menarik suatu generalisasi yang menarik kesimpulan tentang proses atau peristiwa tersebut. Sebelum melakukan analisis data, peneliti perlu mengadopsi teknik untuk menguji reliabilitas data yang dianalisis untuk menarik kesimpulan tentang penelitian.

Metode uji reliabilitas data yang digunakan oleh peneliti triangulasi adalah menguji reliabilitas data dengan cara mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan cara yang berbeda. Proses triangulasi adalah proses pengawetan bukti dari hasil catatan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang bertujuan untuk meningkatkan akurasi survei. Ringkasnya, triangulasi metode memahami dan memahami masalah dengan cara membandingkan data yang dihasilkan peneliti secara verbal mewawancarai orang-orang di sekitarnya tentang laporan tersebut, kemudian membandingkan data yang diamati dengan data wawancara. Perbandingan digabungkan agar akurat dan saling melengkapi.

### **1.6.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah sebuah pemetaan atau gambaran secara menyeluruh suatu bidang kajian atau tujuan penelitian secara umum, termasuk ciri-ciri, sejarah perkembangan, struktur, tugas pokok, dan fungsi lain yang dipetakan pada masing-masing bidang kajian.

Menurut pengertian di atas, maka objek penelitian dalam penelitian ini adalah akun media sosial instagram @sobatgiring.

### **1.6.3 Unit Analisis**

Unit analisis pada penelitian ini merupakan beberapa fitur yang terdapat pada aplikasi instagram yaitu:

#### **1. Unggahan Foto Instagram**

Fitur unggah foto merupakan fitur yang memungkinkan pengguna mengunggah foto yang mengunggahnya pada laman instagram (Afifatus Sholihah, 2018:33). Fitur unggah foto memungkinkan pengguna Instagram untuk memilih foto yang akan diunggah dari galeri atau album smartphone mereka, atau menggunakan kamera yang tersedia dengan fitur ini secara langsung. Gambar yang diunggah dapat diedit dengan efek yang tersedia di fitur untuk meningkatkan tampilan foto. Pengguna juga dapat mengunggah banyak foto dalam satu unggahan.

## **2. Unggahan Video Instagram**

Fitur unggahan video merupakan fitur yang menyajikan gambar atau tampilan visual yang bergerak, terdapat audio/suara dan memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi. Dalam aplikasi instagram tersedia fitur edit untuk video mulai dari kecerahan, pemotongan waktu atau penghilang suara. Pada dasarnya unggahan video akan menampung lebih banyak pesan daripada unggahan foto.

## **3. Instastory (Instagram Story)**

Instagram Story adalah fitur yang memungkinkan pengguna Instagram mengunggah foto dan video berdurasi 15 detik (Afifatus Sholihah, 2018:35). Foto dan video yang diunggah dengan fitur ini tidak akan bertahan lama dan hanya akan bertahan selama 24 jam. Meskipun demikian, fitur Instagram Story sangat mudah digunakan dan fitur-fitur menarik tersedia di Instagram Story, sehingga banyak diminati oleh pengguna Instagram.

## **4. Reels Instagram**

Reels Instagram adalah video pendek dengan berbagai durasi dari 15 detik hingga 60 detik (Al Mardhiah, dkk, 2021). Modelnya seperti aplikasi TikTok dan seperti Instagram TV, reels juga muncul di beranda akun Instagram. Namun, ada satu tempat untuk menyediakan kumpulan reels tersebut. Para pengguna dapat menggunakan fungsi peran untuk kreatif dengan campuran musik dalam membuat berbagai konten pada reels instagram.

## **5. Caption Instagram**

Caption adalah teks atau informasi yang berkaitan dengan foto atau video yang diunggah. Jika pengguna menulis deskripsi foto yang menarik, pengguna bisa mendapatkan pengikut dan membaca deskripsi atau keterangan lengkap (Neissaroh Al Mardhiah, Siska Maulina, 2021).

### **1.6.4 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan sebuah pembahasan tema ataupun isu serta implikasi yang terkandung pada kasus tertentu yang ingin diteliti. Fokus yang diutamakan juga ditunjukkan pada ulasan mengenai hal-hal yang terkandung pada suatu objek yang diinginkan diteliti.

Dengan demikian fokus dari penelitian ini adalah konten video, foto, reels, story dan caption pada akun instagram @sobatgiring yang didalamnya bertujuan untuk membangun *personal branding* Giring Ganesha sebagai tokoh politik muda melalui media sosial aplikasi Instagram.

### **1.6.5 Sumber Informasi**

Sumber informasi yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini berupa sumber sekunder. Sumber sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, termasuk dari jurnal atau penelitian sebelumnya yang

ditemukan di perpustakaan atau diakses secara online oleh peneliti, dari media sosial, internet, dan dokumen yang diteliti.

### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Observasi adalah sebuah teknik khusus atau teknik tertentu untuk mengumpulkan data dibandingkan dengan teknik lain: wawancara dan survei. Observasi (pengamatan) merupakan metode utama dari penelitian ini. Dalam melakukan observasi, peneliti mendekati atau mengamati objek ataupun subjek penelitian sehingga data yang dibutuhkan antara peneliti didapatkan dengan jelas. Penelitian ini menggunakan jenis observasi dimana peneliti mengamati objek yang diteliti atau menggunakannya sebagai sumber data penelitian. Sambil mengamati, peneliti mencoba menganalisis apa yang dilakukan sumber data. Pengamatan ini membuat data yang diperoleh lengkap dan tajam, serta memungkinkan untuk memahami makna dari setiap gerakan yang terlihat.

#### **2. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (dalam Syafari & Montessori, 2021) dokumentasi diartikan sebagai salah satu cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data dan informasi bisa dalam bentuk dokumen, gambar, arsip, buku maupun laporan yang mampu membantu peneliti



menyelesaikan penelitiannya. Sebuah dokumen harus memiliki kredibilitas yang tinggi untuk dapat digunakan sebagai sumber informasi sebuah penelitian. Semakin terpercaya sebuah dokumen mengenai permasalahan yang diteliti maka keabsahan dokumen tersebut layak digunakan sebagai sumber informasi.

### **1.6.7 Teknik Analisa Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *interactive model* yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman (dalam Prihatiningsih, 2017), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### **1. Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Reduksi data didefinisikan sebagai proses seleksi yang menitikberatkan pada penyederhanaan data dan peringkasan dari transformasi big data yang muncul dari catatan-catatan tertulis sesuai dengan situasi di lapangan.

Data hasil wawancara dengan subjek penelitian dan dokumen-dokumen yang diterima akan diseleksi, dipilih dan diklasifikasikan sebagai data yang relevan dan penting oleh peneliti. Data mentah atau data awal dipilih kembali dan data yang relevan diolah sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian dari proses penyajian data. Ada tiga tahap untuk reduksi data:

- a. Langkah pertama adalah mengedit, mengelompokkan, dan meringkas data.
- b. Langkah kedua adalah peneliti mengedit catatan atau dokumen tentang proses penelitian untuk membantu dalam menemukan tema, kelompok, dan pola suatu data.
- c. Langkah ketiga adalah peneliti membuat cetak biru untuk konsep (mencoba mengonsepkannya) dan mendeskripsikan yang terkait dengan subjek, pola, atau kumpulan data yang dimaksud.

## **2. Penyajian Data (*Data Display*)**

Penyajian data adalah kumpulan informasi terstruktur yang mencakup langkah-langkah untuk mengatur data suatu penelitian. Artinya, mengasosiasikan satu kelompok data dengan yang lain sehingga semua data yang dianalisis terkandung dalam satu entitas.

Untuk memastikan tampilan data tidak menyimpang dari topik, data dapat ditampilkan dalam bentuk matriks, grafik, jaringan, atau diagram sebagai panduan informasi tentang apa yang terjadi. Data ditampilkan sesuai dengan apa yang peneliti lakukan.

## **3. Pengujian Kesimpulan (*Drawing and Conclusion*)**

Peneliti menerapkan prinsip induktif yang mempertimbangkan pola data yang ada dalam penyajian data yang terkumpul, menjelaskan kesimpulan dari sudut pandang peneliti, dan memungkinkan penekanan lebih lanjut pada penulisan penelitian.

**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

Peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian tentang “Analisis *Personal Branding* Giring Ganesha sebagai Tokoh Politik Muda Melalui Media Sosial Akun Instagram @sobatgiring.” sebagai rujukan. Adapun penelitian tersebut tercantum dalam tabel 2.1, sebagai berikut:

*Tabel 2.1 Peneliian Terdahulu*

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Elda Franzia	Personal Branding Melalui Media Sosial (2018) <a href="https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690">https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690</a> ISSN (P) : 2615 - 2584   ISSN (E) : 2615 - 3343	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara menganalisis data kuantitatif yang dikumpulkan dari responden serta menguraikan hasil observasi visual yang berasal dari foto profil responden dari bermacam media sosial. Hasil dari penilitian yang dilakukan yaitu Personal branding dilakukan dengan cara (1) menunjukkan ketertarikan pada gambar profil, menggunakan objek foto dan aktivitas yang sesuai dengan minat tersebut, (2) mengenali citra diri

			<p>individu, dan (3) secara konsisten. Dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dapat ditingkatkan dengan menampilkannya berkali-kali. Gunakan berbagai media sosial tergantung fungsi dan tujuannya.</p>
2.	Syifaur Rahmah	<p>Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram (2021)</p> <p><a href="https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584">https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584</a></p> <p>E-ISSN: 2580-6955</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dimana Ganjar Pranowo menerapkan strategi personal branding melalui empat strategi yang berhasil, yaitu mendekati Ganjar Pranowo dengan masyarakat dan membangun kepercayaan publik terhadap dirinya. Upaya Ganjar Pranowo membangun personal branding melalui media sosial berdampak pada citra Ganjar Pranowo di mata masyarakat luas, terbukti dengan terpilihnya Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah untuk periode kedua. Media sosial digunakan oleh aktor politik untuk membangun kepercayaan publik terhadap mereka dan membangun citra publik. Personal branding</p>

			<p>politisi di media sosial membentuk citra diri masyarakat dan memfasilitasi komunikasi politik. Ganjar Pranowo adalah seorang politikus yang aktif menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakat. Instagram merupakan salah satu media sosial yang ia gunakan untuk mempromosikan komunikasi dua arah dengan masyarakat, membawa kualitasnya dan mendapatkan citranya sendiri. Hal ini memungkinkan dia untuk terlibat dalam komunikasi politik. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan strategi personal branding yang Ganjar Pranowo terapkan dalam membangun komunikasi politik melalui unggahan media sosial Instagram, berdasarkan empat strategi pembentukan dan pengembangan personal branding.</p>
			<p>Penelitian ini difokuskan pada kegiatan personal branding Sandiaga Uno di platform media sosial Twitter. Kampanye yang</p>

3.	Deni Setiawan , Achmad Nurmadi	<p>Sandiaga Uno:Personal Branding di Twitter (2020)</p> <p><a href="https://doi.org/10.35308/JPP.V6I1.1657?sid=semanticscholar">https://doi.org/10.35308/JPP.V6I1.1657?sid=semanticscholar</a></p> <p>ISSN (Print) 2477-5738   ISSN (Online) 2502-0528</p>	<p>dilakukan Sandiaga Uno ini tidak bertatap muka secara langsung serta ditujukan kepada audience yang dituju. Pendekatan yang dilakukan menggunakan kualitatif dan diteliti serta dideskripsikan secara mendalam. Hasilnya dari kegiatan personal branding yang dilakukan Sandiaga Uno tidak hanya konten media sosial tetapi juga keterlibatan sebagai tokoh politik di tengah kehidupan masyarakat. Dalam membentuk personal branding juga dibutuhkan konsistensi, kejelasan dan keteguhan yang harus dijalankan oleh seorang Sandiaga Uno.</p>
4.	Felicia, Riris Loisa	<p>Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter (2018)</p> <p><a href="http://dx.doi.org/10.24912/kn.v2i2.3906">http://dx.doi.org/10.24912/kn.v2i2.3906</a> EISSN 2598 - 0785</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode studi kasus survey. Subjek survei ini adalah pihak-pihak yang berperan sebagai buzzer di media sosial Twitter dengan imbalan tertentu, buzzer sukarelawan, dan pihak-pihak yang melibatkan orang sebagai buzzer. Subjek survei ini adalah kicauan atau tweet yang ditulis oleh buzzer atau buzzer</p>

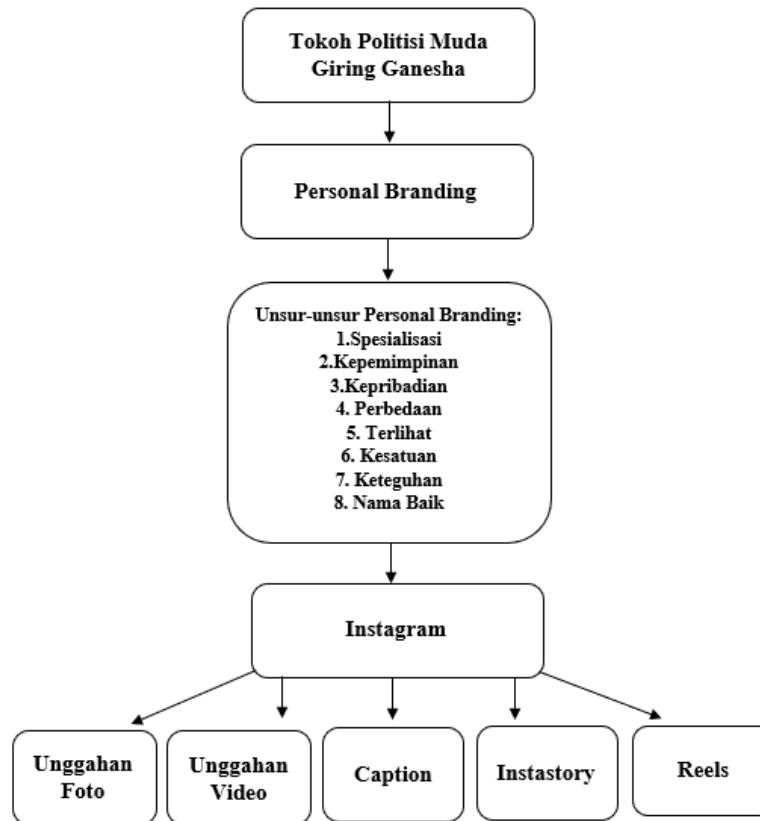
			<p>sukarelawan dengan imbalan tertentu. Kesimpulan dari penelitian ini adalah buzzer atau buzzer profesional dengan reward tertentu dapat memperluas informasi melalui aktivitas retweet yang berkaitan dengan cerita sehari-hari dan hashtag dan menjadikannya terlihat oleh masyarakat umum dalam bentuk trending topik. Awalnya, istilah buzzer hanya digunakan untuk mempromosikan produk tertentu dengan atau tanpa kompensasi. Namun, sejak tahun 2014 saat pemilihan umum secara</p> <p>langsung terjadi di Indonesia, buzzer mulai memasuki dunia politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran buzzer politik dalam aktivitas kampanye politik di media sosial Twitter dan aktivitas buzzer politik. Beberapa konsep yang dijadikan landasan dalam penelitian ini adalah komunikasi politik dalam bentuk kampanye politik, new media, dan media sosial. Jenis penelitian ini adalah deskriptifkualitatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.</p>
--	--	--	--

5.	Jerry Indrawan, Efriza, Anwar Ilmar	<p>Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik (2020)</p> <p><a href="https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820">https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820</a></p> <p>ISSN: 2303-0194</p>	<p>Penulis melakukan analisis deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data dan informasi sekunder melalui studi pustaka. Temuan penulis menunjukkan bahwa kehadiran media baru memiliki efek mendalam pada perilaku politik, terutama proses komunikasi politik. Penulis merekomendasikan agar kegiatan komunikasi politik lebih banyak dilakukan melalui media siber agar dapat mencapai dampak yang lebih luas. Pola komunikasi politik di era multimedia ini banyak dipengaruhi oleh hadirnya media baru berbasis internet seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube dan LineToday. Perolehan teknologi informasi merupakan bagian dari munculnya kekuatan media baru, dan tentu saja perubahan sosial yang mengiringinya. Semua orang, termasuk pengguna media baru, kini bisa terlibat langsung dalam proses ini. Penulis ingin</p>



			<p>meneliti perubahan sosial ini karena mempengaruhi pola komunikasi politik. Interaksi antara pemilih dan pemenang tidak lagi terhalang oleh jarak dan waktu, yang dapat meningkatkan kualitas komunikasi politik dalam demokrasi. Komunikasi politik bisa dua arah atau lebih baik, sehingga Anda bisa mendapatkan umpan balik langsung dari masyarakat umum. Berdasarkan hal tersebut, media baru sangat penting bagi kegiatan komunikasi politik saat ini.</p>
--	--	--	--

## 2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual  
Sumber : Data diolah peneliti, 2022

## 2.3 Landasan Teori

### 2.3.1 Personal Branding

#### 2.3.1.1 Definisi Personal Branding

Personal branding saat ini sering diakui setiap orang, pada dasarnya setiap individu memang memiliki personal branding yang terbentuk secara sendirinya. Jika memang personal branding sudah dimiliki oleh semua orang, maka fokus utama saat ini adalah bagaimana

personal branding itu dapat bekerja sesuai dengan kepentingan yang diinginkan. Personal branding merupakan teknik mengambil alih penilaian publik atas seseorang. Definisi lain mengenai personal branding juga dapat dimaksudkan dengan strategi merubah persepsi masyarakat yang sesuai dengan aspek kehidupan termasuk kemampuan, kepribadian dan nilai yang melekat pada individu tersebut.

