

PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL

Erfina Nurussa'adah¹, Mika Dhitya Murbantoro²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia
erfina@amikom.ac.id

ABSTRAK

Media sosial dimanfaatkan oleh para aktor politik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepadanya dan membangun image di mata masyarakat. *Personal branding* yang dilakukan oleh politisi di media sosial akan membentuk persepsi masyarakat akan dirinya dan memudahkan para politisi untuk melakukan komunikasi politik. Ganjar Pranowo merupakan salah satu aktor politik yang aktif menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakatnya. Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakannya untuk memudahkan komunikasi dua arah dengan masyarakatnya dengan membawa ciri khas yang dimilikinya dan membentuk *image* baik tentang dirinya yang kemudian akan memudahkannya dalam melakukan komunikasi politik. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teori personal branding dengan hasil penelitian; a) terlihat (*the law of visibility*) yaitu Ganjar Pranowo konsisten membangun citra diri yang bergaya milenial dan dekat dengan masyarakat. b) kesatuan (*the law of unity*); yaitu memiliki jiwa gotong royong. c) keteguhan (*the law of persistence*) yaitu Ganjar Pranowo memiliki gaya kepemimpinan yang kekinian dan sangat milenial, berani, tegas, semangat, ulet, transparan dan akuntabel. d) nama baik (*the law of goodwill*) yaitu Ganjar menjadi sosok yang lebih dapat diterima oleh generasi muda terutama aktivitas melalui sosial media instagram

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, *Personal branding*, Komunikasi Politik.

ABSTRACT

Social media is used by political actors to increase public trust in it and build an image in the eyes of the public. Personal branding carried out by politicians on social media will shape people's perceptions of themselves and make it easier for politicians to carry out political communication. Ganjar Pranowo is a political actor who actively uses social media to interact with his people. Instagram is one of the social media that he uses to facilitate two-way communication with his people by bringing his characteristics and forming a good image about himself which will then make it easier for him to carry out political communication. The method used in this research is a descriptive qualitative method with the theory of personal branding with the results of the research; a) visible (the law of visibility), namely Ganjar Pranowo consistently builds a self-image that is millennial-style and close to the community. b) unity (the law of unity); that is to have a mutual cooperation spirit. c) firmness (the law of persistence), namely Ganjar Pranowo has a leadership style that is contemporary and very millennial, brave, firm, enthusiastic, tenacious, transparent and accountable. d) good name (the law of goodwill), namely Ganjar becomes a figure that is more acceptable to the younger generation, especially activities through social media Instagram

Keywords: Social Media Instagram, *Personal branding*, Political Communication.

A. PENDAHULUAN

Personal branding merupakan upaya membentuk citra diri. Melalui personal branding seseorang menampilkan karakter, kemampuan, dan keunikannya menjadi sebuah identitas untuk menciptakan kesan dirinya yang ingin dirasakan oleh orang lain. Tolak ukur keberhasilan personal branding adalah citra yang diberikan orang lain kepada seseorang sesuai dengan apa yang dibentuk. Personal branding bisa dikatakan sebagai sesuatu yang positif yang bertujuan untuk mendapatkan pandangan positif dari orang lain sehingga terus dipercaya dan tindakan lainnya. Personal branding juga disebut sebagai syarat utama dalam menunjang kesuksesan seseorang, khususnya bagi seorang politisi. Singkatnya, jika seorang politisi memiliki personal branding yang baik, maka seorang politisi akan mudah mendapat dukungan. Dukungan publik merupakan salah satu aset besar bagi keberhasilan seorang politisi, dukungan yang tidak hanya melalui kata-kata tetapi sampai pada tindakan nyata. Sebagaimana yang dijelaskan oleh (Haroen, 2014) bahwa baik secara teori maupun praktik, personal branding sangat positif bagi kesuksesan seseorang di panggung politik. Politisi di Indonesia sedang gencar membangun personal branding, terutama menjelang Pilkada atau Pemilihan Umum. Personal branding yang baik diyakini dapat menciptakan citra positif dan berdampak besar terhadap dukungan yang diperoleh. Pada perkembangannya, personal branding di Indonesia sering digunakan oleh para politisi/kandidat serta yang lainnya untuk dapat menciptakan citra diri melalui kampanye politik agar dapat menarik perhatian masyarakat dengan tujuan memenangkan misalnya saat pemilihan kepala daerah (pilkada) serta pemilihan presiden (pilpres). Semua bisa berlombalomba untuk melakukan konstruksi dalam persepsi masyarakat mengenai identitasnya masing-masing melalui personal branding.

Pada tahap dasar, personal branding politisi atau calon terbentuk dari pemahaman subjektif masyarakat terhadap politisi atau calon itu sendiri.

Melalui komunikasi yang lebih konstruktif dan interaktif, strategi personal branding berpotensi membangun relasi dengan orang-orang yang sebelumnya tidak tertarik pada politik menjadi orang yang mulai tertarik pada politik. Pada perspektif yang berbeda, pemahaman dan penekanan personal branding ialah bagaimana para politisi tersebut dapat "memasarkan dirinya sendiri". Dalam membangun branding, tentunya tidak terlepas dari citra politik terkait sosialisasi politik yang dibangun dengan mengacu langsung pada pengalaman. Membangun citra politik dan sampai dimasyarakat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh seorang politisi bukanlah hal yang mudah dan cepat untuk dilakukan. Oleh karena itu, ada hal yang harus dilakukan terusmenerus oleh seorang politisi yaitu komunikasi politik.

Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan politik dan aktor politik, atau sesuatu yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pemahaman tersebut, sebagai ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru.

Komunikasi politik juga dapat dipahami sebagai komunikasi antara 'yang memerintah' dan 'yang diperintah'. Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan yang terjadi ketika enam fungsi lainnya dijalankan, yaitu sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, pembuatan peraturan, penerapan peraturan, dan peraturan peradilan. Artinya fungsi komunikasi politik melekat pada setiap fungsi sistem politik. Strategi komunikasi politik pada dasarnya adalah langkahlangkah dalam melakukan komunikasi politik yang berkaitan dengan

pembuatan, penyebaran, penerimaan, dan pengaruh pesan-pesan dengan muatan politik baik melalui interaksi sesama manusia maupun media sosial.