Setiawan (2018:20) menyatakan bahwa personal branding sudah ada sejak manusia lahir dan diberikan nama pada bayi yang secara tidak langsung sudah menanamkan personal branding sejak nama itu melekat pada individu tersebut. Dalam membangun personal branding seseorang harus mulai memikirkan bagaimana individu tersebut ingin dikenali secara meluas, personal branding tidak hanya mengenai bagaimana seseorang melakukan usahanya dalam membangun dirinya tetapi juga untuk siapa dan mengapa individu tersebut melakukannya.

### **2.3.1.2 Tujuan Personal Branding**

Pada umumnya Personal branding memiliki tujuan untuk menarik dan membangun kepercayaan publik terhadap

seseorang. Dalam jurnal *Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri* (2018:21), Rita Srihasnita R.C. dan Dharmasetiawan menyebutkan empat tujuan utama personal branding:

1. Media sebagai sarana untuk mempengaruhi orang lain sehubungan dengan persepsi diri individu, serta menunjukkan keunikan dan kemampuan seseorang untuk menjadi jauh lebih unggul dari orang lain. Personal branding yang dibangun sesuai dengan individu tersebut akan melahirkan representasi mengenai individu yang dilahirkan di media.
2. Membicarakan dengan orang lain mengenai kepribadian, kreativitas, kemampuan, dan hal-hal lain yang membuatnya berbeda dan berharga.
3. Memberi kesan bahwa individu tersebut adalah pemecah masalah yang diperlukan.
4. Merangsang kesadaran orang lain akan nilai dan kualitas yang dimiliki individu tersebut.

### 2.3.1.3 Unsur-unsur Personal Branding

Menurut Dewi Haroen pada bukunya *Personal Branding* (dalam Felicia & Loisa, 2019:50) konsep pembentukan personal branding meliputi ada delapan unsur, yaitu:

#### 1. *Spesialisasi (The Law of Specialization)*

Hal ini meliputi pada ciri khas personal branding yang terarah ialah akurasi pada spesialisasi yang dikonsentrasikan pada keahlian, kekuatan dan suatu pencapaian. Spesialisasi dapat dilaksanakan dengan beberapa pendekatan seperti gaya hidup, kebiasaan, kemampuan, misi, produk dan profesi.

#### 2. *Kepemimpinan (The Law of Leadership)*

Personal branding juga berhubungan dengan sebuah kekuasaan dan kejujuran yang membuat seseorang dapat memposisikan diri sebagai pemimpin yang mampu dan pantas.

#### 3. *Kepribadian (The Law of Personality)*

Menjadi seseorang yang apa adanya juga menjadi pondasi kuat dalam membangun personal branding, menampakkan diri dengan apa adanya dan dengan ketidaksempurnaan yang ada. Seorang individu perlu

mempunyai kepribadian yang baik, namun tidak harus menjadi sosok yang sempurna. Menjadi apa adanya akan selalu menjadi cara yang terbaik untuk memperkuat personal branding.

#### *4. Perbedaan (The Law of Distinctiveness)*

Sebuah kualitas yang baik dari dibangunnya personal branding ialah perbedaan yang baik dan unik dalam menampilkan diri didepan publik.

#### *5. Terlihat (The Law of Visibility)*

Personal branding bukanlah hal yang mudah untuk dipertahankan kekuatannya karena personal branding wajib diperhatikan dan dipandang secara konsisten, hingga personal branding seseorang tersebut secara perlahan terbentuk dan terlihat. Dengan muncul secara terus menerus, mempersuasi publik untuk terus mengenal atau mencari tahu individu tersebut disetiap kesempatan.

#### *6. Kesatuan (The Law of Unity)*

Kesatuan menjadi unsur penting dalam personal branding karena setiap sisi kehidupan mulai dari kehidupan pribadi, etika dan moral haruslah sejalan

sesuai dengan personal branding yang selama ini dipasarkan.

#### *7. Keteguhan (The Law of Persistence)*

Proses dalam membangun personal branding membutuhkan waktu yang tidak sebentar, seorang individu harus mampu mengamati setiap proses tahapan yang dilalui selama membangun personal branding yang lebih baik.

#### *8. Nama baik (The Law of Goodwill)*

Validasi di publik kepada individu mengenai personal brandingnya akan memberikan kekuatan dan nilai personal branding yang lebih baik, serta akan mampu bertahan lebih lama jika nilai diri atau ide yang diberikan diakui oleh khalayak.

### **2.3.1.4 Strategi Personal Branding**

Strategi personal branding menurut Lestari (2018:12) terdapat beberapa strategi yang bisa dijalankan untuk mewujudkan personal branding yang kuat. Strategi tersebut ialah:

1. Mengenali diri sendiri sebelum membangun personal branding, pertama-tama yang perlu dilakukan ialah

mengenal diri sendiri, apa keahlian yang dimiliki, hubungan individu tersebut dengan orang lain, dan sebagainya.

2. Mendefinisikan tujuan personal branding bisa mengenal diri kita sendiri dan menentukan tujuan utama dari pembuatan personal branding. Ini dimaksudkan bahwa individu tersebut ingin orang lain tahu. Definisi tujuan ini juga harus disesuaikan dengan kemungkinan yang ada.

3. Putuskan siapa yang akan menjadi target personal branding. Dengan menentukan target atau yang ingin dicapai akan menentukan dan memengaruhi apa yang perlu dilakukan untuk memperkuat personal branding yang dibangun.

4. Membangun dan Memperluas Jaringan. Selain terus membangun personal branding, seseorang juga perlu membangun dan memperluas jaringan profesional karena itu akan mempromosikan personal brand kita lebih luas.



## **2.3.2 Politisi**

### **2.3.2.1 Pengertian Politisi**

Politisi menurut Khoerunnisa (2020:129) memiliki arti yaitu tokoh publik dengan latar belakang politik atau pemerintahan serta dihormati dan disegani baik di dalam negeri ataupun di luar negeri. Dalam sistem demokrasi, biasanya sulit untuk menyebut politisi dalam posisi pemerintahan sebagai negarawan sebab sebesar apapun kebijakan yang dia ambil, dia akan selalu dikritik dan ditargetkan oleh lawan-lawannya. Pengertian politisi atau politikus yang dibahas di sini tidak harus karena dia adalah seorang partisan atau orang yang ada di dalam sebuah partai.

Politisi bisa saja mungkin tidak memiliki partai tetapi memiliki kekuatan politik, atau karena inti dari politik adalah kekuatan itu sendiri, dia berpartisipasi dalam peran lingkaran kekuasaan dan membuat keputusan politik (publik) sehingga dapat mempengaruhi kebijakan). Jika seseorang, di mana saja, bekerja untuk mendapatkan atau menjalankan kekuasaan, dia benar-benar seorang politisi. Setidaknya dalam arti umum dan fungsinya. Politisi atau politikus yang identik dengan

janji adalah orang yang memberi harapan. Dunia tanpa harapan adalah stagnan, tidak memiliki kemajuan, dan tidak memiliki dinamisme.

### **2.3.2.2 Peran dan Tanggung Jawab Politisi**

Peran ataupun tanggung jawab politisi pada dasarnya menurut Anggriawan (2020:33), yaitu:

- Politisi memiliki tugas untuk menghubungkan informasi dari masyarakat ke pemerintah dan sebaliknya.
- Ia juga bertugas memutuskan dan melaksanakan kebijakan publik yang ditujukan untuk kesejahteraan rakyat.
- Melakukan rapat parlemen bersama para anggota daerah negara bagian (provinsi), kota, dan distrik/kabupaten untuk merumuskan dan mengesahkan peraturan perundang-undangan.
- Memperjelas prioritas kebijakan publik, kebutuhan warga, dan isu-isu yang diidentifikasi oleh anggota dan pendukungnya.
- Mensosialisasikan dan mengedukasi pemilih dan warga negara tentang berfungsinya sistem politik,

pemilu, dan nilai-nilai politik umum dalam masyarakat.

- Politisi juga merupakan penjaga konstitusi dan hak asasi manusia, serta berkewajiban memperjuangkan hak asasi manusia dalam penegakan hukum di Indonesia.
- Buktikan dengan kinerja-Catatan kinerja sangat perlu ditunjukkan kepada semua orang untuk menunjukkan kualitas tindakan mereka. Namun dilandasi dengan kejujuran dan kejujuran serta harus memiliki idealisme yang kuat.

### **2.3.2.3 Keterampilan dan Pengetahuan Politisi**

Keterampilan dan pengetahuan merupakan hal yang harus dimiliki oleh seorang tokoh politik, menurut Anggriawan (2020:13) politisi harus memiliki keterampilan seperti:

- Keterampilan interpersonal, presentasi dan komunikasi yang sangat baik, baik tertulis maupun lisan.
- Dapat menikmati obrolan dengan diskusi yang baik
  - Sebagai seorang politisi, seseorang dapat menghabiskan sebagian besar waktu untuk

mengungkapkan fakta-fakta tertentu, karena digunakan sebagai diskusi untuk kepentingan anggota atau relasi.

- Manajemen waktu yang baik – politisi juga sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk mengatur waktu kehidupan pribadi dan pekerjaannya.
- Pandai membangun hubungan atau berelasi– Jika seseorang berkecimpung dalam politik suatu negara, pastikan untuk memiliki keinginan belajar dan membangun hubungan dengan banyak orang diberbai kalangan. Kedua faktor ini sangat penting sebagai modal awal untuk pengembangan karir dalam dunia.
- Kesadaran hukum, mampu mengatur keuangan dan kerendahan hati-Ketika seseorang telah mencapai sesuatu agar tidak menjadi sombong dan tetap rendah hati adalah suatu keharusan agar masyarakat tetap segan serta percaya kepada politisi tersebut.
- 

#### **2.3.2.4 Kepribadian Politisi**

Politisi tentu dianjurkan untuk memiliki kepribadian yang baik untuk mampu berada dan dipandang oleh

masyarakat, menurut Anggriawan (2020:24) kepribadian yang dimiliki politisi sebagai berikut:

- Berpikir dengan Kritis - dengan menggunakan logika serta penalaran untuk mengidentifikasi kekuatan ataupun kelemahan dari solusi kesimpulan, alternatif atau jalan tengah, atau pendekatan untuk masalah yang dihadapi.
- Pemecahan Masalah Kompleks- Dengan mengidentifikasi masalah yang kompleks, meninjau pesan dan informasi yang relevan, serta mengembangkan serta mengevaluasi beberapa pilihan dan jalan keluar yang sekiranya sesuai.
- Komunikasi – Mencoba untuk berbicara dengan orang lain untuk berkomunikasi secara baik dan efektif secara lisan maupun tertulis
- Keseimbangan Emosional – Karena adanya sifat profesi yang rapuh dan penuh resiko, politisi bahkan menghadapi banyak perdebatan dan ancaman yang mempengaruhi suasana hati. Tanpa keseimbangan emosi, akan sangat sulit bagi seorang politisi hebat untuk menjalankan tugasnya secara maksimal.

- Agresi-Politisi yang hebat harus siap menghadapi setiap tantangan yang datang di hadapannya. Itu tidak berarti mereka harus bersikap kasar, tetapi mereka harus dapat memanfaatkan agresi mereka dalam menjalankan rencana.

#### **2.3.2.5 Prospek Kerja Politisi**

Peluang untuk bekerja sebagai politisi selalu terbuka. Alasan ini disebutkan oleh Muhtar (2020:11) sebagai berikut:

- Pentingnya peran politisi dalam memperjuangkan kemaslahatan umum berdasarkan nilai yang sebenarnya menjadi politik politik.
- Politisi memainkan peran penting dalam pendidikan orang dan masyarakat. Kemampuan politisi adalah kemampuan untuk memungkinkan dia melihat perspektif yang berbeda yang tidak dimiliki oleh masyarakat umum. Politisi sendiri harus mengajari orang bagaimana sistem politik bekerja. Dengan demikian, masyarakat dapat mengambil keputusan yang tepat dan terhindar dari menjadi korban politik dalam waktu dekat. Politisi harus melakukan upaya yang cukup besar sampai preferensi pemilih tidak

lagi sepeser pun, tetapi berdasarkan imajinasi untuk membuat negara lebih baik.

### **2.3.2.6 Pemberitaan Online mengenai Politisi Muda**

#### **Indonesia**

Menurut website media online *The Conversation* (09/21), tanpa partisipasi yang berarti dari kaum muda, demokrasi hanyalah sebuah tempat untuk pemilihan politik. Agar demokrasi menjadi inklusif, maka kaum muda harus berperan dengan aktif dan memiliki peran sebagai pemangku kepentingan masyarakat dan pemecah masalah. Para generasi muda ini menghadapi banyak tantangan untuk mencapai pengaruh yang luas, terutama di ruang politik formal seperti sebuah lembaga publik dan partai politik.

Banyak orang Indonesia yang sadar bahwa usia yang lebih muda menunjukkan pengalaman yang belum matang dan kemampuan untuk terjun ke dunia politik. Partisipasi pemuda dalam politik masih didominasi oleh mereka yang berasal dari kelas sosial ekonomi menengah ke atas dan memiliki keistimewaan untuk mengakses sumber daya yang beragam. Selain itu, pada laporan tahun 2017 oleh *Institute of Development di*

*University of Sussex* di Inggris menemukan bahwa perempuan muda Indonesia masih memiliki partisipasi politik yang sangat kecil. Banyak kendala yang mereka hadapi, termasuk norma sosial Indonesia yang belum mendukung peran aktif perempuan di depan umum. Ruang terbuka untuk diskusi memungkinkan kaum muda dan generasi tua untuk mendobrak tembok-tembok tipikal yang sering dipasang di kedua sisi, mengurangi kemungkinan konflik. Dialog harus dilakukan secara terarah, konstruktif serta demokratis dengan mempertimbangkan kebutuhan dan peran yang setara dari berbagai pihak. Upaya membangun partisipasi politik yang berarti bukan hanya tentang memberi anak muda akses ke politik. Kaum muda juga membutuhkan lingkungan yang aman untuk merasa lebih setara dan inklusif sehingga mereka dapat memiliki pengaruh yang lebih besar di tingkat lembaga publik, partai politik, dan organisasi.



### **2.3.3 Media Sosial**

#### **2.3.3.1 Pengertian Media Sosial**

Media sosial merupakan media online yang mudah digunakan oleh penggunanya dengan berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, berbagai media sosial, wiki, forum, dan dunia maya (Rafiq, A., 2020:19). Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum dan sering digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Menurut pendapat lain, media sosial adalah media online yang mendukung berbagai interaksi sosial dan media sosial turut menggunakan teknologi berbasis web yang mengolah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "satu set aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi idealis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan berbagi konten yang dibuat pengguna."

Media sosial adalah situs web di mana setiap pengguna dapat membuat halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-teman untuk berbagi dan

mengomunikasikan informasi. Jejaring sosial terbesar termasuk Facebook, Myspace dan Twitter. Ketika media tradisional menggunakan media cetak dan siaran, media sosial menggunakan Internet. Media sosial mengajak seluruh pengguna yang berkepentingan untuk mengikuti sebuah akun, membagikan konten, tagging, berkomentar, dan berbagi pesan secara langsung terbuka, cepat, dan tanpa batas.

### **2.3.3.2 Sejarah Media Sosial**

Media sosial telah membuat perkembangan yang sangat penting setiap tahun ketika media sosial Friendster mendominasi pada tahun 2002. Friendster yang mendominasi media sosial selama ini, kini memiliki banyak orang. Media sosial baru dengan keunikan dan karakteristiknya. Sejarah media sosial dimulai pada 1970-an, dengan ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan orang terhubung dengan orang lain melalui unggahan dan unduhan perangkat lunak dan email. Semua ini dilakukan melalui modem yang terhubung ke saluran telepon. GeoCities lahir pada tahun 1995, dan GeoCities menawarkan web hosting. Geocities adalah

tonggak pertama dalam membangun sebuah website. (Rafiq, A., 2020:19).

Dari tahun 1997 hingga 1999, media sosial pertama merupakan Sixdegree.com dan Classmates.com. Tidak hanya itu, tahun ini juga ada blog pribadi, situs untuk membuat Blogger. Situs web ini memberi pengguna kesempatan untuk membuat halaman web mereka sendiri. Memberikan layanan pengguna blogger ini memuat hal-hal tentang semua yang tersedia. Pada tahun 2002, Friendster telah menjadi media sosial yang sangat booming dan kehadirannya sangat mengejutkan. Sejak itu, dari tahun 2003 hingga sekarang, muncul berbagai media sosial dengan berbagai karakter, keunikan dan keunggulannya seperti Twitter, Wisser, MySpace, Google+, LinkedIn, Facebook, dll. Media sosial saat ini juga menjadi sarana atau berubah menjadi kegiatan digital marketing. Oleh karena itu, media sosial kini telah menjadi salah satu layanan pada perusahaan digital.

### 2.3.3.3 Klasifikasi Media Sosial

Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, micro blogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (self-presentasi, self-disclosure) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010 (Rafiq, A., 2020:20).. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial :

1. *Proyek Bersama (Kolaborasi)*. Situs web ini memungkinkan pengguna untuk mengubah, menambah, atau menghapus konten dari situs web ini, seperti Wikipedia.
2. *Blog dan mikroblog*. Pengguna memiliki lebih banyak kebebasan untuk mengekspresikan sesuatu. Blog ini seperti berisi curhatan para pengguna atau mengkritik kebijakan pemerintah. Misalnya tweet yang dibuat di twitter oleh para pengguna.
3. *Konten*. Pengguna situs web ini saling berbagi konten

media seperti video, ebook, dan foto. Contohnya youtube.

4. *Media sosial*. Sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat informasi pribadi dan terhubung tanpa ada batasan waktu dan ruang dengan orang lain. Informasi pribadi bisa seperti foto. contoh facebook, instagram dan lainnya.
5. *Dunia game virtual*. Dunia virtual yang menciptakan kembali lingkungan 3D di mana pengguna dapat muncul dalam bentuk avatar yang diinginkan dan berinteraksi dengan orang lain dengan cara yang sama seperti di dunia nyata. Game online, dll.
6. *Dunia virtual* di mana pengguna merasa seperti hidup di dunia virtual, seperti di dunia game virtual, dan berinteraksi dengan orang lain. Namun, Dunia Sosial Virtual lebih bebas dan lebih berorientasi pada kehidupan.

### **2.3.4 Instagram**

Instagram adalah salah satu bentuk kemajuan Internet dan menduduki peringkat teratas sebagai salah satu media sosial yang paling digemari oleh kebanyakan orang saat ini. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pengguna Instagram setiap tahunnya. Per April 2017, Instagram mengumumkan memiliki 800 juta pengguna aktif bulanan, jumlah yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya (Efrida & Diniati, 2020). Tidak seperti media sosial lainnya, Instagram berfokus pada memposting foto dan video pengguna. Keunikan Instagram inilah yang membedakannya dengan media sosial pada umumnya. Selain itu, Instagram juga sering memperbarui sistemnya.

#### **2.3.4.1 Fitur-fitur Instagram**

Sejak kemunculannya dalam tahun 2010 silam, Instagram secara teratur memperbarui fitur yang dimiliki membuat fitur-fiturnya lebih lengkap & lebih menarik (Efrida & Diniati, 2020). Berikut merupakan fitur-fitur yg terdapat pada instagram dalam waktu ini:

## **1. Pengikut (Follower) dan Mengikuti (Following)**

Aplikasi media sosial Instagram menggunakan sistem setiap akun pengguna dapat memiliki pengikut Instagram dan sebaliknya. Dengan cara ini, setiap pengguna Instagram dapat menyukai dan mengomentari foto ataupun video yang diunggah oleh pengguna lain untuk menjalin komunikasi antar sesama pengguna Instagram. Para pengguna juga dapat menggunakan tautan yang terkait dengan akun media sosial lain seperti Facebook dan Twitter untuk menemukan teman Anda di Instagram.

## **2. Mengunggah Foto/Video dengan Caption (Posting)**

Kegunaan utama Instagram adalah untuk mengunggah foto dan video untuk dibagikan kepada orang lain. Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi hanya hingga 10 file foto atau video dalam satu unggahan. Dalam hal video itu sendiri, video hanya dapat diunggah dengan batas waktu hingga 1 menit. Sebelum mengunggah foto atau video, pengguna juga dapat memasukkan judul atau deskripsi tentang foto tersebut, tergantung apa yang dipikirkan pengguna atau apa yang ingin dituliskan. Pengguna juga dapat

menandai judul foto untuk mengelompokkan foto ke dalam berbagai kategori.

### **3. Kamera**

Pengguna Instagram dapat menyimpan foto yang di ambil dengan aplikasi Instagram. Menggunakan kamera langsung melalui Instagram, juga dapat menggunakan efek yang ada secara langsung untuk menyesuaikan warna foto yang akan diunggah dengan keinginan setiap pengguna.

### **4. Efek (Filter)**

Pada versi pertama, Instagram memiliki efek yang dapat digunakan pengguna ketika ingin mengedit foto. Pengguna juga dapat mengedit foto secara bersamaan saat menggunakan efek dan menyesuaikan kecerahan, kontras, warna, dan sebagainya.

### **5. Tagging/Mention**

Seperti Twitter dan Facebook, Instagram memiliki kemampuan untuk memungkinkan pengguna menyebut ke pengguna lain dengan menambahkan tag/mention (@) dan memasukkan nama akun Instagram (*username*) pengguna lain. Pengguna dapat menyebut ke pengguna



lain tidak hanya dalam narasi foto (*caption*) tetapi juga dalam komentar foto. Pada dasarnya, mereferensikan pengguna lain berarti berkomunikasi dengan pengguna yang namanya disebutkan.

## **6. Hashtag**

Hashtag Instagram adalah kode yang memudahkan pengguna untuk mencari foto menggunakan kata kunci. Oleh karena itu, pengguna dapat menandai foto mereka agar lebih mudah ditemukan. Hashtag itu sendiri dapat digunakan dalam segala bentuk komunikasi yang berkaitan dengan konten yang diunggah. Pengguna memasukkan nama mereka, tempat foto diambil, mengumumkan acara, menunjukkan bahwa foto tersebut berpartisipasi dalam kontes, atau menunjukkan bahwa foto itu diambil oleh anggota komunitas Instagram. Konten yang diunggah dapat dimasukkan ke dalam hashtag yang sesuai beserta informasi tentang konten tersebut.

## **7. Geotagging**

Setelah memasukkan judul foto, bagian selanjutnya adalah bagian geotag. Bagian ini ditampilkan saat

pengguna mengaktifkan GPS. Ini memungkinkan Instagram untuk mengidentifikasi di mana pengguna Instagram berada. Geotag memungkinkan pengguna untuk mengidentifikasi di mana foto diambil atau di mana foto itu diunggah.

## **8. Media Sosial Lain**

Saat membagikan foto tersebut, pengguna tidak hanya dapat membagikan foto di Instagram, tetapi juga membagikan foto melalui jejaring sosial lain seperti Facebook dan Twitter dengan menghubungkan tautan akun Instagram dengan akun media sosial lainnya.

## **9. Tanda suka**

Instagram juga memiliki fitur "Like" yang berfungsi seperti Facebook. Dengan kata lain, ini berfungsi sebagai tanda bagi pengguna lain untuk memberikan apresiasi dan tanda suka untuk foto yang diunggah oleh pengguna lain.

## **10. Instastory**

Instastory adalah singkatan dari Instagram Stories. Instastory adalah fitur Instagram yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video yang dihapus

secara otomatis dalam waktu 24 jam. Fitur Instagram Stories juga memiliki efek yang menghibur dan disukai pengguna.

### **11. Arsip**

Fitur ini memiliki fungsi sebagai media untuk pribadi atau seperti album pribadi. Hasilnya, pengguna dapat berbagi foto dan video yang hanya dapat dilihat oleh mereka sendiri.

### **12. Closefriend**

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video pada *instagram stories* yang hanya dapat diakses oleh pengguna lain yang dipilih sebagai "*Closefriend*".

### **13. Siaran langsung**

Fitur ini memungkinkan seorang pengguna akun instagram untuk menyiarkan video langsung yang dinikmati pengikut mereka untuk waktu yang tidak terbatas. Hal ini menghasilkan interaksi secara langsung dalam bentuk komentar dan siaran langsung bersama.

## **14. IG TV**

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah lebih dari satu menit video, tetapi tidak disimpan dalam laman profil. Berdasarkan fitur di atas, Instagram juga dapat digunakan sebagai alternatif album foto dan video. Semua postingan Instagram tidak memiliki batasan waktu. Ini berarti para pengguna dapat terus melihat foto dan video yang diposting sebelumnya, bahkan untuk waktu yang lama. Selain itu, Instagram merupakan salah satu penggerak perkembangan dalam industri pemasaran. Banyak pengusaha menggunakan Instagram sebagai media periklanan untuk produk dan layanan mereka. Selain pengusaha kecil, banyak juga brand internasional yang memanfaatkan Instagram secara ekstensif untuk memberikan informasi tentang produk yang mereka hasilkan. Instagram tidak hanya digunakan untuk komunikasi dan periklanan sebagai media hiburan untuk menyampaikan berita dan informasi. Beberapa pengguna menggunakan akun Instagram mereka untuk berbagi berita, fenomena, dan informasi harian.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **3.1 Sejarah Akun @sobatgiring**

Adanya media sosial Instagram merupakan suatu kemajuan dunia teknologi informasi yang semakin populer sejak beberapa tahun belakangan hingga saat ini. Pengguna media sosial Instagram dari seluruh penjuru dunia dan di Indonesia sendiri sudah banyak, serta bervariasi mulai dari umur pengguna hingga konten-konten yang diunggah. Saat ini media sosial juga menjadi saluran untuk berkampanye bagi para tokoh politik dengan berbagai tujuannya.

Pada Bab III ini peneliti akan mengulas sedikit lebih dalam mengenai akun instagram @sobatgiring. Berawal dari hengkangnya Giring Ganesha dari band musik Pop yang membesarkan namanya yaitu Nidji pada tahun 2017 dan mengesampingkan dunia musik, serta memilih untuk terjun sebagai tokoh politik. membuat Akun instagram milik relawan Giring Ganesha ini bernama @sobatgiring.

Akun @sobatgiring dibuat pada Januari 2018 serta mulai konsisten mengunggah kegiatan kampanye Giring Ganesha dan akun @sobatgiring merupakan akun media sosial Instagram dengan kurang lebih 66.800 pengikut. Kolom biografi menyebutkan bahwa akun @sobatgiring merupakan akun relawan pendukung Giring Ganesha sebagai politisi bernama Partai Solidaritas

Indonesia (PSI).

Hingga saat ini akun @sobatgiring aktif dalam membagikan dan membagi berbagai konten yang menunjukkan bahwa Giring Ganesha bertemu sebanyak mungkin orang dan kepribadian di berbagai negara bagian dan kabupaten/kota dengan bekerja dan bepergian ke Indonesia untuk melakukan personal brandingnya dengan melakukan kegiatan seminar, mengunjungi umkm ataupun usaha lokal dan kegiatan Giring dengan relasi politiknya.

### 3.2 Profil Instagram @sobatgiring



Gambar 3.1 Tampilan Profil Instagram akun @sobatgiring

Sumber : <https://www.instagram.com/sobatgiring/?hl=id>

### **3.3 Biografi Akun @sobatgiring**

Akun @sobatgiring merupakan akun dukungan dari relawan Giring Ganesha yang baru memasuki dunia politik pada 2017 dan akun ini sendiri mulai aktif membagikan konten pada bulan Januari 2018. Giring Ganesha yang awalnya dikenal sebagai musisi Indonesia sejak 2002 dibawah naungan band pop Indonesia bernama Nidji. Giring lahir di Jakarta 14 Juli 1983 yang kemudian pada tahun 2017 ia hengkang dari band musik yang membesarkannya dan mencoba peruntungannya untuk terjun ke dunia politik dengan bergabung bersama Partai Soidaritas Indonesia (PSI). Sejak bergabung dengan PSI inilah Giring menjadi Pelaksana Tugas (Plt) Ketua Umum PSI di tahun 2017. Tidak berselang lama, ia mencalonkan diri sebagai anggota legislatif pada Pemilu tahun 2019 di Dapil Jawa Barat 1 yang mendapatkan suara sebanyak 97.069 suara. Dengan hasil suara sebanyak itu juga merupakan usaha dari Giring yang mengusahakan pembentukan personal branding dari berbagai media sosial khususnya Instagram pada akun pribadinya yaitu @giring dan akun relawan @sobatgiring. Berlanjut beberapa tahun kemudian pada bulan Agustus tahun 2020 di kanal Youtubenya, Giring menyatakan bahwa ia akan mencalonkan diri sebagai Presiden pada Pemilu 2024-2029. Namun pada bulan Februari 2022 Giring menyatakan pada pers bahwa ia mundur dari pencalonan presiden RI dengan alasan bahwa belum waktunya ia sebagai tokoh politik baru untuk mencalonkan diri pada Pilpres 2024 dan akan berfokus pada Pileg 2024 agar para kader DPP PSI ke kursi parlemen serta eksekutif. Tentu konten yang dibagikan oleh akun relawan @sobatgiring akan berjalan sebagai mana

semestinya untuk terus mengunggah konten kegiatan Giring Ganesha selama berkecimpung didunia politik Indonesia.