Media sosial memiliki berbagai manfaat bagi manusia di era modern saat ini, media sosial menghapus batasan manusia untuk saling bersosialisasi, batasan seperti ruang maupun waktu melalui media sosial. Manusia dapat berkomunikasi satu sama lain dimana saja seseorang berada setiap saat tidak peduli seberapa jauh jaraknya, dan setiap orang memiliki rasa yang nyaman menggunakan media sosial yang dapat dibidang sebagai media baru (*new media*). Media baru merupakan salah satu bentuk media massa yang berbasis digital. Sebagaimana yang dijelaskan oleh (Mondry, 2016), bahwa media massa adalah jenis media informasi yang berhubungan dengan masyarakat yang fungsinya biasanya terkait dengan khalayak (masyarakat), dikelola secara profesional dan dirancang untuk memperoleh keuntungan. Instagram merupakan salah satu media sosial yang berkembang cukup pesat, hal ini dikarenakan Instagram memiliki fitur yang lebih spesifik. Sebagai aplikasi berbagi foto dan video yang lebih cepat dan canggih. Instagram telah menciptakan fenomena baru di masyarakat luas yang dapat menghadirkan keunikan, keahlian, dan citra diri yang berbeda bagi setiap orang di akun. Dalam penggunaan media sosial Instagram, seseorang memiliki berbagai kebutuhan yang diinginkan. Politisi dan informasi tidak dapat dipisahkan, sehingga ruang media sosial tidak dapat dipisahkan oleh para politisi untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan politisi. Instagram digunakan sebagai media komunikasi politik sehingga menjadi sebuah fenomena baru, namun Instagram telah diarahkan sebagai media komunikasi politik yang memenuhi kebutuhan akan informasi. Oleh karena itu, saat ini banyak politisi yang menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosial utamanya selain Facebook dan Twitter sebagai sarana komunikasi politik. Para politisi dapat menyampaikan kepada masyarakat umum tentang aktivitas politiknya melalui Instagram, termasuk akun (@ganjar_pranowo). Ganjar Pranowo menggunakan media sosial sebagai media untuk berkomunikasi dengan masyarakat, sedangkan media yang digunakan Ganjar Pranowo seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube peminatnya cukup banyak. Ganjar Pranowo juga merupakan pengguna Instagram yang aktif dan setia. Pengguna media sosial memilih Instagram sebagai media berkomunikasi karena Instagram memiliki kelebihan yang tidak dimiliki media sosial lainnya. Hashtag merupakan salah satu Instagram, dengan adanya hashtag memudahkan pengguna untuk menemukan postingan yang berkaitan dengan cara mengklik hashtag tersebut. Keunggulan Instagram selanjutnya adalah adanya batasan durasi untuk postingan video, Instagram memberikan batasan durasi 2 menit untuk upload berupa video agar video yang diupload singkat, padat dan jelas isinya. Fitur-fitur yang disediakan membantu Ganjar Pranowo dalam menyampaikan informasi dengan lebih mudah dan menarik, sedangkan fitur-fitur yang ada di Instagram adalah post, feed, direct message, hashtag, mention, like, comment, biografi, repost, following, followers, insta story, Instagram live, dan Instagram search.

Ganjar Pranowo merupakan salah satu aktor politik yang aktif di media sosial. Gubernur Jawa Tengah ini memiliki 3,1 juta pengikut di akun Instagram-nya (ganjar_pranowo) dengan 3.987 postingan per 29 Oktober 2020. Ganjar Pranowo tidak hanya berinteraksi dengan masyarakatnya di Instagram, tetapi juga membawa ciri khasnya sendiri dalam aktivitasnya di media sosial serta membedakannya dengan politisi lain di media sosial. Beberapa ciri khas yang ditampilkan Ganjar Pranowo melalui akun media sosial Instagram miliknya adalah tulisan

“Tuanku ya Rakyat, Gubernur Cuma Mandat” di bio Instagram miliknya. Ganjar

Pranowo juga kerap membagikan potret dirinya saat beraktivitas. Ganjar Pranowo melihat keresahan masyarakat khususnya Jawa Tengah melalui media sosial dan langsung menanggapi keluhan masyarakat. Edukasi politik melalui platform digital dilakukan Ganjar Pranowo dengan bahasa yang mudah dipahami masyarakat. Penggunaan bahasa ini dilakukan dengan alasan masyarakat tidak mengerti apa yang dilakukan pemerintah karena bahasa pemerintah tidak dapat dicerna oleh masyarakat. Media sosial digunakan oleh Ganjar Pranowo sebagai media untuk memfasilitasi komunikasi dua arah dengan masyarakatnya dengan membawa ciri khasnya dan membentuk citra dirinya yang kemudian akan memudahkan dirinya dalam menyampaikan komunikasi politik. Cara terbaik untuk menjelaskan pentingnya media sosial untuk personal branding adalah bahan bakar untuk merek pribadi, maka media sosial adalah mesinnya (Petruca, 2016). Merujuk pada hal tersebut, maka kebaruan dalam penelitian ini yaitu aktivitas komunikasi politik yang dibangun oleh Ganjar Pranowo melalui sosial media instagram dengan tujuan membentuk personal brandingnya dimasyarakat.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Personal Branding

Personal branding merupakan proses dimana manusia dilihat dan dinilai menjadi sebuah brand oleh target market. Personal branding juga adalah seni menarik lebih banyak klien dengan secara aktif membentuk persepsi publik. Dikatakan bahwa insan bisa mengendalikan cara bagaimana insan itu sendiri dipersepsikan oleh target market. Timothy P.O 'Brien (Haroen, 2014) mengatakan bahwa personal branding ialah ciri-ciri pribadi yang bisa membangun sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut. Personal branding artinya sebuah produk baik barang atau jasa, agar merk itu terus menancap pada hati masyarakat menggunakan segala atribut dan diferensiasinya maka dibutuhkan upaya yang dianggap sebagai branding. Personal branding dengan kata lain merupakan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang. Diantaranya ialah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai serta bagaimana semua itu mengakibatkan persepsi positif oleh masyarakat yang pada akhirnya dapat dipergunakan sebagai alat pemasaran.