### 3.4 Tampilan Feed Instagram @sobatgiring



Gambar 3.2 Tampilan Feed Instagram akun @sobatgiring

Sumber : <https://www.instagram.com/sobatgiring/?hl=id>

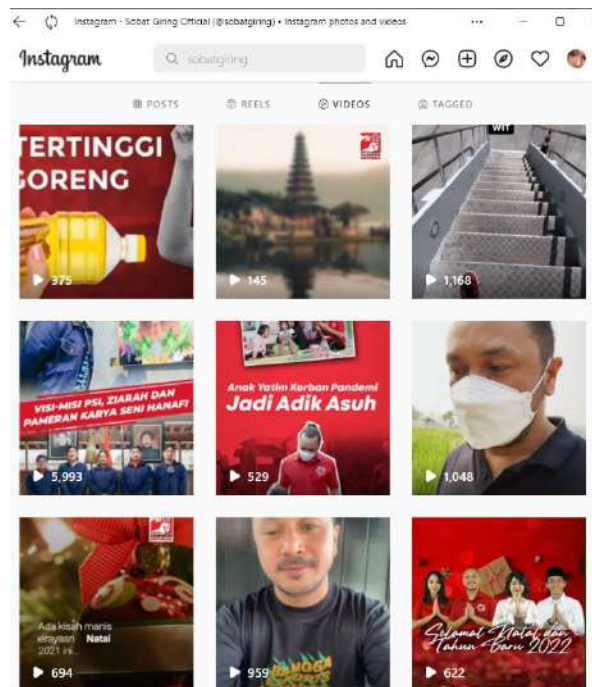


### 3.5 Tampilan Unggahan Foto Instagram @sobatgiring



Gambar 3.3 Tampilan Unggahan Foto Instagram akun @sobatgiring  
Sumber : <https://www.instagram.com/sobatgiring/?hl=id>

### 3.6 Tampilan Unggahan Video Instagram @sobatgiring



Gambar 3.4 Tampilan Unggahan Video Instagram akun @sobatgiring  
Sumber : <https://www.instagram.com/sobatgiring/?hl=id>

### 3.7 Tampilan Penulisan Caption Instagram @sobatgiring



Gambar 3.5 Tampilan Penulisan Caption Instagram akun @sobatgiring  
Sumber : <https://www.instagram.com/sobatgiring/?hl=id>

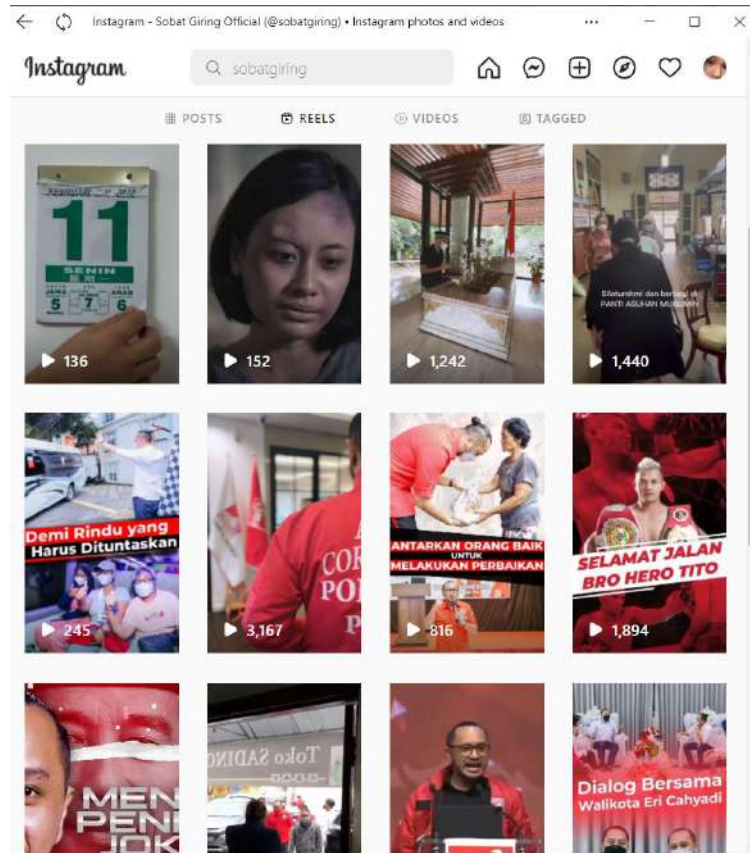
### 3.8 Tampilan Instastory Instagram @sobatgiring



Tampilan Instastory Instagram akun @sobatgiring  
Sumber : <https://www.instagram.com/sobatgiring/?hl=id>

Gambar 3.6

### 3.9 Tampilan Reels Instagram @sobatgiring



Gambar 3.7 Tampilan Reels Instagram akun @sobatgiring  
Sumber : <https://www.instagram.com/sobatgiring/?hl=id>

## **BAB IV**

### **HASIL & PEMBAHASAN**

Peneliti hendak menyajikan data dari observasi akun @sobatgiring sebagai relawan Giring Ganesha dan objek dalam penelitian lewat media sosial Instagram. Data dari observasi akan dijabarkan sesuai dengan definisi personal branding yang dicetuskan oleh McNally & Speak ( dalam Susilowati, 2018:178) :

#### **4.1 Pembentukan Personal Branding Giring Ganesha pada Instagram @sobatgiring**

Pada dasarnya menurut Dewi Haroen (dalam Susilowati, 2018:178) personal branding ditentukan oleh delapan konsep pembentuk dari personal branding yaitu:

a. Spesialisasi (*The Law of Specialization*)



Sebuah personal branding yang baik dicirikan oleh akurasi dalam kedisiplinan yang seringkali berfokus pada kekuatan, kemampuan, atau hasil tertentu yang ingin dituju dalam membangun personal branding. Adanya suatu media atau sarana untuk menyebarluaskan informasi dan kegiatan dalam berpolitik merupakan suatu hal yang diperlukan sebagai tokoh politik untuk bisa dikenal oleh masyarakat luas. Termasuk yang dilakukan oleh akun @sobatgiring yang konsentrasinya dalam mengunggah kegiatan politik Giring Ganesha serta informasi yang dikemas dengan baik mulai dari visualisasi ataupun design feed instagram dari kehidupan berpolitik Giring Ganesha. Pada umumnya spesialisasi biasanya dilakukan dengan satu ataupun bisa dengan beberapa cara, seperti:

1. Gaya hidup (*Lifestyle*)

Gaya hidup atau Lifestyle dari seorang Giring Ganesha yang dapat dilihat dari akun relawan @sobatgiring. Dibeberapa kegiatan dan unggahan mengenai Giring Ganesha yang sering kali mengunjungi banyak tempat serta bertemu masyarakat, mulai cara berpakaian terlihat sederhana dan interaksi Giring menunjukkan sebagaimana tokoh politik muda dalam berinteraksi dengan baik dan sopan.

**Tabel 4.1 Tabel Gaya Hidup (*Lifestyle*)**

<p>1. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Giring Ganesha turun ke lapangan sedang berkegiatan menanam pohon dalam rangka memperingati 7 tahun hari jadinya PSI. Kegiatan ini yang memiliki tujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat mengenai perubahan iklim yang drastis.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Atas itikad baik Giring dan dengan gaya hidupnya yang sederhana ia turut melakukan kegiatan menanam pohon dengan masyarakat di Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan, akan membantu dirinya membangun personal branding yang lebih kuat dihadapan masyarakat.</p>

<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Ramadan kali ini menjadi lebih berwarna dengan berbagi. Setidaknya, itu yang dirasakan Bro @Giring bersama Bro dan Sis DPW @PSISumbar_id dan DPD PSI Kota Padang @psi.padang, Senin 18 April kemarin di Kota Padang. Momentum ini mengawali kegiatannya bersafari Ramadan di Sumatera Barat.</p> <p>Berbagi tak hanya membahagiakan pihak yang menerima, namun juga yang memberikannya. Bro dan Sis PSI di seluruh penjuru Indonesia, mana</p> <p>10 likes APRIL 20</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Giring Ganesha yang melakukan kegiatan politiknya berkunjung di Sumatera Barat saat bulan Ramadhan. Bersilaturahmi dengan masyarakat setempat, juga membagikan sembako, berkunjung ke tempat berkumpulnya masyarakat setempat sekedar berbincang dan beramah-tamah dengan warga sekitar.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Menunjukkan gaya hidup dan kesederhanaannya yang mau berbagi serta berbaur dengan masyarakat di tempat-tempat yang ia kunjungi. Mencoba lebih mendalami keadaan ditengah masyarakat sehingga masyarakat merasa lebih diperhatikan oleh Giring sebagai politisi muda.</p>
<p>3. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Pulau Rurbas adalah salah satu keindahan alam yang dimiliki Biak. Salah satu destinasi wajib, bagi Bro dan Sis yang mengunjungi Biak. Sore hari itu, Bro @Giring bersama Sis @danikekar dan juga Bro dan Sis PSI Biak Numfor singgah sejenak sambil menyapa para nelayan dan masyarakat di pesisir pantai.</p> <p>#PSI_ID #PSIPapua #PSIBiak</p> <p>5 likes FEBRUARY 0</p>

Aktivitas	Dikeempatan lain Giring Ganesha berkunjung ke Pulau Rurbas, Biak, Papua. Ia menyapa para nelayan dan memantau kegiatan sehari-hari mereka sambil berbincang dan menikmati alam bersama warga sekitar.
Personal Branding	Upaya ini menunjukkan bahwa Giring berusaha berbaur, berpakaian sederhana dan mengajak berinteraksi para nelayan.
4. Unggahan	 <p>The screenshot shows an Instagram post from the account 'sobatgiring'. The main image depicts a man wearing a batik shirt and dark pants standing in a store that is filled with various outdoor and adventure gear, including backpacks and bags. The store has shelves and displays. The text of the post reads: 'sobatgiring Setelah jajan roti di Joy, Bro @giring dan rombongan mampir ke @Cartenz.Solo, salah satu cabang dari @CartenzAdventure. Cartenz adalah brand perlengkapan dan pakalan adventure yang diproduksi di Karanganyar, Solo, Jawa Tengah. Produk yang ditawarkan telah terjamin baik di tingkat nasional maupun mancanegara. Sangat cocok bagi Bro dan Sis yang memiliki passion di dunia petualangan dan pecinta alam. - Bro dan Sis, berpetualanglah dengan penuh'. The post has 5 likes and is dated JANUARY 17.</p>
Aktivitas	Giring Ganesha mengunjungi sebuah toko brand lokal yang ada di Karanganyar, Solo, Jawa Tengah yang memproduksi perlengkapan dan pakaian untuk berpetualang di alam yang menunjukkan kecintaan dirinya pada alam dan produk lokal.
Personal Branding	Dengan gaya hidupnya selama ini dalam berpakaianya menggunakan batik yang digunakan sedemikian rupa sehingga masih terlihat cocok dipadukan dengan gaya masakini dan menunjukkan dukungannya terhadap produk-produk lokal.

<p>5. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Sebagai tokoh politik muda Giring Ganesha yang melakukan kegiatan blusukan dan membagikan 300 ribu nasi kotak atas nama PSI kepada masyarakat Indonesia yang merasa kesulitan dalam menghadapi pandemi Covid-19 dan berbagi kehangatan serta bersapa dengan para lansia, anak-anak dan para pemuda yang ada di lokasi.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Gaya hidupnya yang sederhana dan kerelaannya untuk bersapa dengan banyak kalangan masyarakat, berbagi, tidak menunjukkan perbedaan gaya hidup dirinya dan masyarakat lain.</p>

## 2. Kebiasaan (*Behavior*)


Kebiasaan meliputi beberapa hal dalam membangun personal branding misalnya, kualitas kepemimpinan, kemurahan hati, atau kemampuan mendengarkan. Dalam dunia politik memiliki kebiasaan yang baik dan santun akan menarik empati masyarakat untuk memandang seorang tokoh politik dengan sudut pandang yang lebih baik lagi. Dalam





unggahan akun @sobatgiring diketahui bahwa Giring Ganesha beberapa kali melakukan donasi serta silaturahmi ke tempat-tempat terpencil dan beberapa panti asuhan. Hal ini akan membangun branding dirinya sebagai tokoh politik muda yang murah hati dan mudah berbaur dengan seluruh kalangan masyarakat.

**Tabel 4.2 Tabel Kebiasaan (Behavior)**

<p>1. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Giring Ganesha mengunjungi panti asuhan Muslimin, melakukan kegiatan berbagi tentang kegemaran dalam berliterasi mulai novel hingga komik.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Kebiasaan ini menunjukkan Giring Ganesha yang terus berupaya untuk meningkatkan sisi seni dari anak-anak panti yang dikunjunginya dan mampu menarik empati masyarakat atas kesantunannya saat bersama anak-anak panti.</p>
<p>2. Unggahan</p>	

	
<p>Aktivitas</p>	<p>Penggusuran kerap terjadi di wilayah perkotaan yang menjadikan Giring Ganesha mencoba mengunjungi wilayah yang menjadi target penggusuran dan berbincang dengan beberapa warga setempat.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Giring memiliki kebiasaan yang peduli dengan sekitarnya, termasuk masyarakat dan lingkungan yang rusak setelah adanya penggusuran. Kepedulian ini akan menjadi dasar yang baik untuk memperkuat personal brandingnya sebagai politisi muda yang cinta terhadap lingkungan sekitarnya.</p>
<p>3. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Giring Ganesha juga melakukan kegiatan membagikan makanan berupa nasi kotak di daerah Manggarai sekitar RSUD Mben Mboi untuk membantu para warga yang membutuhkan.</p>

Personal Branding	Hal ini dilakukan sebagai bentuk budaya yang diterapkan oleh Partai Solidaritas Indonesia bahwa seorang pemimpin juga harus memperhatikan rakyatnya dengan terjun langsung ke lapangan.
4. Unggahan	 <p data-bbox="876 415 1388 907"> <b>sobatgiring • Follow</b>        @Giring ditemani istri tersayang @cynthiaganesha yang ikut semangat membagikan #riceboxPSI        Bersama teman-teman kader dan aleg @psi_surabaya, mereka membagikan #RiceBoxPSI ke Kampung 1001 Malam, #Surabaya. Di sana mereka disambut dengan cukup hangat oleh masyarakat setempat. Kampung ini dihuni sekitar 180 KK. Terletak di kolong tol dan minim penerangan, membuatnya dinamakan Kampung 1001 Malam.        6 likes     </p>
Aktivitas	Mengetahui situasi langsung ditengah masyarakat merupakan hal yang penting dengan kegiatan blusukan yang dilakukan Giring pada area bawah jalan tol di Kota Surabaya yang ditinggali 180 KK dan membagikan nasi kotak kepada warga.
Personal Branding	Kegiatan yang dilakukan Giring ini merupakan hal baik yang menjadi contoh bagi banyak orang dan upaya nyata berinteraksi langsung dengan masyarakat akan membantu pembentukan personal branding lewat empati yang timbul atas kemurahan hati seorang politisi muda.
5. Unggahan	 <p data-bbox="876 1222 1388 1684"> <b>sobatgiring • Follow</b>        sobatgiring Hari Selasa, 4 Mei 2021. Kami menjalankan program @psi_id #PSIWakafAlQuran. Kali ini kami berkunjung ke Pondok Pesantren Miftahussalam yang berada di Kel. Binong, Kec. Curug, Tangerang, Banten.        Kali ini saya di temani oleh Sis Isyana (Ketua DPP PSI) @isyanabagoesoka, Bro Azmi (Ketua DPW PSI Banten) @azmiabubakar12, Bro Adrian (Ketua DPD PSI Kab. Tangerang) @adrianusagungnugroho, dan Sis Mareta @mareta.dpp.banten.     </p>
Aktivitas	Giring Ganeshha ke Pondok Pesantren Miftahulssalam, Kel.Binong, Kec.Curug, Tangerang, Banten. Kehiatan ini merupakan bentuk kebiasaan yang membentuk dirinya sebagai orang yang dermawan.



Personal Branding	Kereligiusan Giring juga menjadi tanda bahwa kebiasaannya taat kepada agama dan perhatiannya menyemaptkan berkunjung ke pondok pesantren membuat masyarakat akan berempati sehingga berpengaruh positif pada personal brandingnya.
-------------------	--


### 3. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan yang dimiliki Giring Ganesha adalah membuat konten-konten yang membangun personal brandingnya sesuai dengan gaya tampilan yang disukai oleh masyarakat jaman sekarang. Dibantu akun relawannya @sobatgiring membuat akun tersebut layak untuk dikunjungi laman instagramnya ialah karena tampilan cover unggahan yang tertata rapih, didesain dengan baik sehingga para pengguna instagram yang berkunjung akan dengan mudah mengerti jenis unggahan apa yang disajikan oleh akun @sobatgiring mengenai kegiatan yang dilakukan Giring Ganesha. Cover art atau pemilihan cover unggahan (thumbnail) yang unik dan menarik dari konten yang dibuat akan merangsang rasa ingin tahu dari pengguna internet karena menarik untuk dilihat. Selain itu kemampuan public speaking Giring Ganesha juga sering diunggah pada akun @sobatgiring. Kemampuannya ini turut menjadiah hal yang menguntungkan.