Setiap individu pasti memiliki brandingnya sendiri. Brand yang terdapat pada setiap individu merupakan cerminan dari diri sendiri terungkap dari apa yang telah dilakukan dan bagaimana melakukan sesuatu sehingga akan mempengaruhi persepsi orang lain terhadap seseorang. Personal branding adalah proses manusia untuk dilihat dan dinilai sebagai merek oleh target marketnya. Hal tersebut adalah proses mengendalikan dan mengatur persepsi orang lain terhadap personal branding dan itulah yang dikenal sebagai personal branding. Meskipun setiap individu memiliki brandnya tersendiri, akan tetapi kebanyakan orang masih belum mengetahui brand yang dimiliki sehingga seseorang tersebut tidak mengelolanya secara strategis, efektif, dan konsisten. Dalam membangun personal branding diperlukan kemampuan untuk mengontrol merek dan pesan yang dimilikinya, karena dapat mempengaruhi bagaimana orang lain memandang seseorang. Personal branding lebih dari sekadar pemasaran dan promosi diri, personal branding dapat membantu seseorang untuk melanjutkan berkembang dan memiliki perbedaan antara dirinya dan orang lain, baik itu orang, barang, atau layanan, membutuhkan banyak atribut dan memerlukan diferensiasi agar brand tersebut akan terus

diingat oleh masyarakat sehingga diperlukan upaya untuk mem-branding diri (Montoya, 2002).

Personal branding yang dibangun akan membentuk persepsi dalam pikiran orang lain ketika mendengar atau melihat karakter seseorang berdasarkan nilai-nilai yang ditunjukkan, misalnya keunggulan, keunikan, dan kepandaian orang tersebut yang akhirnya akan digunakan sebagai alat pemasaran. Menurut Erwin & Tumewu dalam buku *Personal Branding*, personal brand adalah suatu kesan yang berkaitan dengan keahlian, perilaku maupun prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan untuk menampilkan citra dirinya. Personal brand dapat dijadikan suatu identitas yang digunakan orang lain dalam mengingat seseorang mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki.

Terdapat delapan konsep utama dalam pembentukan personal branding. Adapun delapan konsep pembentukan personal branding sebagai pondasi yang kuat (Montoya, 2002), yaitu: a) Spesialisasi (*The Law of Specialization*)

Ciri khas dari sebuah personal brand yang hebat adalah ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, keterampilan, atau pencapaian tertentu.

b) Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Personal branding dilengkapi dengan sosok pemimpin yang dapat menetapkan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan menyampaikan suatu arahan yang jelas.

c) Kepribadian (*The Law of Personality*)

Sebuah personal branding yang hebat didasari pada sosok kepribadian yang apa adanya dan disertai ketidaksempurnaan. Konsep ini menghilangkan beberapa tekanan pada konsep kepemimpinan (*The Law of Leadership*). Seseorang wajib mempunyai kepribadian yang baik, tetapi tidak harus sempurna.

d) Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

Personal branding yang efektif harus ditampilkan dengan cara yang berbeda dari yang lain. Diferensiasi diperlukan untuk membedakan satu sama lain. Disamping itu dengan perbedaan seseorang akan lebih dikenal oleh masyarakat.

e) Terlihat (*The Law of Visibility*) Personal branding artinya harus dilihat secara konsisten dan terus menerus hingga personal branding seseorang dikenal. Jadi visibilitas lebih penting daripada ability. Untuk membuat seseorang terlihat, seseorang perlu mempromosikan dirinya dan menggunakan setiap kesempatan untuk membuat dirinya terlihat.

f) Kesatuan (*The Law of Unity*) Kehidupan pribadi yang berada dibalik personal brand harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan oleh brand. Kehidupan pribadi selayaknya menjadi cerminan dan gambaran yang diinginkan dalam personal brand.

g) Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Personal branding tidak bisa terjadi secara otomatis, ia membutuhkan waktu untuk tumbuh. Selama proses berjalan penting untuk selalu memperhatikan setiap tahapan serta trend yang terjadi.

h) Nama baik (*The Law of Goodwill*)

Sebuah personal brand akan memberikan hasil yang baik dan bertahan lebih lama. Jika seseorang dibelakangnya dipersepsikan menggunakan citra yang positif. Seseorang tersebut harus diasosiasikan dengan nilai atau ide positif yang diterima secara umum dan berguna.

2. Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Denton dan Woodward dalam (McNair, 2003) di definisikan sebagai: *pure discussion about the allocation of public resources (revenues), official authority (who is given the power to make legal, legislative and executive decision), and official sanctions (what the state rewards or punishes)*. Yang maksudnya adalah pembahasan murni mengenai alokasi sumber daya publik atau otoritas pejabat (yang diberi kekuasaan untuk membuat keputusan legal, legislatif dan eksekutif dan sanksi resmi (yang diberikan oleh Negara, imbalan atau hukuman). Sementara itu (McNair, 2003) merujuk pada Denton dan Woodward yang lebih menekankan intensionalitas komunikasi politik. Namun McNair hanya mendefinisikan komunikasi sebagai tujuan politik yang mencakup: 1) Semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh para politisi dan aktor politik lainnya untuk mencapai tujuantujuan tertentu. 2) Komunikasi yang ditujukan kepada para pelaku politik dengan non-politisi seperti pemilih dan kolumnis surat kabar. 3) Komunikasi tentang aktor politik dan aktivitas mereka, seperti terkandung dalam laporan berita, editorial, dan bentuk media lainnya dari pembahasan media tentang politik.