Tabel 4.3 Tabel Kemampuan (Ability)

<p>1. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring Perjuangan Arek Suroboyo 10 November 1945, itu merupakan momentum besar bangsa kita mempertahankan kemerdekaan. Bala tentara Inggris yang datang kemari bertujuan awal mengevakuasi serdadu Jepang dan menjaga kedamaian, malah terprovokasi kepentingan NICA (Belanda). Sejarah besar ini menjadi pembelajaran penting bagi tiga bangsa besar lainnya dalam memulihkan...</p> <p>4 likes NOVEMBER 10, 2021</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Memperingati hari pahlawan yang jatuh pada 10 November, konten yang diunggah berupa cover art yang pada gambar tersebut Giring disandingkan dengan para pahlawan.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Dapat dilihat kemampuan dalam strategi pembuatan konten seni cover art yang menarik akan membuat pengguna instagram dapat memiliki kemauan untuk mencari tau apa isi konten yang sedang diunggah, ditambah dengan gambar yang menunjukkan disandingkannya Giring dengan para pahlawan akan meningkatkan personal brandingnya bahwa Giring pantas disetarakan dengan pahlawan revolusi.</p>
<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Gusti Kanjeng Bendara Raden Ayu Adipati Paku Alam menginspirasi saya, @cynthiaganesha @bro_komar dan @elchanatmadja</p> <p>Gusti Putri begitu ramah dengan kami, membimbing kami dengan petuah petuah bijak mengenai kepemimpinan dan mengajarkan aku dan Cynthia mengenai batik buatan Puro Pakualaman. Yang menggugah kami Gusti Putri semoga kami ini tetap berdaya buat batik dan...</p> <p>17 likes</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Dalam berfoto dengan relasi politik Giring Ganesha mampu menyesuaikan gayanya dalam mengikuti pose yang menarik untuk berfoto sehingga kontennya lebih menarik dan menghibur untuk dilihat.</p>

Personal Branding	<p>Dengan mengikuti trend-trend yang populer akan menunjukkan kemampuan Giring yang kreatif dalam menarik perhatian masyarakat salah satunya dengan pose kekiniannya.</p>
3. Unggahan	
Aktivitas	<p>Design cover yang di edit sedemikian rupa dari sebuah poster drama korea yang sedang digandrungi oleh banyak orang juga menjadi kemampuan Giring menarik perhatian masyarakat.</p>
Personal Branding	<p>Kemampuan team kreatif Giring dalam pembuatan konten akan meningkatkan personal brandingnya lewat sisi kreatif sosial media strategi.</p>
4. Unggahan	
Aktivitas	<p>Design art cover merupakan suatu karya yang tidak mudah untuk dibuat karena penggambaran maksud dan pesan harus bisa terlihat jelas, tetap menarik sehingga pesan mengenai awareness suatu bencana alam menarik untuk ditelusuri.</p>

Personal Branding	Bentuk penyampaian pesan yang diunggah oleh akun @sobatgiring tentu menarik perhatian pengguna instagram dikarenakan menonjolnya tampilan covert art. Hal ini akan menjadi alasan personal branding Giring akan membaik karena ketertarikan pengguna pada konten yang diunggahnya.
5. Unggahan	
Aktivitas	Pada kesempatan ini Giring Ganesha sedang menyampaikan visi dari Partai Solidaritas Indonesia di depan publik dan para kader PSI. Selain itu ia juga mengajak para pemuda untuk bergabung mendaftarkan diri sebagai anggota legislative PSI.
Personal Branding	Kemampuan Giring Ganesha dalam melakukan public speaking ini bukanlah kemampuan yang dimiliki oleh semua orang. Semakin baik publik speaking yang dimiliki oleh politisi muda maka semakin mudah personal branding yang ingin dibangun dan diperkuat.

#### 4. Misi (*Mission*)


Setiap pengguna yang memiliki atau membuat sebuah akun pada media sosial tentu memiliki tujuan masing-masing. Akun @sobatgiring memiliki misi atau tujuan dalam terus menjalankan akun tersebut agar personal branding yang diupayakan oleh Giring Ganesha turut terbentuk dengan baik, dibantu dengan adanya akun @sobatgiring yang dikhususkan dalam mengunggah kegiatan berpolitik tokoh politik

muda yang masih harus memperkuat personal brandingnya. Personal branding yang dibangun setidaknya harus mampu membuat orang lain memandang seorang Giring Ganesha adalah tokoh politik muda yang menjadi contoh bagi banyak masyarakat dan lebih terpendang karirnya di dunia politik Indonesia.

**Tabel 4.4 Tabel Misi (Mission)**

<p>1. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Terdapat acara pelantikan DPD PSI di kota Bantul sekitaran rumah dinas Bupati Bantul. Acara pelantikan ini begitu spesial karena dihadiri langsung oleh Pak Bupati Abdul Halim Muslih. Giring Ganesha juga berpidato menyampaikan visi misi PSI dan beragam latar belakang masyarakat pula yang ikut hadir.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Dengan penyampaian visi misi yang dilakukan Giring Ganesha akan menarik masyarakat untuk lebih memahami gagasan PSI dan karenanya juga personal branding yang terbentuk pada Giring mengenai visi misinya sebagai pemimpin ataupun politisi muda akan diakui masyarakat.</p>



<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring UMKM : Si kecil yang mempunyai peran besar dalam ekonomi nasional.</p> <p>Puluhan kota telah saya kunjungi di Indonesia. Ratusan UMKM telah saya kunjungi di Indonesia. Semua saya lakukan untuk memberikan semangat dan dukungan untuk teman-teman pelaku UMKM, khususnya di masa pandemi ini. Sedih rasanya jika melihat banyak teman-teman yang gulung tikar karena efek Pandemi Covid-19 ini. Namun, harapan akan selalu ada bagi teman-teman yang sudah menjadi pelaku maupun calon pelaku UMKM di Indonesia. Mari bersama-sama kita beri cinta, dukungan dan semangat untuk mereka. Selamat Hari UMKM Nasional. #UMKMBISA #UMKMBANGKIT</p> <p>7 likes</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Salah satu misi Giring Ganesha sebagai tokoh politik muda adalah membangun UMKM yang targetnya ratusan dari semua yang sudah dikunjungi olehnya, khususnya di masa pandemi banyak UMKM yang terkena dampak.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Memberikan dukungan dan semangat dengan mengunggah kunjungannya ke beberapa UMKM sebagai ajang promosi tempat usaha tersebut adalah misi yang dimiliki Giring untuk mendapatkan hati rakyat dan membangun personal brandingnya sebagai pemimpin yang memiliki misi yang jelas akan UMKM di Indonesia.</p>
<p>3. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Sang harinya, Bro @giring bersama Sis @danilokar ditemani Bro dan Sis PSI Blak Numfor berkunjung ke Komunitas Sanggar Tari Manyouri. Sesampainya di sana, Bro Giring disambut dengan upacara adat secara singkat dan sederhana. Di sana, Bro Giring memberi dukungan bagi adik-adik kita yang terus berjuang mengejar mimpi dengan bakat yang mereka miliki.</p> <p>Terima kasih, Bro dan Sis PSI Blak Numfor dan panitia yang telah menyelesaikan acara. Bro dan Sis PSI di seluruh penjuru Indonesia. Mana Solidaritasmu?! #AkuPSI</p> <p>2 likes FEBRUARY 8</p>



Aktivitas	Giring Ganesha dengan penuh suka cita ingin melestarikan budaya dan tarian daerah, pada gambar meruapakan saat ini berkunjung ke sanggar tari Manyori di Biak.
Personal Branding	Menekankan pada misinya yang ingin memperkenalkan lebih luas budaya daerah di Indonesia dan ikut melestarikan sehingga personal brandingnya sebagai politisi muda yang memperhatikan dan peduli terhadap kelestarian budaya Indonesia akan dilihat oleh masyarakat.
4. Unggahan	
Aktivitas	Misi Giring untuk para petani untuk agar terus bisa menghasilkan hasil tanam yang berkualitas di Indonesia. Misi ini tentu bukanlah hal yang mudah untuk diwujudkan oleh Giring Ganesha, namun misi-misi ini pula yang membuat dirinya mampu dipandang masyarakat
Personal Branding	Dengan memiliki tujuan memakmurkan para petani di Indonesia personal branding Giring Ganesha di mata masyarakat sebagai pemimpin yang memiliki misi mulia kepada para petani akan diapresiasi
5. Unggahan	

Aktivitas	Unggahan mengenai Hari Lingkungan Hidup Sedunia yang diperingati setiap tanggal 5 Juni. Tujuan dari postingan pada akun @sobatgiring ini adalah untuk meningkatkan awareness dalam meningkatkan kesadaran bahaya fenomena perubahan iklim.
Personal Branding	Rasa kepedulian Giring Ganesah lewat postingan mengenai ancaman Perubahan Iklim yang perlu diwaspadai lantaran imbasnya bisa menyebabkan bahaya bagi kehidupan manusia membuat masyarakat akan tergerak untuk menumbuhkan rasa kepedulian terhadap lingkungan.


##### 5. Produk (*Product*)

Produk dalam pembentukan personal branding tidak selalu dalam bentuk sebuah produk, namun dapat juga berbentuk sebuah jasa yang misalnya penciptaan lapangan kerja baru, ikut membantu membangun banyak komunitas yang berguna bagi masyarakat dan sebagainya. Terjunnya Giring Ganesha pada dunia politik jasa yang sudah ia lakukan cukup banyak terunggah dan disajikan pada akun @sobatgiring.

**Tabel 4.5 Tabel Produk (Product)**

<p>1. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Giring Ganesha bersama relawannya membangun basecamp DPD PSI Kota Cirebon bersama Wasekjen dan ketua DPW PSI Jawa Barat menjadi salah satu jasa yang dilakukan Giring Ganesha.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Atas inisiatif Giring dan relawannya yang membangun basecamp di kota Cirebon ini akan membentuk personal branding Giring yang mudah memberikan bantuannya kepada masyarakat yang membutuhkan.</p>
<p>2. Unggahan</p>	

<p>Aktivitas</p>	<p>Memberikan fasilitas WiFi gratis untuk masyarakat Serang Baru, hal ini merupakan bantuan jasa yang diberikan Giring Ganesha sebagai bentuk solidaritas oleh PSI untuk anak-anak ataupun masyarakat yang melakukan banyak kegiatan sekolahnya dan pekerjaannya secara online, masyarakat juga yang dan WiFi gratis ini telah terpasang dipuluhan titik di Indonesia.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Rasa kepedulian Giring dalam membantu melancarkan kegiatan pendidikan dan pekerjaan masyarakat yang sedang dalam sistem Work From Home dengan memberikan WiFi gratis untuk meringakan masyarakat.</p>
<p>3. Unggahan</p>	 <p>The image shows a screenshot of a tweet from the account 'sobatgiring'. On the left is a photo of two men, one in a red jacket and one in a pink shirt, standing in what appears to be a relief center. The tweet text reads: 'sobatgiring Hujan lebat kemarin dan semalam membuat Jakarta dilanda banjir lagi. Untuk teman-teman di Jakarta, jaga kesehatan dan keamanan dimasa pandemi plus banjir ini. Untuk yang membutuhkan bantuan evakuasi dan lainnya bisa segera hubungi No HP anggota DPRD kita di slide terakhir. - Untuk bro dan sis di @psi_jakarta , tetap semangat. tetap jaga kesehatan kalian, tetap hadir kerja untuk rakyat apalagi ditengah bencana banjir. - Di saat begini, yang kita bisa harapkan adalah satu sama lain, ...'. The tweet has 9 likes and is dated April 20, 2021.</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Bentuk bantuan relawan Giring Ganesha yang memberikan bantuan pasokan makanan untuk para korban banjir di Jakarta, kegiatan bantuan secara langsung seperti ini yang dibutuhkan oleh korban bencana alam.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Bantuan jasa yang dilakukan para relawan atas nama Giring dan PSI ini akan membantu masyarakat untuk semakin mengenal Giring sebagai politisi muda yang memiliki jiwa senang membantu sesama.</p>
<p>4. Unggahan</p>	 <p>The image shows a screenshot of a tweet from the account 'sobatgiring'. On the left is a photo of a man in a white shirt and black cap handing a stack of books to another man in a white shirt and white cap. The tweet text reads: 'sobatgiring Dalam kunjungan saya di Gresik, saya juga berkesempatan untuk memberikan wakaf Al-Qur'an ke Masjid Jami' Gresik. Ini merupakan bagian dari program @psi_id Partai Solidaritas Indonesia untuk wakaf 10.000 Al-Qur'an untuk mushola dan masjid di seluruh Indonesia selama bulan Ramadhan ini. #Indonesia1000 #Qlran'. The tweet has 9 likes and is dated April 20, 2021.</p>

Aktivitas	Santunan Giring Ganesha saat berkunjung ke salah satu masjid di daerah kota Gresik. Memberikan bantuan menyumbangkan sejumlah 10.000 Al-Qur'an secara khusus untuk orang-orang beribadah di mushola dan masjid seluruh Indonesia selama bulan Ramadhan.
Personal Branding	Bentuk bantuan berupa memberikan kitab suci juga menjadi pondasi yang kuat dalam pembangunan personal branding, karena keagamaan bersangkutan erat dengan akhlak yang baik yang melekat pada seorang politisi muda.
5. Unggahan	 <p data-bbox="873 575 1385 1018"> <b>sobatgiring</b> • Follow  <b>sobatgiring</b> Jumat 29 Oktober kemarin, Mas @Giring bersama Sis @deatunggaesti, Sis @isyanabagoesoka dan PSI Bali membagikan #RiceBoxPSI di Banjar Pemangkalan, Denpasar Utara. Rombongan dibagi dua titik, Mas @Giring menyisir Gang Permata. Masing-masing rombongan membawa 200 #RiceBoxPSI untuk dibagikan kepada warga dan siapa saja yang berada di pemukiman tersebut. Sebelum terjun membagikan, DPW PSI Bali telah meminta izin dan berkoordinasi kelian adat dan Pecalang setempat. Beres! pembagian pun berjalan lancar. </p>
Aktivitas	Pembagian 200 nasi kotak yang dilakukan Giring Ganesha bersama beberapa relasi dan anggota PSI Bali berlokasi di Banjar Pemangkalan, Denpasar Utara. Kegiatan ini dilakukan rutin dimanapun daerah yang menjadi titik target.
Personal Branding	Kegiatan rutin dalam bentuk membagikan makanan kepada masyarakat diberbagai daerah akan membantu Giring Ganesha semakin dikenal eksistensinya sebagai pemimpin yang suka membantu.

## 6. Profesi (*Profession*)

Profesi dalam pembangunan personal branding memiliki arti seorang tokoh dalam membentuk brandingnya dipastikan memiliki dasar tujuan yang jelas, bisa karena pekerjaan yang ditekuninya, hobi yang gemar dilakukannya, posisinya yang menjabat disuatu wilayah atau organisasi dan lain-lain. Seorang Giring Ganesha mengawali profesinya sebagai pemusik Indonesia, ia merupakan seorang seniman

yang akhirnya setelah beberapa tahun berkiprah sebagai seniman musik dan memilih lebih berfokus ke dunia politik yang baru saja digelutinya.


Tentu hal ini pada awalnya bukanlah hal mudah bagi Giring Ganesha untuk membangun kembali personal brandingnya dalam memperkuat eksistensinya di dunia politik Indonesia sebagai politisi muda. Namun disisi lain, bekal profesinya sebagai pemusik juga menjadikan hal yang menguntungkan baginya karena secara tidak langsung ia sudah mendapatkan sorotan dari publik atau khalayak soal keputusannya lebih terfokus di dunia politik.