C. METODE

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dimana pendekatan ini memfokuskan diri pada sisi tertentu pada suatu fenomena. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk memberikan gambaran yang sistematis, benar dan akurat tentang suatu fakta, ciri, gambaran atau lukisan dan hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang bertujuan untuk menentukan subjek penelitian. subjek yang akan diteliti adalah akun

Instagram Ganjar Pranowo

(@ganjar_pranowo). Sedangkan objek penelitian merupakan objek yang akan diteliti dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini objek penelitian yang akan diteliti adalah Personal Branding Ganjar Pranowo di Media Sosial Instagram. Jumlah informan penelitian yaitu 3 orang dengan kriteria; (pengikut aktif akun media sosial instagram Ganjar Pranowo, tergabung dalam komunitas Ganjarist, tergabung dalam komunitas alumni Fisipol UGM, mengikuti perkembangan pemerintahan Ganjar Pranowo.

D. TEMUAN Personal Branding Ganjar Pranowo dalam Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram

a) Ciri Khas

Personal branding yang kuat menjelaskan sesuatu yang sangat spesifik, yang mencerminkan ide-ide dan nilai dalam dirinya yang membedakannya dengan orang lain. Kekhasan ini dapat berupa kualitas pribadi, penampilan fisik, ataupun keahlian. Selain itu adanya pembeda juga

menunjukkan adanya suatu keunikan dalam diri seseorang, jadi keunikan ini bisa dijadikan sebagai upaya untuk mengembangkan diri dan juga wujud dari eksistensi diri. Ganjar Pranowo atau yang akrab disapa pak Ganjar merupakan sosok pemimpin yang dikaitkan dengan pemimpin yang transformasional lewat gebrakan-gebrakan yang dilakukannya selama menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah. Pembawaan pak Ganjar yang santai dan apa adanya membuat sebagian warga semakin merasakan kehadiran pak Ganjar ditengah masyarakat, khususnya Jawa Tengah. Dengan gaya pak Ganjar yang nyentrik seperti rambutnya yang putih hal itulah yang membuat pak Ganjar lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Selain itu pak Ganjar juga luwes dalam bergaul beliau juga termasuk orang yang ramah, rendah hati, suka bercanda bawaannya nggak selalu serius, pak Ganjar juga sangat perhatian pada masyarakat bawah. Beliau juga memiliki kepribadian yang demokratis terbuka terhadap masukan dari siapa saja.

“Keunikan yang dimiliki oleh pak ganjar sebagai aktor politik, keunikannya itu beliau itu orangnya bisa bergaul dengan siapapun dengan aktor politik manapun dan beliau juga bisa bergabung dengan masyarakat melalui budaya dan juga bercanda agar bisa lebih dekat dengan masyarakat.” (Reynold

Vincentius, wawancara 6 Juli 2022).

b) Relevansi

Relevansi dalam Personal Branding harus diperkuat dengan apa yang biasanya digambarkan sebagai sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat dan mempunyai relevansi dengan kepribadian orang tersebut. Apabila relevansi itu tidak ada maka akan sulit untuk memperkuat pola pikir masyarakat. Adanya sebuah relevansi dengan masyarakat juga merupakan faktor utama personal branding dapat diterapkan. Dalam hal ini, berusaha menjelaskan sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat, jika tanpa adanya relevansi (keterikatan) maka akan sulit terjadi untuk penguatan pikiran masyarakat. Relevansi perlu untuk dibangun agar terjalin hubungan dengan khalayak. Selain itu berfungsi juga untuk mengetahui apakah proses personal branding yang dilakukan sesuai dengan aturan yang berlaku dimasyarakat.

Gambar 1. Ganjar Pranowo saat menemui mahasiswa Fisipol UGM



Sumber:

[Instagram.com/@ganjar_pranowo](https://www.instagram.com/@ganjar_pranowo)

Relevansi sangat penting didunia politik dimana aktor politik harus bisa melakukan pendekatan pemerintah dengan rakyat dengan begitu aktor politik bisa mendapatkan tempat dihati masyarakat. Selain dengan masyarakat relevansi bisa dilakukan dengan sesama aktor politik, seperti halnya yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo menunjukkan kedekatannya dengan masyarakat dan juga berhubungan baik dengan aktor politik lainnya. Ganjar Pranowo juga

mempunyai cara untuk melakukan pendekatan dengan masyarakat yakni dengan caracara kekinian.

“Kedekatan hubungan pemerintah dan rakyat secara kekinian itu wajib. Kita harus kreatif dan inovatif, bagaimana birokrasi harus lebih responsif,” kata

Ganjar saat menemui Keluarga Mahasiswa Administrasi Manajemen dan Kebijakan Publik Fisipol UGM dikantor Gubernur Jawa Tengah, Senin (25/11/2019).

Ganjar juga menjelaskan, kreativitas dan inovasi dilakukan untuk menyambungkan kedekatan dengan masyarakat di Jawa Tengah dilakukan melalui media sosial dan aplikasi yang memudahkan masyarakat. Mulai dari lapor gub melalui media sosial hingga kemudahan dalam pengurusan administrasi.

c) Konsistensi

Dalam membangun personal branding diperlukan adanya konsistensi untuk mempertahankan atas apa yang telah dibangun atau dibentuk agar mencapai keunggulan merek (*brand equity*). Peranan konsistensi juga menunjukkan bahwa individu tersebut berusaha untuk menanamkan dalam ingatan umum dengan begitu akan menciptakan kesadaran tentang pengenalan individu tersebut kepada masyarakat. Selain itu konsistensi juga penting sebagai bagian dasar pembentuk personal branding sebab mempunyai peran penting sebagai penentu seseorang dalam membentuk personal branding. Oleh sebab itu agar dapat membentuk brand equity, konsistensi juga menunjukkan bahwa personal branding yang dilakukan secara teratur. Seseorang yang secara konsisten menjunjung tinggi nilai, prinsip, dan kepribadian yang positif lebih mudah dikenal orang lain dan memiliki relasi yang luas. Pastikan untuk selalu memegang nilai-nilai tersebut dimanapun berada. Dengan begitu, nilai personal branding akan meningkat dan menaikkan daya jual.

Gambar 2. Ganjar Pranowo merespon aduan dari salah satu rakyatnya melalui kolom komentar.