**Tabel 4.6 Tabel Profesi (Profession)**

<p>1. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Kolaborasi Giring Ganesha dengan anggota band pop Indonesia, Irfan Seventeen. Relasi Giring dengan teman-teman musisinya masih terjalin dengan baik ini bisa menjadi wadah untuk memberikan kreasi konten yang menarik di akun @sobatgiring.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Kolaborasi ini menunjukkan masih melekatnya sisi dari profesi Giring sebagai musisi meski ia memilih untuk aktif di dunia politik Indonesia.</p>

<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring Siang harinya, Bro @giring bersama Sis @danikekar ditemani Bro dan Sis PSI Biak Numfor berkunjung ke Komunitas Sanggar Tari Manyouri. Sesampainya di sana, Bro Giring disambut dengan upacara adat secara singkat dan sederhana. Di sana, Bro Giring memberi dukungan bagi adik-adik kita yang terus berjuang mengejar mimpi dengan bakat yang mereka miliki.</p> <p>Terima kasih, Bro dan Sis PSI Biak Numfor dan panitia yang telah menyukseskan acara. Bro dan Sis PSI di seluruh penjuru Indonesia. Mana Solidaritasmu?? #AkuPSI</p> <p>2 likes</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Dalam kunjungannya di Biak, Giring Ganesha disambut dengan acara sederhana bertema kearifan lokal Biak dan dapat dilihat bahwa Giring juga turut menghibur masyarakat setempat dengan ikut bernyanyi bersama.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Kemampuan Giring yang dimilikinya selama berprofesi sebagai musisi terus ia gunakan untuk menghibur masyarakat di daerah yang dikunjunginya selama berkegiatan.</p>
<p>3. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Disini Bro dan Sis ada yang suka dengan musik Jazz? Karena hari ini adalah hari spesial bagi penggemar musik Jazz. Tanggal 30 April ditetapkan sebagai International Jazz Day dan menjadi perayaan tahunan sejak penetapannya oleh UNESCO, yang sudah diinisiasi sejak 2011. Pada tahun 1980-an, festival jazz menjadi salah satu perayaan budaya terbesar di dunia dengan mendatangkan lebih dari 300 ribu pengunjung. Hal ini yang kemudian menjadi rujukan tanggal penetapan International Jazz Day, bertepatan dengan waktu diselenggarakannya festival jazz New Orleans.</p> <p>Apa lagu favorit Jazz kamu saat ini? Share di kolom komentar dibawah ini</p> <p>12 likes APRIL 30, 2021</p> <p>Add a comment...</p>



Aktivitas	Unggahan pada akun @sobatgiring saat memperingati International Jazz Day yang jatuh tepat pada tanggal 30 April. Dengan cover art Giring Ganesha yang membawa mic sebagai pemanis unggahan.
Personal Branding	Jarang sekali seorang politisi mengunggah peringatan hari mengenai musik, postingan mengenai hari Jazz Internasional dapat terunggah di karenakan Giring yang berprofesi sebagai musisi sebelum terjun ke dunia politik Indonesia.
4. Unggahan	 <p>The image shows a screenshot of an Instagram post from the account @sobatgiring. The post includes a video thumbnail with the text "BANDUNG! BANGUN! GIRING" and a caption in Indonesian. The caption discusses the importance of education in Bandung and Cimahi, mentioning a program by Kang Giring to discuss with the community. The post has 1,031 likes.</p>
Aktivitas	Dalam kesempatan lain di kota Bandung, Giring Ganesha mengisi salah satu program mengenai pendidikan dan menekankan bahwa banyaknya harapan pendidikan yang ditujukan khusus bagi warga Cimahi dan Bandung.
Personal Branding	Tidak hanya menjadi pembicara tetapi Giring juga turut menghibur warga bandung yang menambut antusias saat Giring mulai bernyanyi untuk mereka.


<p>5. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Dengan adanya fasilitas pendidikan gratis kota Bandung dan Cimahi jenjang SD-SMA, Giring turut menyampaikan kesempatan emas ini kepada warga. Selain itu Giring juga berencana memberikan program pinjaman lunak untuk mahasiswa.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Setelah penyampaian informasi, tidak lupa Giring juga mengajak warga untuk menyanyi dan berjoget bersama mengingat dirinya juga berprofesi sebagai musisi.</p>



b. Kepemimpinan (*The law of Leadership*)



Personal branding khususnya pada dunia politik merupakan suatu keharusan untuk memiliki jiwa pemimpin yang tampak dan dapat meyakinkan khalayak. Menampilkan jiwa pemimpin bukanlah sesuatu yang mudah karena tidak semua orang memiliki pandangan yang serupa terhadap suatu tokoh, khususnya tokoh politik muda seperti Giring Ganesha. Namun pada banyak kegiatan dan pertemuan yang sering diabadikan serta diunggah pada akun @sobatgiring menunjukkan bahwa Giring Ganesha mampu menjadi seorang pembicara, seorang mentor, juga pemimpin umum PSI merupakan tanda bukti bahwa

Giring Ganesha memenuhi konsep kepemimpinan dalam pembentukan personal branding. Kredibilitas Giring Ganesha dalam menjadi seorang pemimpin belum sepenuhnya tercapai, namun dalam upayanya membangun personal branding dalam dunia politik Indonesia dan semakin dikenalnya ia menjadi tokoh politik muda juga akan menjadi pemacu dirinya untuk terus meningkatkan kemampuan serta kredibilitasnya sebagai pemimpin. Bukanlah hal yang baru bahwa seorang pemimpin diharuskan memiliki kemampuan publik speaking yang baik.

**Tabel 4.7 Tabel Kepemimpinan (The Law of Leadership)**

<p>1. Unggaha n</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Pada perayaan hari jadi Partai Solidarits Indonesia (PSI) Giring Ganesha sebagai ketua umum mendapat kesempatan untuk memberikan pidato mengenai sekolah kader berbasis digital yang sudah ia inovasikan untuk PSI di depan Bapak Presiden Ir.H.Joko Widodo.</p>

Personal Branding	Salah satu kemampuan yang diperlukan politisi adalah publik speaking. Termasuk Giring Ganesha sebagai pemimpin yang memiliki kemampuan publik speaking yang baik hingga mampu berbicara didepan kepala negara sekalipun.
2. Unggahan	
Aktivitas	Giring Ganesha yang menjadi pembicara di acara PSI dengan tema sosial, toleransi dan perubahan iklim. Tidak berhenti upaya Giring dalam menyebarkan awareness mengenai apa yang menjadi misinya.
Personal Branding	Sisi kepemimpinan yang dimiliki Giring terus tumbuh karena inisiatifnya dalam menyebarkan awareness isu-isu yang timbul ditengah masyarakat.
3. Unggahan	
Aktivitas	Unggahan kali ini menunjukkan Giring sedang memimpin pertemuan dengan warga bandung yang bertujuan memberikan seminar pendidikan modern.
Personal Branding	Salah satu tujuan kepemimpinan Giring adalah menjadi alat untuk mencapai tujuan. Melalui kepemimpinannya, masyarakat dapat memperhatikan bagaimana Giring sebagai pemimpin mencapai tujuan dan keinginannya.

<p>4. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Momen Giring Ganesha sebagai pembicara pendidikan pola asuh tumbuh kembang anak yang menunjukkan kepemimpinan juga bertujuan untuk memotivasi orang lain untuk lebih memperhatikan pola asu dan tumbuh kembang anak-anak.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Kepemimpinan merupakan hal yang luas jangkauannya, dengan kemampuan Giring berbicara didepan umum dan penguasaan materi juga pengaruh terhadap kredibilitas seorang pemimpin dihadapan masyarakat.</p>
<p>5. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Pertemuan Giring Ganesha dengan ketua DPW PSI Sumatera Barat dan Ketua DPD PSI Kab.Salok sebagai upaya silaturahmi Giring dengan relasi politiknya.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Bagi seorang pemimpin seperti Giring Ganesha menjalin dan menjaga hubungan baik dengan rekan politiknya menjadi hal yang penting dan berguna</p>

	bagi karir politik kedepannya.
--	--------------------------------

c. Kepribadian (*The Law of Personality*)



Kepribadian merupakan sesuatu yang mendasar untuk dimiliki manusia, baik atau buruknya kepribadian seseorang juga akan menjadi pembentuk personal branding atau citra yang melekat pada orang tersebut.

Kepribadian yang dimiliki Giring Ganesha sebagai tokoh politik muda ialah sebagai pribadi yang mudah berbaur dengan banyak orang, selain itu Giring tidak segan untuk berkunjung langsung diberbagai proyek pemerintah dan daerah terpencil untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat yang bersangkutan. Personal branding ditentukan siapa diri kita sebenarnya, dengan kata lain juga sebagai refleksi individu tersebut. Tentu kepribadian yang dimiliki Giring Ganesha akan mempengaruhi kekuatan personal brandingnya dan membuat kepercayaan masyarakat juga semakin tertanam terhadap identitas diri yang sudah secara natural dimiliki Giring Ganesha.

**Tabel 4.8 Tabel Kepribadian (*The Law of Personality*)**

<p>1. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Aksi Giring Ganesha yang melakukan kegiatan sosial kepada warga yang kurang</p>

	beruntung karena tergusur oleh proyek dan mencoba mengajak interaksi warga sekitar.
Personal Branding	Seorang Giring Ganesha yang rela terjun langsung kelapangan dengan lingkungan kumuh dan bersedia memberikan bantuan serta berinteraksi langsung dengan warga sekitar menunjukkan kepribadiannya yang peduli dan sederhana.
2. Unggahan	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Di sore hari setelah pelantikan, rombongan menyempatkan diri untuk ziarah ke Makam Raja Raja Mataram di Kotagede. Di sana terdapat peraturan, yaitu diwajibkan mengenakan pakaian abdi dalem dan dilarang memotret makam. Di sana, di makam tersebut, terdapat pusara raja Mataram Islam pertama Panembahan Senopati, dan juga, perintis sekaligus ayahnya, yakni Ki Ageng Pemanahan. Mengingat</p> <p>12 likes JANUARY 14</p>
Aktivitas	Setelah melakukan pelantikan, rombongan Giring dan anggota PSI lain berziarah ke makam raja-raja Mataram di Kotagede dengan menggunakan pakaian abdi dalam.
Personal Branding	Kesediaan Giring untuk mematuhi peraturan ditempat-tempat yang ia kunjungi menggambarkan kepribadiannya yang taat dan menghormati berbagai budaya ataupun aturan.
3. Unggahan	 <p>sobatgiring BERLATIH WALAU TAK PENTAS</p> <p>Masker menutupi ekspresi para penari Bali, namun semangat mereka tetap terpancar. Latihan masih digelar di tengah permintaan pentas tari yang turun drastis.</p> <p>Memang latihan tidak sesering sebelum pandemi. Saat ini ancaman virus terus menghantui para seniman</p> <p>7 likes OCTOBER 18, 2021</p>

Aktivitas	Kunjungan Giring ke Bali digunakannya untuk ikut berlatih tari Bali mengingat permintaan tari Bali selama pandemi menurun sehingga Giring tergerak untuk kembali mempromosikan budaya Bali.
Personal Branding	Sebagai seorang seniman Giring Ganesha membuat dirinya menjadi pribadi yang suka mempelajari bentuk seni baru termasuk tari Bali.
4. Unggahan	
Aktivitas	Giring menghadiri undangan sahur salah satu warga di kota Padang disaat melakukan agenda di hari kedua dan memakan masakan padang yang khas dimasak menggunakan kayu bakar bersama warga sekitar.
Personal Branding	Dengan meluangkan waktunya untuk bercengkrama dan menikmati hidangan dengan warga saat sahur menunjukkan kepribadian Giring yang sederhana dan ramah dengan semua orang.
5. Unggahan	
Aktivitas	Undangan lain datang dari organisasi anak-anak disabilitas bernama Biruku Indonesia untuk mengisi acara dan menghibur anak-anak yang membutuhkan khusus.



Personal Branding	Inisiatif dan kemauan Giring menghadiri undangan dari organisasi anak-anak disabilitas serta menghibur dan turut memeluk mereka memperlihatkan kepribadian Giring yang peduli dengan sesama dan berkepribadian hangat.
-------------------	--

d. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)



Mengingat Giring Ganesha dikenal sebagai musisi yang cukup lama berada di dunia musik Indonesia sebelum memutuskan untuk terjun ke dunia politik, hal ini tentu menjadi pembeda dirinya dengan kebanyakan tokoh politik muda lainnya. Pada pembentukan personal branding setiap orang dipastikan memiliki preferensi, pandangan, keunikan ataupun karakteristik yang berbeda dan membuat setiap tokoh yang membangun personal branding akan memiliki cara ataupun seperti apa mereka ingin dikenal yang berbeda-beda.

Berkaitan dengan perbedaan Giring Ganesha dengan politisi muda lain, karena ia awalnya adalah seorang seniman atau pemusik maka memiliki jiwa seni dan sosial yang tinggi. Dari karakter pribadi ataupun ciri khas Giring Ganesha, ia patut diakui sebagai orang yang menyenangkan dan kreatif dalam menjadi pembicara didepan khalayak. Giring Ganesha memiliki cara yang lebih mudah diterima dan mengikuti tren anak muda zaman sekarang dalam mengembangkan personal brandingnya seperti memimpin menyanyi bersama saat berkunjung dalam beberapa acara. Sisi kreatif dari seorang Giring Ganesha banyak diunggah oleh akun @sobatgiring yang menunjukkan bahwa pemimpin yang kreatif akan membuat kepemimpinan yang berbeda dan memiliki ciri khas. Maka kekuatan personal branding Giring Ganesha itu dibentuk dari

awalnya dia sebagai seniman sehingga cocok menjadi seorang politisi muda Indonesia.

**Tabel 4.9 Tabel Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)**

<p>1. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Malam harinya, Bro @giring bersama Sis @danikekar ditemani Bro dan Sis PSI Biak Numfor bersilaturahmi mengunjungi UMKM masyarakat Biak di Pantai Yennyabo. Di sana, mereka mencicipi sajian kuliner khas Papua. Bro Giring juga berkesempatan menyapa masyarakat setempat sambil bernyanyi bersama.</p> <p>Terima kasih, Bro dan Sis PSI Biak Numfor yang menemani agenda</p> <p>3 likes FEBRUARY 8</p> <p>Add a comment...</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Mengunjungi UMKM di pesisir pantai Biak merupakan kunjungan yang dilakukan Giring bersama para kader PSI Biak, ditambah dengan santapan kuliner khas Papua.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Kunjungan ke UMKM Biak juga diisi dengan hiburan Giring sebagai musisi yang menyanyi menghibur para warga dan anggota partainya.</p>
<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring SAATNYA KOLABORASI</p> <p>Bahagia rasanya ketika saya bisa menari dan berkolaborasi langsung dengan para penari Bali. Di kala panggung pentas tari di Bali nyaris tiada.</p> <p>Foto ini jadi satu rangkaian dari kegiatan promosi untuk membangkitkan lagi wisata dan</p> <p>3 likes</p> <p>Add a comment...</p>

Aktivitas	Unggahan saat Giring yang sedang menari tari Bali dipinggir pantai dengan para penari lengkap baju adat begitu indah.
Personal Branding	Sisi seniman yang masih melekat pada Giring membuat dirinya tergerak untuk berkolaborasi dan menari bersama para penari Bali.
3. Unggahan	
Aktivitas	Aktifitas Giring Ganesha yang melakukan kegiatan politiknya bersama warga Bandung dan berbagi momen bersama dengan bernyanyi.
Personal Branding	Giring sebagai seorang penyanyi akan selalu melekat pada masyarakat sehingga sering kali ia menggunakan titlenya tersebut untuk menarik masyarakat agar lebih mengenalnya di dunia politik Indonesia.
4. Unggahan	
Aktivitas	Pada acara pelantikan pengurus PSI Manggarai Barat tingkat cabang ke daerah, setelah hadir sebagai pembicara para ibu-ibu menaminta Giring untuk menyanyi mengisi acara.

Personal Branding	Permintaan dari masyarakat agar Giring terus menunjukkan bakatnya sebagai musisi dan mengapresiasi bakatnya dengan riang gembira membantu Giring membangun personal branding kedepannya.
5. Unggahan	
Aktivitas	Kegiatan silaturahmi Giring di Bandung yang berkunjung ketempat komunitas musisi di Café Laos. Berdiskusi mengenai kegiatan bermusik dan menampung aspirasi orang-orang pada komunitas tersebut.
Personal Branding	Sebagai seseorang yang namanya dibesarkan sebagai musisi tentu Giring merasa ada keterikatan dengan komunitas musisi yang secara tidak langsung dapat membangun personal branding lebih kuat sebagai politisi muda yang memiliki kreatifitas dan seorang seniman.

e. Terlihat (*The Law of Visibility*)



Dalam rangka mewujudkan personal branding yang kuat dan dikenal oleh kalangan luas, tokoh politik muda seperti Giring Ganesha tentu berupaya untuk konsisten mengunggah berbagai berita, foto ataupun video melalui banyak sarana media seperti website resmi, akun twitter dan instagram pribadinya dengan nama akun @giring. Selain itu dibantu oleh akun relawannya yaitu akun instagram @sobatgiring yang mengunggah berbagai kegiatan dan konten Giring sebagai tokoh politik muda Indonesia.

Dengan konsisten mengunggah berbagai konten akan semakin mudah ditemukan oleh pengguna media sosial Instagram. Penggunaan tanda tagar atau disebut juga dengan hashtag (#) dalam caption unggahan akun @sobatgiring juga membantu konten mengenai Giring Ganesha muncul pada laman pengguna lain sehingga kontennya akan tersebar dan memperlihatkan bahwa Giring hadir sebagai tokoh politik muda yang berupaya untuk Indonesia. Penggunaan tagar atau hashtag (#) dalam postingan fitur instagram akan membantu mengangkat konten agar terus muncul pada beranda atau eksplor sehingga seluruh kegiatan atau misi yang dimiliki Giring Ganesha dapat tersebar dengan baik di kanal media sosial Instagram.

**Tabel 4.10 Tabel Terlihat (The Law of Visibility)**

<p>1. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Giring berziarah kemakam KI Ageng Giring III di Paliyan, Gunungkidul bersama dengan rombongan. Ketertarikan dirinya terhadap sejarah dan budaya Indonesia tidak bisa dipungkiri.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Mengusung postingan mengenai sejarah Indonesia dan penggunaan tagar(#) pada unggahan akan membantu unggahan tersebut menyebar kepada pengguna instagram.</p>

<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Berkunjung ke Museum Kebudayaan Tionghoa di Bandung. Disambut langsung oleh Pak Herman Widjaja selaku ketua Yayasan Dana Sosial Priangan (YSDP). Museum ini didirikan oleh Yayasan Dana Sosial Priangan (YSDP) pada 2012. Tempat ini juga menyajikan informasi tentang sejarah dan kebudayaan Tionghoa di Indonesia.</p> <p>49 views APRIL 2, 2021</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Unggahan reels instagram berkunjung ke Musium Kebudayaan Tionghoa di Bandung, Giring bersama Ketua Yayasan Dana Sosial Priangan bersama berkeliling menyajikan informasi mengenai sejarah dan kebudayaan Tionghoa Indonesia.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Dengan menggunakan fitur reels pada instagram dan tetap dengan menggunakan tagar(#) dalam memposting akan membuat postingan ini lebih sering muncul pada beranda pengguna instagram Indonesia.</p>
<p>3. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Dalam perjalanan Giring Pulang Kumpiang ke Sumatera Barat, Bro Giring bersama Bro Sukma Trianda Putra @sukmatrianda (Ketua DPW PSI Sumatera Barat), Bro Sastra Harianto @sastraharianto (Ketua DPD PSI Kab. Solok), dan Bro dan Sis DPW @PSISumbar_id dan DPD PSI Solok bersilaturahmi ke Pendopo WaBup Kab. Solok. Di sana, saya disambut langsung oleh Pak WaBup @jonpandu. Acara diisi dengan</p> <p>5 likes APRIL 21</p>

Aktivitas	Jalinan silaturahmi Giring Ganesha saat mengunjungi Ketua DPW PSI Sumatera Barat dan Wali Bupati Kab.Solok, kebersamaan mereka diabadikan dan diunggah pada laman instagram @sobatgiring
Personal Branding	Dengan menunjukkan ikatan Giring dengan para relasi politiknya akan membuat masyarakat melihat bahwa Giring cukup banyak mengenal tokoh politik yang lebih senior.
4. Unggahan	
Aktivitas	Kembali menggunakan fitur reels instagram untuk mengunggah konten video mengenai topik krisis iklim yang berdampak serius pada kehidupan manusia.
Personal Branding	Pemilihan fitur reels instagram, topik video dan penggunaan tagar(#) yang tepat membantu mengangkat postingan ini tersampaikan ataupun muncul pada beranda pengguna instagram yang juga tertarik dengan topik yang sama.
5. Unggahan	
Aktivitas	Postingan Giring Ganesha dengan karya tulisannya mengenai perjalanan hidupnya selama bergelut di dunia politik Indonesia yang bertepatan dengan hari Halloween.

Personal Branding	Strategi dalam memposting isi tulisan dengan cover art yang menarik dan cocok dengan tema halloween akan membuat pengguna penasaran apa isi tulisan yang mengangkat tema politik namun dengan tema halloween tersebut. Dibantu dengan pengunggahan menggunakan tagar(#).
-------------------	--

f. Kesatuan (*The Law of Unity*)

Bersangkutan dengan keselarasan antara kehidupan Giring Ganesha yang sebenarnya dengan sikap ataupun kepribadiannya sebagai tokoh politik muda Indonesia juga mempengaruhi bagaimana personal branding tersebut terbentuk. Kepribadian yang mudah berbaur dan baik dalam kehidupan pribadi Giring Ganesha tidak berubah meski ia sedang bertugas dan berinteraksi dengan masyarakat. Hal ini dibantu dengan dibeberepa kesempatan Giring juga mengunggah kehidupan pribadinya tanpa rekayasa sebagai mana adanya yang sejalan dengan personal brandingnya sebagai tokoh politik muda.



Tujuan dari personal branding adalah untuk menunjukkan diri seseorang. Karena seseorang yang sedang membangun personal branding merupakan dirinya sendiri, bukan orang atau tokoh lain. Seseorang tidak dapat membuat kepribadian palsu yang sebenarnya tidak demikian. Personal branding juga membantu seseorang menjadi dirinya yang sebenarnya dan mempermudah orang lain dalam mengenal seseorang tersebut. Giring Ganesha mencoba seterbuka mungkin soal kehidupan pribadi dan politik yang ia jalani, Giring menunjukkan bahwa dirinya merupakan pribadi yang apa adanya, dimanapun dan saat bersama siapapun kehidupan dirinya adalah kesatuan yang memang begitu adanya.



**Tabel 4.11 Tabel Kesatuan (The Law of Unity)**

<p>1. Unggahan</p>	 <p>The image shows a screenshot of an Instagram post. On the left, there are two photos of a man and a woman sitting at a table in a restaurant, eating. The man is wearing a black t-shirt and has a bun hairstyle. The woman is wearing a white top. They are both smiling and looking at each other. On the right, there is the text of the Instagram post. The post is from the user 'sobatgiring' and was posted on Saturday, January 8, 2022. The caption reads: 'kemarin Bro Giring bersama istri tercinta @cynthiaganesha, anakny @abrahamzafir, Bro @elchanatmadja dan rombongan tiba di Yogyakarta. Kami makan siang di @legitdapurkebun di bilangan Sleman. Makanannya khas rumahah yang enak banget.' Below the caption, there are icons for likes, comments, and shares, and it shows '18 likes' and 'JANUARY 10'. At the bottom, there is a text input field for comments.</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Momen Giring Ganesha bersama istrinya yang sedang menyantap makan siang di Yogyakarta. Lengkap dengan hidangan sederhana dan lingkungan yang asri.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Menunjukkan kehidupan pribadinya bersama istri yang makan dengan sederhana maka kesatuan Giring dalam menjalankan kehidupa berpolitik dan pribadinya tidak berbeda dan dibuat-buat.</p>



<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow</p> <p>sobatgiring Setelah menghadiri Pelantikan DFW PSI DIY, Bro @giring bersama istri tercinta @cynthiaganesha, anaknya @abrahamzafir, Bro @elchanatmadja dan rombongan mengunjungi JNMBLOC di Kota Yogyakarta. @JNMBLOC adalah kolaborasi ruang publik kreatif antara @jogianationalmuseum &amp; @mblocspace. Di atapnya terdapat karya seniman grafiti Jogja yang</p> <p>9 likes JANUARY 10</p> <p>Add a comment...</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Masih di Daerah Istimewah Yogyakarta, Giring Ganesha bersama istri dan anaknya sedang menikmati minuman di alam terbuka, tidak ada rasa tidak nyaman dan tetap menikmati moment bersama.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Kesederhanaan Giring Ganesha bersama istrinya ini akan membuat masyarakat melihat bahwa tidak ada kepalsuan dirinya saat berkegiatan politik maupun saat bersama keluarga.</p>
<p>3. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring Ibunya Mas @giring lagi operasi. Get well soon ibunya mas Bro</p> <p>7 likes</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Unggahan kedekatan Giring Ganesha dengan keluarganya saat ibu Giring selesai dengan penanganan operasi dari dokter.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Sisi kepedulian Giring yang terlihat ini meski sibuk dengan kegiatan politiknya namun ia tetap menyempatkan diri menunggu ibunya yang mendapat penanganan oleh dokter.</p>



<p>4. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Momen liburan Giring bersama dengan keluarga kecilnya, istri beserta anak-anaknya dalam menyambut tahun baru. Terlihat pancaran kebahagiaan keluarga kecil tersebut lewat postingan @sobatgiring.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Kedekatan keluarga dengan Giring yang kerap diunggah pada laman instagram akan menonjolkan kekeluargaan yang terlihat setiap ia melakukan kegiatan politiknya.</p>
<p>5. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Tangkapan momen seorang Giring Ganesha makan bersama para anggota atau kader Partai Solidaritas Indonesia. Terlihat kehangatan mereka saat berkumpul akan mengambil hidangan yang telah disediakan.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Dalam momennya bersama relasi politiknya menikmati hidangan sederhana dan berkumpul menonjolkan keserdahanaan dan kekeluargaan dari Giring Ganesha.</p>

g. Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Pemanfaatan media sosial dalam melakukan kampanye ataupun membangun personal branding dalam dunia politik akan lebih menguntungkan di masa sekarang. Giring Ganesha melihat kesempatan tersebut yang kemudian juga dibantu oleh relawan lewat akun @sobatgiring yang secara konsisten dan penuh keteguhan dalam menggunggah konten yang bersangkutan dengan kehidupan politik Giring Ganesha. Lewat postingan-postingan dengan topik yang terbaru dan hangat dibicarakan akan dikemas kemudian diunggah secara berkala pada akun @sobatgiring membuat pengguna instagram dapat memposisikan dirinya secara langsung melihat upaya Giring Ganesha yang konsisten untuk menjadi tokoh politik muda dan pemimpin yang layak bagi masyarakat. Hal ini juga dapat dilihat sebagai loyalitas Giring yang terus berusaha berinteraksi dengan masyarakat sehingga membentuk perspektif positif dan personal branding yang dibangunnya akan semakin kuat untuk terus berada di dunia politik Indonesia. Bentuk keteguhan dalam memilih topik konten yang menarik merupakan hal yang juga tidak mudah.

**Tabel 4.12 Tabel Keteguhan (The Law Persistence)**

<p>1. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow Original Audio</p> <p>sobatgiring KAMU TIDAK SENDIRI !</p> <p>Ribuan laporan, curhatan hingga aduan silih berganti kami dengar dari perempuan korban kekerasan berbasis gender.</p> <p>Lewat Komite Solidaritas Perlindungan Perempuan dan Anak ( KSPPA ) @psi_id sudah banyak kasus kekerasan sudah kami advokasi.</p> <p>Hal ini yg membuat kami terus bersemangat</p> <p>2 likes MAY 12</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Film pendek yang diunggah menggunakan fitur reels instagram dan mengusung tema kekerasan dalam hubungan. Isu ini merupakan isu yang sering terjadi dan perlu ditingkatkan awarenssnya dalam menanggulangi permasalahan ini.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Pemilihan tema atau topik yang tepat sebuah unggahan berbentuk video akan menarik pengguna untuk menonton dan menyerap apa isi dari video yang diunggah tersebut.</p>
<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring • Follow ..</p> <p>sobatgiring Malam hari setelah rangkaian kunjungan Bantul dan Makam Kotagede. Bro @giring bersama Istri tercinta @cynthiaganasha mengunjungi pameran seni rupa Hanafi K Sidhartha @hksidhartha. Pameran yang bertempat di @lussid.yk tersebut bertajuk "Memayu Hayuning Bawana". Jika kita amati lukisan dan karya instalasinya, kebanyakan terinspirasi dari memori dan pengalaman empiris Hanafi sebagai seniman dan anak kota</p> <p>6 likes JANUARY 14</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Menunjukkan Giring berkunjung ke pameran seni rupa yang cukup digemari masyarakat jaman sekarang, selain itu hal ini merupakan bentuk dukungannya kepada para seniman seni rupa agar semakin dikenal masyarakat atas keindahan seninya.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Upaya Giring Ganesha dalam memberikan unggahan-unggahan yang sesuai dengan selera masyarakat sekarang adalah bentuk keteguhan dirinya sebagai pelaku pembentuk personal branding.</p>

<p>3. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Setiap kunjungan Giring di semua daerah, akan selalu ada moment ia diajak oleh warga sekitar untuk berfoto bersama dan mengabadikan ataupun berbagi moment bersama masyarakat.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Keteguhan Giring Ganesha dalam membangun personal branding sangat terlihat dari kesediannya untuk menyetujui ajakan warga yang meminta berfoto bersama meski keadaan lapangan cukup ramai.</p>
<p>4. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Bukan hanya momen kegiatan politik. Giring juga memberikan postingan mengenai tips menabung atau menyisihkan uang yang tentu akan berguna bagi masyarakat luas.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Unggahan yang mengangkat topik menarik dan membantu secara tidak langsung seperti berbagai tips akan menarik masyarakat untuk terus mengikuti unggahan dari lama akun @sobagiring karena dirasa unggahannya bermanfaat.</p>



<p>5. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Unggahan mengenai sejarah Rupiah yang diupload dengan cover art menarik dan menonjol dengan gambar uang yang menjadi poin penting dalam menarik perhatian pengguna instagram.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Menyebarkan pengetahuan yang dikemas dengan tatanan postingan yang kreatif dan menarik akan menarik minat pengguna instagram dalam mengulik isi pesan apa yang kira-kira disajikan semenarik itu.</p>

h. Nama Baik (*The Law Goodwill*)

Meski di beberapa hal Giring sempat terlibat permasalahan dengan grup band lamanya yaitu Nidji dan dengan lawan politik lain namun pada dasarnya Giring dipandang cukup baik oleh masyarakat. Terlihat Giring terus berupaya sebaik mungkin untuk melakukan tugasnya mengabdikan pada masyarakat, sebagaimana ia berinteraksi dan bersikap terhadap relasi politiknya serta masyarakat. Selain itu Giring Ganesha juga terus berupaya untuk menjalin relasi dengan banyak tokoh politik lain untuk membangun personal branding dan menjaga nama baiknya. Menjalinkan banyak relasi dan berhubungan baik dengan banyak tokoh



politik lain akan membantu untuk mendapatkan dukungan yang optimal untuk berada di dalam dunia politik Indonesia.