Sumber:

Instagram.com/@ganjar_pranowo

Melalui akun Instagram pribadinya, Ganjar Pranowo menunjukkan sebagai pribadi yang konsisten, dimana Ganjar sangat aktif bermain media sosial sebagai sarana dan prasarana untuk melihat keresahan dari masyarakat seringkali juga Ganjar membalas aduan tersebut melalui DM Instagram maupun melalui kolom komentar bahkan juga terkadang Ganjar Pranowo langsung terjun ke lapangan untuk mendengarkan langsung aduan dari masyarakat.

Bentuk-Bentuk Personal branding Ganjar Pranowo. Berdasarkan pada konsep pembentukan personal branding milik (Montoya, 2002) maka personal branding Ganjar Pranowo adalah sebagai berikut:

a) Spesialisasi (*The Law of specialization*)

Ciri khas dari sebuah personal branding yang kuat adalah ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, dan keahlian atau pencapaian tertentu. Spesialisasi dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu dengan ability, behavior, lifestyle, mission, product, profession, dan service.

Ciri khas yang ditunjukkan Ganjar Pranowo sebagai aktor politik yakni mempunyai kemampuan dalam menggunakan media sosial dan aktif di Instagram. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah postingan dan pengikut di akun Instagramnya.

Ganjar Pranowo sering mengabadikan momen saat bersama dengan masyarakat dari berbagai kalangan. Inilah ciri khas dari Ganjar Pranowo dalam memasarkan dirinya sebagai aktor politik dari postingan-postingan di Instagramnya. Pada salah satu unggahan Ganjar di akun Instagramnya, terlihat bahwa Ganjar begitu dekat dengan masyarakat dan ikut berbincang serta menerima masukan tentang apa yang sedang terjadi di daerahnya, dengan begitu Ganjar Pranowo mendapatkan ruang di dalam hati masyarakat agar lebih baik kedepannya.

b) Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Ganjar Pranowo merupakan Gubernur Jawa Tengah saat dilantik pada hari Jumat, 23 Agustus 2013. Pada saat Ganjar Pranowo dinyatakan sebagai pemimpin maka secara langsung dirinya menyanggah brand besar yakni seorang pemimpin. Ganjar harus bisa mewujudkan kriteria branding dirinya yakni sosok pemimpin yang dapat mengambil keputusan, memiliki kekuasaan, dan kredibilitas. Sikap kepemimpinan yang ditampilkan Ganjar Pranowo melalui akun Instagramnya terlihat dari beberapa unggahannya bersama berbagai kalangan masyarakat. Sebagai pemimpin Ganjar Pranowo berhasil menampilkan branding dirinya melalui Instagram. Memiliki kemampuan kepemimpinan yang tegas namun juga mempunyai kepribadian yang tinggi serta sosok yang cerdas, Ganjar Pranowo banyak memberikan perubahan positif ke Jawa Tengah hal itulah yang membuat Ganjar Pranowo mengantongi banyak prestasi mengagumkan.

c) Kepribadian (*The Law of personality*)

Sosok kepribadian yang apa adanya dan hadir dengan ketidaksempurnaan menjadi landasan dari personal branding yang hebat. Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan pada konsep kepemimpinan. Dimana seseorang harus memiliki kepribadian yang baik namun

tidak harus sempurna. Terlepas dari jabatannya, sebagai aktor politik Ganjar Pranowo memiliki penampilan yang sederhana, apa adanya dan ramah terhadap semua kalangan.

Pembuktian dari karakter baik yang dimiliki Ganjar Pranowo hadir melalui media sosial Instagramnya, dengan memanfaatkan Instagram Ganjar Pranowo dapat menciptakan brandingnya sendiri.

Sosok kepribadian yang apa adanya dan muncul dengan ketidaksempurnaan merupakan suatu dasar dari personal branding yang kuat. Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan pada konsep kepemimpinan. Dengan kata lain seseorang harus memiliki kepribadian yang baik namun tidak harus sempurna. Dilihat dari penampilannya yang sederhana dan apa adanya menjadikan Ganjar Pranowo sebagai aktor politik yang memiliki karakter baik, selain itu Ganjar juga hadir melalui media sosial Instagram yang dikelolanya sendiri. Melalui instagram Ganjar Pranowo mampu menciptakan brandingnya sendiri bahwa Ganjar Pranowo merupakan pemimpin yang patut disegani. Dilihat dari foto-foto yang diunggahnya menjadikan Ganjar Pranowo sosok yang dekat dengan masyarakat. *“Personality dari pak ganjar sangat bagus untuk proses pendekatan yang lebih efektif, karena jaman sekarang baik yang tua maupun muda kebanyakan sudah menggunakan sosial media dan cara pak ganjar sudah tepat menggunakan sarana sosial media untuk proses pendekatan yang lebih merakyat. Beliau kalau kita lihat dari sosial medianya merupakan kepribadian yang demokratis dan terbuka terhadap masukan dari siapa aja”.* (Sandy, wawancara 17 Juli 2022)

d) Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

Personal branding yang baik dan efektif perlu ditampilkan dengan cara yang berbeda. Ganjar Pranowo menampilkan perbedaan dengan aktor politik lain yakni dengan gaya kepemimpinannya. Sosok Ganjar Pranowo semakin menjadi sorotan setelah ia berhasil menjabat sebagai

Gubernur Jawa Tengah. Gaya kepemimpinannya yang berbeda dengan aktor politik lain. Menjadikannya sebagai pribadi yang cenderung bersosialisasi dengan masyarakat menjadi tokoh publik yang mudah ditemui.

Gambar 3. “Tuanku ya Rakyat, Gubernur Cuma Mandat” Bio Instagram milik Ganjar Pranowo



Sumber: Instagram.com/ @ganjar_pranowo

o

slogan tersebut dibuktikan Ganjar Pranowo dengan cara merespon setiap aduan dari masyarakat. Tindakannya dalam merespon setiap aduan dari masyarakat di akun

Instagramnya memberi peluang dengan masyarakat untuk dapat berbincang bersama pemimpinya serta mendapat respon langsung dari apa yang dikeluhkan. Penerapan slogan tersebut terlihat dari bagaimana Ganjar sering mengajak publik untuk berdiskusi terhadap suatu isu yang berkembang dimasyarakat, dimana kesempatan inilah yang sering dimanfaatkan oleh kaum milenial agar bisa berkontribusi secara langsung dalam membuat keputusan, tempat ini sangat menarik perhatian bagi generasi milenial yang identik dengan kemampuan berpikir kritisnya. Penggunaan narasi tersebut juga merupakan strategi Ganjar untuk membangun personal branding melalui media sosial.