**Tabel 4.13 Tabel Nama Baik (The Law Goodwill)**

<p>1. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring Agenda pertama Bro @giring bersama Sis @danikekar di Jayapura adalah menghadiri Kopdarwil DPD PSI Kota Jayapura di Hotel Horison, Kotaraja, Jayapura. Acara berlangsung dengan meriahnya pembukaan tarian adat yang diikuti oleh hadirin. Dalam acara tersebut, Bro Giring menghimbau pentingnya membangun kekuatan elektoral dalam kemenangan PSI di Pemilu 2024.</p> <p>5 likes FEBRUARY 11</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Agenda Giring Ganesha yang menghadiri Kopdarwil DPD PSI Kota Jayapura di Hotel Horison, Kotaraja, Jayapura. Acara dibuka dengan tarian adat yang berlangsung dengan meriah para kader PSI ikut meramaikan dan menari bersama.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Interaksi Giring dalam mengajak semua orang bersenang-senang dengan hiburan tarian atau nyanyian yang ada membuat dirinya dikenal dengan pribadi yang humble.</p>
<p>2. Unggahan</p>	 <p>sobatgiring Cukup lama Bro @giring mengenal Bro @alkysabrom. Kurang lebih 16 tahun lamanya sejak pertama kali saya menginjakkan kaki di kota Medan. Saya salut dengan semangatnya dalam bersolidaritas membangun komunitas Sabrom. Maka dari itu, Bro Alky sangat cocok di Direktorat Kepemudaan DPP PSI, direktorat yang sempat Bro @giring pimpin sebelum menjabat Ketua Umum DPP PSI.</p> <p>Selamat bergabung dengan kami, Bro Alky!</p> <p>15 likes</p>



Aktivitas	Dalam kunjungan ke Kota Medan, Giring menyempatkan untuk mengunjungi komunitas Sabrom yang sudah lama memiliki jalinan dengan partai PSI.
Personal Branding	Dengan upaya Giring mengunjungi komunitas-komunitas di setiap daerah akan membuat Giring dikenal bahwa ia peduli dan mendukung dengan komunitas-komunitas kecil dalam mencapai tujuannya.
3. Unggahan	
Aktivitas	Rencana pulang kampung yang dilakukan Giring Ganesha juga digunakan untuk melakukan kunjungan ke Ketua DPW PSI Sumatera Barat dan Ketua DPD PSI Kab.Solok disusul dengan berbuka bersama karena bertepatan dengan bulan Ramadhan.
Personal Branding	Dengan membuat agenda khusus dan melakukan kegiatan bersama seperti berbuka menyantap makanan bersama akan membuat hubungan antar relasi politik semakin erat.

<p>4. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Kunjungan Giring ke Surabaya bertemu dengan Walikota Kota Surabaya, Eri Cahyadi. Momen ini terjadi saat awal pelantikan Walikota Surabaya sehingga Giring Ganesha memberikan dukungannya.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Dengan inisiatif baik memberikan dukungan dan berkunjung secara langsung akan menjaga hubungan baik yang terjalin antara relasi politik yang dimiliki Giring.</p>
<p>5. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Giring berkesempatan berkunjung ke kota Sidoarjo untuk bersilaturahmi dengan Gus Muhdlor sebagai Bupati Sidoarjo periode 2020-2024. Bantuan yang diberikan Giring selama Gus Mudlor berkampanye mampu membuat jalinan relasi mereka berjalan dengan baik.</p>
<p>Personal Branding</p>	<p>Upaya Giring yang berusaha mendukung relasi politiknya dalam berkegiatan politik tentu menjadi pupuk yang baik dalam menjaga nama baik dan membangun personal brandingnya yang semakin kuat di dunia politik Indonesia.</p>

## **4.2 Pemanfaatan Media Sosial Instagram @sobatgiring dalam Personal**

### **Branding Giring Ganesha**

Pada akun instagram @sobatgiring berkaitan dengan pembentukan personal branding Giring Ganesha sebagai politisi muda, seluruh konten yang sudah diunggah tersebut merupakan upaya yang bertujuan membangun dan memperkuat personal branding Giring Ganesha yang terhitung baru terjun di dunia politik Indonesia pada tahun 2017 silam. Seluruh konten yang ada di akun @sobatgiring merupakan konten-konten yang isinya terfokus pada kegiatan politik Giring Ganesha yang bernaung dibawah Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Selain itu pada Instagram terdapat beberapa fitur yang sering digunakan akun @sobatgiring untuk melakukan personal branding Giring Ganesha, seperti:

1. Unggahan Foto, dalam mengunggah konten foto yang bertujuan untuk membangun personal branding berbeda dengan konten foto kehidupan sehari-hari. Khususnya, jika Giring Ganesha berfokus pada penyampaian pesan tentang kegiatan apa yang sedang ia lakukan sebagai tokoh politik muda. Hal ini tentu membutuhkan teknik-teknik pengambilan gambar di moment yang tepat, terlihat dengan jelas objek utamanya dan latar tempat atau suasananya, detail yang bagus dan teknik pengambilan gambar dengan sudut pandang yang cukup luas. Sehingga moment-moment yang dilakukan Giring Ganesha bersama masyarakat atau relasi politiknya dapat diabadikan dengan baik dan pesan yang ingin disampaikan yang disampaikan oleh

Giring dapat membangun personal brandingnya lebih kuat untuk berada di dunia politik Indonesia.

2. Unggahan Video, dari segi media penyampaian pesan tentu video dapat menyampaikan pesan lebih banyak daripada hanya sebuah unggahan foto. Konten video dalam pembangunan personal branding cukup efektif cara kerjanya, karena sebagian besar pesan yang ingin disampaikan akan secara mudah tersampaikan meski durasi yang diunggah tidak terlalu panjang hanya 1 menit hingga 2 menit saja. Pada akun @sobatgiring cukup banyak konten video yang diunggah, meski tidak setiap saat namun intensitasnya cukup sering sehingga memudahkan masyarakat untuk melihat dengan jelas kegiatan Giring Ganesha selama berkecimpung di dunia politik.
3. Instastory, untuk fitur instagram satu ini meski durasinya hanya 15 detik untuk video dan 5-10 detik untuk foto yang terunggah hanya dalam waktu 24 jam namun fitur ini juga cukup efektif bagi pembangunan personal branding karena sifatnya sebagai fitur untuk konten setiap harinya. Dengan menggunakan sistem ini maka akun @sobatgiring secara berkala mengunggah dan masyarakat akan mencoba mengikuti konten instagram story sehingga semakin familiar dengan kegiatan politik Giring Ganesha dan hal ini dapat membangun personal branding dengan media konten harian.
4. Reels, fitur reels tidak jauh berbeda dengan konten video karena pada dasarnya reels merupakan fitur video instagram yang diperbarui tampilan, perpanjangan durasi dan intensitas munculnya reels di timeline explore yang

lebih sering daripada hanya konten video biasa. Akun @sobatgiring menggunakan fitur ini cukup baik, terlihat dari konten terkini mengenai isu-isu sosial dan politik terbaru yang diunggah dengan fitur reels, editan video dan cover reels yang menarik untuk dilihat sehingga ketertarikan pengguna Instagram untuk melihat isi dari konten reels @sobatgiring cukup banyak. Tentu hal ini membantu Giring Ganesha dalam memperkuat personal brandingnya sebagai politisi muda Indonesia.

5. Caption, caption sendiri merupakan narasi yang ditulis oleh pengguna akun. Namun dalam konten Instagram @sobatgiring sebuah narasi tidak hanya terdapat pada kolom caption tapi juga disandingkan dengan foto Giring Ganesha pada cover reels atau postingan foto. Narasi sebuah caption sendiri tidak harus selalu panjang asal pesan yang dimaksudkan bisa tersampaikan dengan baik, tidak jarang juga pada akun @sobatgiring caption atau narasi diunggah langsung berupa unggahan foto dengan hanya tulisan saja yang kebanyakan merupakan kalimat yang diucapkan oleh Giring Ganesha.

Namun di beberapa waktu lalu dilansir oleh website berita Jawa Pos (05/22) Giring Ganesha diketahui sempat saling sindir dengan Gubernur DKI

*Gambar 4.1 Berita JawaPos.com mengenai Giring Ganesha dan Anies Baswedan*

Jakarta Anies Baswedan. Bahkan jika Giring Ganesha berpikir tokoh politik lain adalah pesaing dalam karir dunia politiknya, Giring perlu

## Saling Sindir Anies Baswedan dan Giring Ganesha Berawal dari Momen Ini

POLITIK

18 Januari 2022, 11:48:26 WIB



Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dengan mengundang grup band Nidji di Jakarta International Stadium (JIS), Jakarta Utara. Anies Baswedan menyaksikan langsung penampilan band pelantun lagu Laskar Pelangi itu. (Instagram @aniesbaswedan)

mempertimbangkan bahwa langkahnya yang penuh resiko ini akan berakibat cukup serius pada personal branding yang ia upayakan selama ini.

Membangun personal branding tidak hanya membutuhkan waktu, tenaga dan pemikiran, tetapi juga kerjasama dengan banyak tokoh atau dalam hal ini Giring Ganesha harus bekerja sama dengan tokoh politik lain yang sedang berjuang diawal karir, terutama tokoh politik yang sudah lama di dunia perpolitikan Indonesia. Upaya ini nantinya akan membawa banyak keuntungan dan keterlibatan masyarakat untuk membangun personal branding Giring Ganesha sesuai dengan yang ia inginkan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Personal branding bukanlah suatu hal yang terbentuk secara instan atau dalam waktu singkat. Pada setiap langkahnya personal branding akan menghasilkan kesan, nilai, keterampilan, perilaku dan pencapaian yang dibangun oleh seseorang dengan sengaja atau tidak sengaja untuk tujuan menunjukkan citra seseorang. Upaya pembentukan personal branding politisi muda Giring Ganesha pada akun Instagram @sobatgiring pada dasarnya mengikuti delapan unsur pembentukan personal branding yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan dan nama baik. Dengan latar belakang Giring Ganesha sebagai musisi pada awal karirnya merupakan sebuah awalan yang baik dalam membantu pembentukan personal brandingnya di dunia perpolitikan Indonesia. Dikenalnya Giring sebagai musisi oleh masyarakat pada kenyataannya membantu dirinya untuk melakukan pendekatan yang berbeda dengan masyarakat, cara unik dan kreatif dengan musik dan talentanya serta kepribadiannya yang hangat tersebut.

Seluruh konten yang diunggah oleh akun instagram @sobatgiring sudah menerapkan karakteristik personal branding dan merupakan upaya untuk membantu Giring Ganesha sebagai politisi muda dalam membangun personal branding di dunia politik Indonesia yang lebih kuat kedepannya. Pemanfaatan media sosial Instagram merupakan langkah yang bagus dalam membangun

personal branding Giring Ganesha, mengingat pengguna instagram indonesia cukup banyak dan konten-kontennya bisa dengan mudah dibagikan.

## 5.2 Saran

Sebuah penelitian perlu dapat memberikan masukan berupa saran-saran yang bermanfaat. Saran setelah mengangkat topik adalah "ANALISIS PERSONAL BRANDING GIRING GANESHA SEBAGAI POLITISI MUDA PADA MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @SOBATGIRING". Dari analisis akun Instagram @sobatgiring tentang pembentukan personal branding Giring Ganesha sebagai politisi muda, saran penulis adalah:

1. Pemanfaatan fitur instagram yang sudah tersedia seharusnya bisa lebih dimanfaatkan, misalnya lebih sering menggunakan instagram live dengan memperbanyak interaksi dengan pengguna membahas mengenai Giring Ganesha yang semakin giat berkecimpung di dunia politik Indonesia.
2. Dalam meningkatkan personal branding agar sesuai dengan yang ditargetkan, sebaiknya seseorang mampu menjaga reputasinya untuk tetap terhindar dari permasalahan dengan tokoh lain. Diketahui beberapa waktu lalu Giring Ganesha sempat saling melemparkan sindiran dengan tokoh politik lain, hal ini tentu cukup berisiko bagi Giring Ganesha yang baru saja memasuki dunia perpolitikan Indonesia dan dapat berdampak buruk pada personal brandingnya. Maka untuk kedepannya diharapkan Giring Ganesha lebih dapat menjaga sikapnya agar upayanya membangun personal branding dapat berjalan dengan baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13–27. sumber: <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Prastya, D., & Jemadu, L. (2022). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022. sumber: <https://www.suara.com/teknologi/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022> (diakses tanggal 6 Maret 2022)
- Rizaty, M. A. (2022). Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021. sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021> (diakses tanggal 6 Maret 2022)
- Khoerrunnisa, D. A., Sjoraida, D. F., & Priyatna, C. C. (2020). Personal Branding Politisi Generasi Millennials Studi Deskriptif Personal Branding Faldo Maldini Sebagai Politisi Generasi Millennials. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 10(2), 126–143. sumber : <https://doi.org/10.31506/jrk.v10i2.7260>
- McNally, D., & D.Speak, K. (2009). *Be Your Own Brand: A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd*. Berret-Koehler Publishers.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1–17. Sumber: [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Soewandi, A. T., & Wijanarko, R. (2021). Personal Branding dan Diri Otentik Menurut Sartre. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 4(2), 179. Sumber: <https://doi.org/10.23887/jfi.v4i2.36064>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. from : <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2). from : <http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>
- Sholihah, Afifatus. (2018). PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ( Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di

Yogyakarta ). *SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta*, 7(5), 1–2. from : <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31929>

Al Mardhiah, Neissaroh, Maulina, S. K. P. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Tingkat Perguruan Tinggi. *Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, FKIP, Universitas Ahmad Dahlan*, 3(1), 236–246. from : <http://seminar.uad.ac.id/index.php/saga/index>

Neissaroh Al Mardhiah, Siska Maulina, S. K. P. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Tingkat Perguruan Tinggi. *Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, FKIP, Universitas Ahmad Dahlan*, 3(1), 236–246. Sumber: <http://seminar.uad.ac.id/index.php/saga/index>

Syafari, Y., & Montessori, M. (2021). Analisis Pembelajaran Daring Terhadap Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Siswa Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1294–1303.

Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Seminar Nasional Pakar Ke 1 Tahun 2018*, 15–20. From: [www.the-marketeers.com](http://www.the-marketeers.com)

Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. 5(1), 94–101. From: <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>

Setiawan, D., & Nurmandi, A. (2020). Jurnal Public Policy Sandiaga Uno : Personal Branding di Twitter. 1. From: <https://doi.org/10.35308/JPP.V6I1.1657?sid=semanticsscholar>

Felicia, F., & Loisa, R. (2019). Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter. *Koneksi*, 2(2), 352. Sumber: <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3906>

Haroen, D. (2014). *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama.

Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1–17. From: [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)

Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *Jurnal BAPPEDA*, 4(1), 19–25. From : <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v4i1.85>

---

Branding, P., Priyan, R., Melalui, P., Reydecal, I., & Penjualan, P. (2020). *Personal Branding Reynalto Priyan Pradhana Melalui Instagram Reydecal Dalam Peningkatan Penjualan*. 8447–8462. Sumber: <http://dx.doi.org/10.47313/jib.v4i171.962>

Lestari, R. N. (2018). *Personal Branding Storygrapher Melalui Media Sosial*

*Instagram (Analisis Isi pada Akun @Amrazing Periode 1 April 2017 – 1 April 2018) SKRIPSI*. 7(5), 1–2.

- Khoerrunnisa, D. A., Sjoraida, D. F., & Priyatna, C. C. (2020). Personal Branding Politisi Generasi Millennials Studi Deskriptif Personal Branding Faldo Maldini Sebagai Politisi Generasi Millennials. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 10(2), 126–143. Sumber: <https://doi.org/10.31506/jrk.v10i2.7260>
- ANGGRIAWAN, K. (2020). AKTUALISASI PENDIDIKAN POLITIK TERHADAP DAYA NALAR (POLITICAL LITERACY). *POLITICAL LITERACY*, 20, 8–26. Sumber : <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/50180>
- MUHTAR, A. A. (2020). *POLITISI BARU DALAM POLITIK ELEKTORAL (Studi Kasus Strategi Politik Calon Legislatif Yudi Meira Pada Pemilihan Legislatif Kota Blitar 2019)* (Vol. 2507, Issue February). Sumber : <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/41699>
- Wahyudi, A.R. (2021). Kaum Muda Diremehkan Di Panggung Politik: Kita Perlu Dorong Peran Dan Pengakuan Mereka Sebagai Pemimpin Dan Politikus. Sumber : <https://theconversation.com/kaum-muda-diremehkan-di-panggung-politik-kita-perlu-dorong-peran-dan-pengakuan-mereka-sebagai-pemimpin-dan-politikus-159644> (diakses 27 Mei 2022)
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29. Sumber : <https://core.ac.uk/download/pdf/327205602.pdf>
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. sumber: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Pradewo, B., (2022). Saling Sindir Anies Baswedan dan Giring Ganesha Berawal dari Momen Ini. Sumber : <https://www.jawapos.com/nasional/politik/18/01/2022/saling-sindir-anies-baswedan-dan-giring-ganesha-berawal-dari-momen-ini/> (diakses 28 Mei 2022)