- e) *Terlihat (The Law of Visibility)* Personal branding harus selalu terlihat secara konsisten terus menerus, sampai personal branding seseorang terlihat. Agar menjadi terlihat seseorang harus mempromosikan dirinya disetiap kesempatan. Dalam banyak kasus visibility ini dianggap lebih penting dari kemampuan (*ability*). Ganjar Pranowo terlihat konsisten dalam memasarkan diri terhadap masyarakat baik di sosial media maupun pada kenyataannya. Ganjar Pranowo selalu memasarkan branding dirinya sebagai aktor politik yang mempunyai visi misi untuk memajukan daerahnya dengan salah satu agenda rutin yang dilakukannya, bersepeda maupun olahraga pagi sembari menyapa warga sekitar. Dengan memiliki pengikut di instagram lebih dari lima juta orang Ganjar Pranowo lebih dikenal sebagai aktor politik yang bergaya milenial dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya, dan juga dengan pembawaannya yang begitu santai menjadikannya lebih dikenal dimasyarakat. Selain itu Ganjar Pranowo sering mengisi acara talkshow dan juga mengisi seminar yang membahas tentang politik.
- f) *Kesatuan (The Law of Unity)* Kehidupan pribadi seseorang dibalik personal branding harus searah dengan etika moral dan sikap yang sudah ditentukan merek tersebut. Etika moral dan sikap Ganjar Pranowo sejalan dengan apa yang dijadikannya sebagai pembentuk dalam brandnya. Kegiatan pengajian serta menjaga kebersihan lingkungan mencerminkan ketaatan Ganjar Pranowo dalam menjalankan perintah Tuhannya yaitu Allah SWT. Selain itu kegiatan Gotong Royong setiap pagi mencerminkan dirinya merupakan pribadi yang mencintai kebersihan. Kehidupan seseorang dibalik personal branding harus sesuai dengan etika dan sikap yang ditentukan diawal ketika membangun personal branding tersebut. Seperti citra dan brand orang tersebut maka akan dilihat juga cerminan kehidupan pribadinya. Latar belakang pendidikan Ganjar Pranowo yang memiliki banyak pengalaman didunia politik, selain itu Ganjar Pranowo juga taat dalam menjalankan perintah Tuhannya, dan memiliki jiwa gotong royong yang menjadikan Ganjar Pranowo sebagai pribadi yang dicintai masyarakat, ini menjadikan apa yang dibagikan Ganjar dimedia sosial ataupun diberbagai seminar tentang politik telah relevan satu sama lain. Dengan kata lain, dalam kesatuan etika moral dan sikap yang ditunjukkan seorang Ganjar Pranowo harus memiliki pendekatan mendasar yang bisa dipakai agar masyarakat bisa memenuhi bagian- bagian kehidupan dimasyarakat.
- g) *Keteguhan (The Law of Persistence)* Personal branding merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan dari branding seseorang. Membangun personal branding membutuhkan waktu yang lama usaha yang serius dalam prosesnya, pelaku personal branding tentu selalu

menghadapi masalah. Halhal yang diluar dugaan seperti kritik yang menjatuhkan dan komentar tidak pantas, terutama di era media sosial sekarang, hal ini bisa menjadi hambatan yang akan menggagalkan suatu branding yang telah dibangun seseorang.

Personal branding tidak muncul secara langsung, ada proses dibaliknya yang membutuhkan waktu dan keteguhan untuk menyaksikan pertumbuhannya. Selama proses tersebut berjalan yang terpenting untuk selalu memperhatikan pertumbuhan dan juga perkembangan suatu trend yang sedang berlaku. Aktor politik selalu diidentikan dengan pekerjaan yang kaku, serius, tegas, dan monoton. Berbeda halnya dengan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo yang memiliki gaya kepemimpinan yang kekinian dan sangat milenial. Gaya kepemimpinan Ganjar Pranowo yang berani, tegas, semangat, ulet, transparan dan akuntabel dibalut dengan slogan “mboten korupsi mboten ngapusi” artinya no korupsi, no dusta, yang menjadi visi dan misi Ganjar memimpin Jawa Tengah hingga saat ini. Ganjar juga memperkenalkan brand baru Jawa Tengah yaitu Gayeng Jawa Tengah (seru) yang memancarkan dan menginspirasi potensi daerah melalui media sosial seperti twitter dan instagram yang terhubung dengan instansi atau lembaga terkait setempat.

- h) Nama Baik (*The Law of Goodwill*) Personal branding yang telah dibangun seseorang akan dapat bertahan apabila masyarakat memandang orang tersebut secara positif. Untuk mendapatkan citra yang baik dan positif tersebut, pelaku personal branding harus berhasil menanamkan nilai-nilai yang di ciptakan dibenak masyarakat. Dengan memiliki persepsi yang positif, sebuah brand akan bertahan lama dan akan menghasilkan yang terbaik. Seseorang tersebut harus dikaitkan dengan sebuah nilai atau gagasan yang diakui positif secara umum dan bermanfaat. Sebagai seorang aktor politik, Ganjar Pranowo tentunya selalu berusaha membangun nama baik dengan menciptakan komunikasi yang baik antara dirinya dan masyarakat. Ganjar Pranowo mengatakan bahwa menjadi seorang pemimpin harus mampu menjalin komunikasi dengan masyarakat yang dipimpinnya. Ganjar telah memilih gaya kepemimpinan yang membuat warganya merasa seperti teman. Platform politik yang sangat moderat dan toleran, ditambah dengan gaya campuran yang condong mudah berbaur dan "gaul", akan membuat Ganjar menjadi sosok yang lebih dapat diterima oleh generasi muda, terutama yang dibesarkan oleh sistem pendidikan modern. Kemampuan Ganjar dan timnya untuk memaksimalkan berbagai saluran komunikasi yang "dikenal" oleh kaum muda akan meningkatkan peluang seseorang untuk memenangkan hati para pemilih muda. Tugas Ganjar selanjutnya adalah bagaimana membuat konten yang lebih bumi untuk dunia anak muda dan membuat rencana program yang lebih peka terhadap minat anak muda.

E. BAHASAN

Personal branding Ganjar Pranowo dalam membangun komunikasi politik melalui Instagram. Sebagai aktor politik, Ganjar Pranowo merupakan aktor politik yang aktif menggunakan media sosial khususnya Instagram, pada setiap unggahannya berisi tentang penanganan suatu masalah, memberi tahu tentang kegiatan yang dilakukan pemerintah, maupun hanya sekedar menyapa masyarakat melalui kiriman tentang aktivitas yang dilakukannya. Ganjar Pranowo konsisten dalam mengunggah kontennya sosial media Instagram dan membalas keresahan dari masyarakatnya, jika dilihat dari banyaknya komentar yang positif Ganjar Pranowo telah menanam image baik dibenak masyarakat dengan begitu memudahkannya dalam berkomunikasi politik. Menurut (McNally, D.,

& Speak, 2002) personal branding yang kuat menjelaskan sesuatu yang spesifik atau khas yang membedakan dirinya dengan orang lain kekhasan dapat diartikan dengan kualitas pribadi, tampilan fisik, dan keahlian. Ciri khas yang ditampilkan Ganjar Pranowo sebagai aktor politik ialah pembawaannya yang santai dan apa adanya, hal itulah yang menjadikannya sosok yang dicintai masyarakat. Dengan begitu Ganjar Pranowo dapat membangun relevansi dengan masyarakat dengan cara yang kekinian selain dengan masyarakat, Ganjar Pranowo juga berhubungan baik dengan sesama aktor politik. Selain itu, Ganjar Pranowo juga dapat disebut sosok yang tegas dan cepat tanggap disetiap ada suatu masalah Ganjar langsung terjun ke lapangan untuk menyelesaikannya saat itu juga. Sebagai aktor politik Ganjar Pranowo dikenal humoris dan mudah bergaul dengan masyarakat, dapat dilihat dari unggahannya di Instagram yang memperlihatkan kedekatannya dengan masyarakat.

Konsistensi Ganjar Pranowo dapat dilihat dengan caranya memanfaatkan Instagram sebagai sarana dan prasarana untuk melihat keresahan dari masyarakatnya dan ikut andil dalam menyelesaikannya, dengan begitu Ganjar telah membangun image baik dibenak masyarakat. Ganjar Pranowo menggunakan media sosial Instagram sudah sejak lama saat sebelum beliau menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo tidak hanya berinteraksi dengan warganya melalui Instagram saja, tetapi Ganjar juga membawakan ciri khasnya sendiri dalam aktivitasnya di media sosial serta membedakannya dengan politisi lain. Strategi yang digunakan Ganjar Pranowo dalam personal branding melalui instagram, yakni *position yourself*. Seseorang dapat mengidentifikasi dirinya dan memutuskan apa yang bisa dilakukan untuk membangun personal branding, maka dirinya dapat menciptakan *positioning* atau memposisikan dirinya dimata orang lain. Hal ini berhubungan tentang bagaimana seseorang memposisikan dirinya melalui tindakan yang dilakukan, hingga dapat membuat orang percaya terhadap personal branding yang dibangunnya. Ganjar Pranowo mencoba memposisikan dirinya sebagai pemimpin yang unik, cepat tanggap dalam merespon setiap aduan masyarakatnya. Ganjar Pranowo menganggap dirinya setara dengan rakyat namun dia memiliki hak untuk membantu masyarakat dalam menyelesaikan masalah.

Selain itu, Ganjar Pranowo juga memiliki gaya kepemimpinan yang dinilai sebagai pemimpin yang sadar media, tegas namun juga kepribadian yang tinggi, serta merupakan sosok yang cerdas, gaya kepemimpinannya memberikan banyak perubahan yang positif terutama untuk Jawa Tengah. Dengan penampilan yang sederhana dan apa adanya menjadikan Ganjar Pranowo dikenal dengan sosok pemimpin yang memiliki karakter baik. Selain dikenal dengan pribadi yang sederhana Ganjar Pranowo juga merupakan sosok yang memiliki hubungan baik dengan masyarakatnya. Ganjar Pranowo juga mempunyai perbedaan dengan aktor politik lainnya salah satu contohnya terletak pada bio Instagram pribadinya yang bertuliskan “Tuanku ya Rakyat, Gubernur Cuma Mandat”. Dari penerapan slogan tersebut terlihat bagaimana Ganjar Pranowo sering mengajak masyarakatnya untuk berdiskusi terhadap suatu isu yang sedang berkembang di masyarakat (Rahmah, 2021).

Ganjar Pranowo terlihat konsisten dalam memasarkan brandingnya sebagai aktor politik baik secara langsung ataupun melalui Instagram hal itu dikarenakan Ganjar mampu mempromosikan dirinya disetiap kesempatan yang ada. Selain terlihat konsisten, Ganjar Pranowo juga dikenal dengan sosok yang religius dan juga memiliki jiwa gotong royong yang tinggi, hal itu dapat dibuktikan dari postingannya di Instagramnya. Dalam hal lain, Ganjar Pranowo juga sering membagikan kedekatannya dengan masyarakat, serta membagikan kegiatannya sehari-hari.

Kegiatan sehari-hari seperti berolahraga juga menghiasi halaman Instagram Ganjar Pranowo, hal ini menunjukkan bahwa Ganjar merupakan pribadi yang yang sehat dan positif. Dalam akun Instagram pribadinya Ganjar Pranowo terlihat begitu aktif, per 15 Juni 2022 Ganjar Pranowo memiliki lebih dari 4,9 juta pengikut, dengan 5,731 unggahan.

Dimana dalam sehari Ganjar Pranowo mengunggah rata-rata 4 postingan. Unggahan-unggahan Ganjar Pranowo jika dilihat dari akun Instagramnya terdiri dari unggahan terkait dengan dukungan kemanusiaan, peringatan hari besar, program-program kerja pemerintah, blusukan, promosi wisata Jawa Tengah, promosi produk warga (UMKM), hingga aktivitas pribadi. Aktivitas yang dipamerkan Ganjar Pranowo diakun

Instagram pribadinya tidak selalu tentang kegiatan kelembagaan namun juga kegiatan seperti blusukan dan mengunjungi warga juga kerap diunggahnya. Kedekatannya dengan warga juga ditunjukkan melalui videovideo singkat, terkadang juga berisi guyonan dan bahasa yang santun semakin menambah citra merakyat dari Ganjar Pranowo.

Menggunakan gaya kepemimpinan yang tegas, berani, semangat, ulet, dan transparan menjadikannya sosok yang mampu menciptakan terobosan-terobosan baru untuk memajukan daerahnya. Salah satu terobosannya ialah Jateng Gayeng, yang memancarkan dan menginspirasi potensi daerah melalui media sosial yang terhubung dengan instansi atau lembaga yang terkait. Dibalik usahanya dalam melakukan banyak perubahan, Ganjar Pranowo selalu berusaha membangun nama baik dengan menciptakan komunikasi yang baik antara dirinya dengan masyarakat. Karena baginya menjadi seorang pemimpin harus mampu mejalin komunikasi dengan masyarakatnya (Montoya, 2002). Komunikasi yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo lebih mudah diterima oleh masyarakatnya karena image baik tentang dirinya yang sudah ditanamkan dibenak masyarakat. Selain itu media sosial juga memberikan peluang bagi Ganjar Pranowo untuk melakukan komunikasi dengan para pengikutnya dan membangun komunikasi politik melalui personal branding yang dibentuknya. Personal branding merupakan proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang contohnya seperti personality, kemampuan, ataupun nilai-nilai serta bagaimana semua itu dapat menciptakan persepsi positif dari masyarakat yang dapat dijadikan sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014).

Sebagai komunikator politik Ganjar Pranowo dikenal sebagai sosok yang dapat menyatukan kesenjangan antara generasi milenial dengan generasi di atasnya. Hal itu dikarenakan penggunaan gaya bahasa yang simpel dan mudah dipahami oleh masyarakat, contohnya saat Ganjar meminta dilakukan lockdown sementara untuk menekan angka pertumbuhan kasus positif corona. Selain itu, Pesan politik yang disampaikan Ganjar Pranowo yakni mampu mengajak rakyatnya untuk berkomunikasi baik melalui media sosial maupun secara langsung. Isi pesan politik berkaitan dengan agenda yang dilakukan aktor politik dengan masyarakat dan juga golongan tertentu (Soemarno dan Rochajat Harun, 2006). Media politik yang digunakan Ganjar Pranowo dalam menyampaikan pesan politiknya yaitu media sosial Instagram. Fenomena dengan adanya media baru ini (instagram) membuat Ganjar Pranowo dapat mengaktualisasikan perannya kembali dalam tatanan politik yang ada. Selama Ganjar Pranowo menjadi aktor politik Ganjar sudah memiliki banyak dukungan dalam perannya sebagai aktor politik.

Citra politik yang dihasilkan Ganjar Pranowo diakun Instagramnya sangat mengesankan baginya, dengan bagaimana masyarakat menilai tindakan dari Ganjar itu sendiri. Terbukti dengan banyaknya komentar positif yang dikirimkan para pengikutnya tersebut, citra yang baik berarti

masyarakat mempunyai kesan positif sedangkan citra yang kurang baik akan mendapat kesan yang negatif dari masyarakat (Sutisna, 2002). Citra positif yang dibentuk Ganjar Pranowo saat ini dapat dilihat dari media sosial Instagram miliknya, media sosial Instagram efektif untuk digunakan sebagai media untuk berkomunikasi karena dengan menggunakan salah satu aplikasi yang ditawarkan (instagram) dapat membuat konten dan mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam jejaring sosial dalam membangun komunikasi politik.

F. KESIMPULAN

Ganjar Pranowo memiliki ciri khas dari gaya kepemimpinannya yang santai namun tegas dan penampilan yang nyentrik seperti rambut putih sudah menjadi ciri khas yang dimilikinya. Ganjar Pranowo juga dikenal sebagai aktor politik yang memiliki hubungan baik dengan masyarakat dan aktor politik lainnya. Hal tersebut membuat Ganjar Pranowo mampu membranding dirinya dalam media sosial instagram dengan tujuan melakukan komunikasi politik, hal ini terbukti dengan temuan penelitian dengan menggunakan elemen personal branding (Montoya, 2002) ditemukan 4 personal branding yang melekat pada Ganjar Pranowo melalui aktivitas komunikasi politik melalui instagram.

a) terlihat (the law of visibility) yaitu Ganjar Pranowo konsisten membangun citra diri yang bergaya milenial dan dekat dengan masyarakat. b) kesatuan (the law of unity); yaitu memiliki jiwa gotong royong. c) keteguhan (the law of persistence) yaitu Ganjar Pranowo memiliki gaya kepemimpinan yang kekinian dan sangat milenial, berani, tegas, semangat, ulet, transparan dan akuntabel. d) nama baik (the law of goodwill) yaitu penggunaan platform politik yang sangat moderat dan toleran, ditambah dengan gaya campuran yang condong mudah berbaur dan "gaul", akan membuat Ganjar menjadi sosok yang lebih dapat diterima oleh generasi muda terutama aktivitas melalui sosial media instagram

REFERENSI

- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication Third edition*. London and New York. Routledge Taylor and Francis Group.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2002). *Be Your Own Brand: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are*. Berrett-Koehler Publishers.
- Mondry, & R. S. (2016). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik (2nd ed)*. Ghalia Indonesia.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya Incorporated.
- Petruca, I. (2016). Personal Branding Through Social Media. *International Journal Of Communication Research*, 6(4), 389–392.

[https://doi.org/10.4018/978-1-4666593-](https://doi.org/10.4018/978-1-4666593-1.les4)

1.les4

Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94–101.

Soemarno dan Rochajat Harun. (2006). *Komunikasi Politik: Sebagai Suatu Pengantar*. Mandar Maju.

Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya.