

g. Keteguhan (The law of Persistence)

Setiap *Personal Branding* membutuhkan waktu untuk tumbuh, dan selama proses tersebut berjalan, adalah penting untuk selalu memperhatikan setiap tahapan dan trend. Dapat pula dimodifikasikan dengan iklan atau public relation. Seseorang harus tetap teguh pada *Personal Branding* awal yang telah dibentuk, tanpa pernah ragu-ragu dan berniat merubahnya.

h. Nama Baik (The law of Goodwill)

Kegiatan *Personal Branding* akan memberikan dampak yang baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang memiliki image positif di mata audiensnya. Seseorang tersebut harus memiliki nilai atau kriteria yang diakui oleh masyarakat yang positif juga membawa manfaat bagi khayalak (Haroen, 2014).

Tentu dalam membangun *Personal Branding* ini memiliki kelebihan, khususnya di media sosial yakni orang lain akan menjadikan seseorang sebagai rujukan terus menerus, kredibilitas dari tidak dipertanyakan lagi karena masyarakat sudah percaya, orang lain akan mudah tertarik dan meniru apa yang dilakukan, dan dalam diri seseorang yang membangun *Personal Branding* terdapat daya tarik dan *Personal Branding* yang hebat. (Chow, 2017).

2. Komunikasi Politik

Kehidupan makhluk hidup terutama manusia tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. Komunikasi merupakan alat dalam keberlangsungan interaksi dengan satu individu kepada individu lainnya. Sebagai makhluk sosial, kegiatan

komunikasi dibutuhkan dalam bertukar informasi dengan manusia lainnya. Dengan adanya hal ini, kebutuhan dapat terpenuhi dengan adanya interaksi sehingga manusia dapat melangsungkan aktivitasnya. Peran komunikasi begitu penting dalam kehidupan manusia karena tidak luput dari urusan yang dilakukan terutama yang berhubungan dengan orang lain. Komunikasi dapat menjadi aspek utama dalam suatu kegiatan dapat berjalan dengan baik, contohnya pada bidang politik.

Komunikasi politik disini tentu berkaitan dengan pemerintah. Komunikasi Politik sebagai suatu proses pengoperan Lembaga-lembaga atau simbil-simbil komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada oranglain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik. Cangara (2011:30). Sedangkan menurut Soesanto (1986) yang dikutip dari Ardial (2010:28) mengemukakan bahwa komunikasi politik sebagai komunikasi yang diarahkan pada pencapaian pengaruh sebagai sedemikian rupa sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warga melalui sanksi yang ditentukan bersama oleh Lembaga-lembaga politik. Kegiatan komunikasi politik tentu dipandang sebagai jalan penghubung antar masyarakat sosial dengan pemerintah atau negara. Jadi aktor di atas adalah masyarakat, media dan pemerintah.

Komunikasi politik sebuah fungsi dalam kesempurnaan dari sistem politik. Komunikasi politik merupakan proses dari penyampaian pesan yang terjadi pada saat fungsi lain dilakukan, yaitu sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, membuat peraturan, aplikasi peraturan dan

ajudikasi peraturan. Hal ini berarti bahwa fungsi komunikasi politik terdapat secara inheren di dalam setiap fungsi system politik.

Komunikasi politik ini memiliki beberapa unsur yang bertujuan untuk mendukung terjadinya komunikasi politik, yaitu:

a. Komunikator politik

Komunikasi politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Dengan demikian sumber atau komunikator politik adalah mereka – mereka yang dapat memberikan informasi tentang hal hal yang mengandung makna atau bobot politik, semisal Presiden, Menteri, anggota DPR, MPR, KPU, Politisi, fungsionaris Partai Politik, LSM dan kelompok – kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa mempengaruhi jalannya pemerintahan.

b. Pesan Politik

Pesan politik ini ialah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang terangan, baik disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya pidato politik, undang – undang kepartaian, undang – undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita, surat kabar, radio, televisi, internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, puisi politik, spanduk/baliho, iklan politik atau propaganda, perang urat syaraf (*psywar*), mana logo, warna baju, warna bendera, bahasa tubuh (*body language*), dan semacamnya.

c. Media politik

Media yang digunakan oleh para komunikator politik dalam menyampaikan pesan – pesan politiknya. Misalnya Media Cetak; Surat kabar, tabloid, majalah, buku. Media Elektronik; Film, radio, televisi, komputer, video, internet. Media Format Kecil; Leaflet, brosur, selebran, stiker, bulletin. Media Luar Ruang (outdoor media); Baliho, spanduk, reklame, kaos, pin, logo, bendera, electronic board, topi, iklan mobil, Iklan gerbong kereta, kalender, sampul buku, payung dan segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk membangun citra (Image Building). Saluran Komunikasi Kelompok; Partai Politik (DPP, DPW, DPD, DPC, DPAC), organisasi profesi, ikatan alumni, organisasi sosial, keagamaan, karang taruna dan semacamnya. Saluran Komunikasi Publik; Stadion, aula, balai desa, alun alun, panggung kesenian. Saluran Komunikasi Sosial; Pertunjukan wayang, Pesta Rakyat, pesta tani, dan semacamnya.

d. Sasaran atau Target Politik

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk dukungan suara kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Mereka adalah semua kalangan masyarakat warga negara yang mempunyai hak pilih dan siswa warga negara yang akan menjadi calon pemilih dengan ketentuan cukup umur untuk ikut serta dalam pemilihan umum.

e. Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai – partai politik, di mana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara (vote) dalam pemilihan umum. Pemberian suara ini sangat menentukan terpilih tidaknya seorang kandidat untuk posisi mulai tingkat Presiden dan Wakil Presiden, anggota DPR, MPR, Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota, sampai tingkat DPRD.

Hampir seluruh negara di belahan dunia menggunakan komunikasi politik dalam terjun dan berhadapan dengan masyarakat, hal ini karena memang komunikasi politik itulah yang menjadi tahapan yang harus digunakan. Biasanya penggerak dari komunikasi politik ini bisa mencakup secara luas berupa partai politik ataupun hanya dilakukan oleh actor politik saja. Komunikasi politik biasanya berfungsi untuk menjadi alat pendekatan dalam sistem politik. Apabila dalam perjalannya lancar, maka efek yang ditimbulkan dari pendekatan komunikasi politik yang dilakukan itu akan membuat semua sistem atau unsurunsur yang ada dalam sistem politik itu bisa bekerja secara keseluruhan.

Komunikasi politik merupakan suatu faktor yang mampu dan dapat merubah sebuah struktur dan berbangsa dan bernegara. bahkan bisa menjadi faktor yang dapat merubah, tetapi juga menjadi faktor yang determinan. Komunikasi politik ini sangat diperlukan dalam aktivitas politik dan tentu media akan menjadi sarana dalam proses terjadinya komunikasi politik. Dalam konteks penelitian ini komunikasi politik adalah proses penyebaran pesan kepada masyarakat melalui

media dari tokoh politik yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada publik.

3. Membandingkan Media Sosial Tokoh Politik

Media sosial adalah sebuah media yang paling sering digunakan pada masa ini di seluruh dunia. Media sosial pun terus berkembang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan masyarakat dunia. media sosial adalah sebuah tempat dimana penggunanya dapat berpartisipasi, berekspresi, dan berkreasi. saat ini media sosial juga sebagai wadah untuk menginformasikan berbagai hal kepada masyarakat luas. penggunaan jejaring sosial seperti blog, forum dan dunia virtual.

Media sosial yang biasa disebut jejaring sosial adalah sebuah wadah yang dapat menyatukan individu satu dan yang lainnya sehingga media sosial sendiri dapat menciptakan sebuah komunitas yang dapat saling berinteraksi satu dengan yang lainnya. komunikasi ini juga dapat terjalin di seluruh dunia (Adityawarman,2019). dapat dikatakan pula interaksi yang terjadi di media sosial terjadi tanpa jarak ruang dan waktu. komunikasi juga dapat terjalin tanpa ruang dan waktu(Nurhalimah,2019). Media sosial berfungsi sebagai salah satu tempat membangun citra diri seseorang didepan orang lain. Sebagain besar orang-orang dalam menggunakan media sosial sebagai ajang pembangunan popularitas dan eksistensi diri. Selain itu, media sosial juga sebagai salah satu sarana yang tepat untuk pemasaran. Segala kemudahan mengakses keberbagai penjuru tempat hanya dengan melalui berbagai jenis gadget memudahkan pemasaran untuk berkomunikasi dan lebih dekat dengan kosumen.

Media sosial merupakan salahsatu media online yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Salah satu media sosial yang sangat banyak digunakan oleh banyak orang khususnya tokoh politik juga adalah *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah aplikasi yang di gunakan untuk berbagi foto dan video di dalam aplikasi tersebut dan dapat dilihat oleh pengguna lainnya yang saling mengikuti (wifalin,2016). Selain aplikasi untuk berbagi foto dan video dan fitur lainnya. *Instagram* juga sebuah wadah untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi yang terjadi di dunia. Informasi tersebut dapat berupa video yang berdurasi kurang dari 1 menit ataupun foto yang menggunakan caption yang menggambarkan situasi dan informasi yang terjadi.

Definisi lain yang menyebutkan bahwa *Instagram* adalah sebuah alat untuk penyampaian pesan yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas dengan cara berbagi foto dan video dan penggunaan fitur lainnya untuk memperjelas informasi yang ingin disampaikan. fitur *Instagram* tersebut diantaranya fitur caption, direct message dan like atau love (Nisrina,2015).

Berikut adalah merupakan fitur fitur apa saja yang tersedia di dalam aplikasi *Instagram* (atmoko,2012).

a. Homepage

Homepage atau yang biasa disebut timeline atau dalam bahasa indonesia diartikan sebagai beranda merupakan fitur yang menampilkan foto dan video yang di unggah oleh pengguna lain.

b. Comments

Instagram juga menyediakan fitur comments atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan kolom komentar seperti media sosial lainnya. Fitur ini ada di setiap foto maupun video yang diunggah ke media sosial.

c. Explore

Fitur ini berisi foto maupun video yang paling populer atau paling banyak dilihat oleh pengguna lain di dalam aplikasi *Instagram*.

d. Profil

Fitur ini dapat menampilkan informasi pengguna maupun pengguna lainnya.

e. Feed

Feed merupakan sebutan untuk unggahan utama pengguna *Instagram*. Feed dapat berisi unggahan dalam bentuk gambar dan video.

f. Instastory

Instastory merupakan fitur yang baru beberapa tahun dimunculkan dan dikembangkan oleh *Instagram*. Instastory menampilkan unggahan yang mempunyai batasan waktu yaitu akan hilang sendiri setelah 24 jam.

g. Caption

Caption merupakan sebutan untuk keterangan tertulis dari setiap unggahan. Hashtag merupakan fitur yang menggunakan tanda # yang berkembang dalam media sosial termasuk *Instagram* yang berisi kumpulan unggahan dari berbagai pengguna/akun.

Dari fitur-fitur di atas yang dipilih oleh peneliti untuk membandingkan media sosial *Instagram* tokoh politik adalah yang pertama Feed, Feed ini yang berupa Foto- foto yang di unggah oleh tokoh politik di media sosial pribadinya. Selain feed, fitur yang di pilih juga adalah caption yang dimana setiap unggahan akan di gunakan untuk menjelaskan foto yang di unggah oleh tokoh politik tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih media sosial *Instagram* untuk di jadikan tolak ukur yang efektif. Media sosial yang di pilih adalah media sosial *Instagram* milik pribadi gubernur DKI Jakarta dalam menganalisis gaya kepemimpinannya. Dalam paparan di atas *Instagram* adalah *platform* media sosial terpopuler. *Instagram* merupakan aplikasi sharing yang meningkat popularitasnya sejak awal kemunculannya. *Instagram* di anggap sebagai media sosial yang menarik karena *Instagram* berfokus pada foto dan video yang berdurasi pendek.

1.6 Operasional Konsep

Media sosial, sebagai bagian dari media digital, dan telah menjadi sumber informasi maupun berita politik yang penting dalam beberapa tahun terakhir, (Weeks & Holbert, 2013). Pemanfaatan media sosial dalam *Personal Branding* yang dilakukan oleh Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo dalam komunikasi politik dapat menunjukkan bahwa hal tersebut bisa menjangkau audiens atau masyarakat lebih luas khususnya bagi para pengguna Media Sosial *Instagram*. Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo menggunakan media sosial *Instagram* untuk komunikasi politik yang merupakan bagian dari proses komunikasi dan mengacu pada sistem pertukaran informasi, ideologi, nilai, norma dan budaya dalam masyarakat terbuka. Sehingga Subjek dalam penelitian ini ialah konten-konten

yang terdapat pada akun *Instagram* pribadi Anies Baswedan @aniesbaswedan dan @ganjar_pranowo dalam membranding diri untuk komunikasi politik.

Aspek yang diteliti yaitu:

1. Pembentukan *Personal Branding* yang dilakukan Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo guna membangun komunikasi politik dianalisa menggunakan rumusan Peter Montoya dengan beberapa konsep pondasi pembentukan *Personal Branding* yang kuat. Adapun delapan unsur *Personal Branding* tersebut diantaranya adalah:

a. Hukum Spesialisasi (*The Law of Specialization*)

Pada spesialisasi ini dapat dilaksanakan beberapa pendekatan seperti gaya hidup, kebiasaan, kemampuan, misi, produk dan profesi.

b. Hukum Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Personal Branding berhubungan dengan sebuah kekuasaan dan kejujuran yang membuat seseorang dapat mempromosikan dan sebagai pemimpin yang mampu dan pantas

c. Hukum Kepribadian (*The Law of Personality*)

Menjadi seseorang yang apa adanya juga menjadi pondasi kuat dalam membangun personal branding, menampilkan diri dengan sederhana dan apa adanya. Mempunyai kepribadian yang baik, namun tidak harus

menjadi sosok yang sempurna. Menjadi apa adanya akan selalu menjadi cara terbaik untuk memperkuat personal branding.

d. Hukum Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

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

e. Hukum Terlihat (*The Law of Visibility*)

Personal Brand haruslah secara konsisten dilakukan dengan cara seseorang mempromosikan dirinya, agar kesan yang ingin diciptakan dapat diingat dan dikenal oleh audiens.

f. Hukum Persatuan (*The Law of Unity*)

Unsur yang penting dalam personal branding karena setiap sisi kehidupan mulai dari kehidupan pribadi, etika dan moral harusnya sejalan sesuai dengan personal branding yang selama ini di jalankan.

g. Hukum Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Proses dalam membangun personal branding tidak mungkin membutuhkan waktu yang sebentar, seorang individu harus mampu mengamati setiap proses tahapan

yang dilalui selama membangun personal branding yang lebih baik.

h. Hukum Nama Baik (*The Law of Goodwill*)

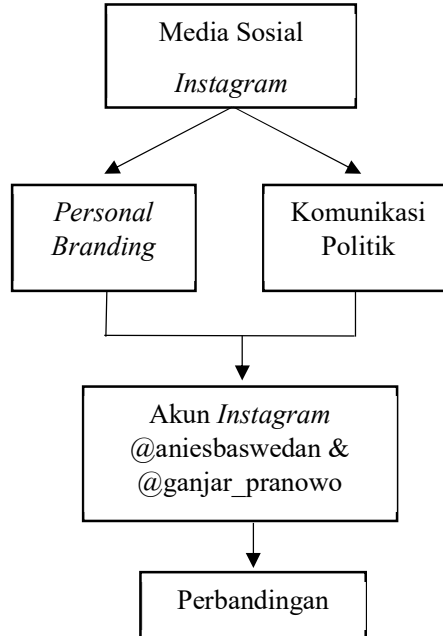
Validasi di publik kepada individu mengenai personal brandingnya akan memberikan kekuatan dan nilai personal branding yang lebih baik, serta akan memperbaharui lebih lama jika nilai diri atau ide yang diberikan diakui oleh masyarakat.

2. Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo melakukan beberapa strategi pembentukan *Personal Branding* melalui media sosial *Instagram* yang dapat membuat mereka menjadi lebih dekat dengan masyarakat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap pribadi masing-masing. Usaha Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo dalam membangun *Personal Branding* melalui media sosial membawa hasil yang memengaruhi citra mereka di mata masyarakat dengan beberapa bukti salah satunya yakni terpilih menjadi seorang Gubernur.
3. Terdapat beberapa faktor pembeda dari *Personal Branding* Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo dalam komunikasi politik dengan media sosial *Instagram*. Anies Baswedan lebih dulu menggunakan *Instagram* yaitu pada September 2013, sedangkan Ganjar Pranowo pada Oktober 2015. Kedua gubernur ini menunjukkan personal yang dekat dengan masyarakat, peduli, terbuka, percaya diri, sadar lingkungan dan

responsif. Namun, keduanya memberikan nilai yang berbeda pada komunikasi politik. Ganjar Pranowo mengutamakan unggahan tentang kinerja terkait dengan memajukan kemaslahatan umum. Di sisi lain, Anies Baswedan didominasi oleh unggahan yang menunjukkan kinerjanya dalam meningkatkan pembangunan infrastruktur. Ada persamaan dan perbedaan yang juga dapat ditemukan pada komponen *positioning*. Dalam unggahan *Instagram*, kedua gubernur berpihak pada masyarakat umum.

1.7 Kerangka Berpikir

Gambar 1.2. Model Kerangka Berpikir



Sumber: diolah oleh peneliti

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan mengenai perbandingan *Personal Branding* Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo dalam komunikasi politik di media sosial *Instagram* adalah Menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk melakukan kajian lebih mendalam pada perbandingan *Personal Branding* Anies baswedan dan Ganjar Pranowo dalam komunikasi politik di media sosial *Instagram*. Menurut Creswell, Penelitian kualitatif adalah penelitian kualitatif adalah cara memeriksa dan memahami fenomena kunci dengan mewawancarai peserta studi dan mengajukan pertanyaan umum dan luas. Dalam penelitian kualitatif, banyak melibatkan peneliti untuk menyelami settingan dari penelitian dikarenakan para peneliti kualitatif perlu untuk menjelaskan sejumlah prosedur penelitian untuk menunjukkan hasil penelitian benar-benar konsisten dan reliabel.

Metode kualitatif akan meneliti secara mendalam dan menghasilkan data-data yang bersifat deskriptif dan dapat dapat memberi pemahaman mengenai hal-hal yang berkaitan dengan subjek penelitian. Pendekatan deskriptif kualitatif sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yakni untuk melihat fenomena pemanfaatan media sosial oleh aktor politik untuk membangun *Personal Branding* agar mempermudah dalam melakukan komunikasi politik.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

1.8.2.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau kelompok yang diamati sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti terhadap penelitian ini. Subjek penelitian dibutuhkan untuk melengkapi data dan informasi yang dapat dijadikan acuan penelitian. subjek penelitiannya dalam hal ni adalah followers atau pengikut dari akun *Instagram* @aniesbaswedan dan @ganjar_pranowo.

1.8.2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu hal yang merupakan inti dari problematika penelitian (Arikunto, 2001). Objek dalam penelitian ini adalah *Personal Branding* dari Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo dalam komunikasi politik di media sosial *Instagram*.

1.9 Sumber Data

Data yang akan digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi 2 kelompok yaitu:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti di lapangan. data primer didapatkan dari analisis media sosial kedua tokoh politik tersebut dan juga hasil wawancara dengan narasumber atau dengan observasi. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan berupa analisis akun *Instagram* kedua tokoh tersebut dan juga hasil wawancara yang diperoleh dari subjek penelitian yang aktif di media sosial *Instagram*.
2. Data Sekunder merupakan data pendukung dan penguat bagi data primer. Data sekunder diperoleh melalui hasil memahami dan mempelajari studi

pustaka, bacaan, dokumen dan laporan yang diperoleh dari penelitian terdahulu. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber pada buku-buku dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan aktivisme media sosial, kepemimpinan, dan juga komunikasi antar pemerintah dan masyarakat.

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Metode Observasi

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. Analisis Media Sosial

Analisis media merupakan tahapan pertama dalam sebuah evaluasi atau analisis untuk mengukur sebuah akun pribadi di media sosial atau *Personal Branding* tokoh politik. Analisis media sosial terdiri dari tiga aspek analisis utama yaitu reach, engagement, dan virality. Reach mengukur jangkauan pesan media sosial terhadap audiens, contohnya adalah jumlah fans atau followers,

total views/unique views dan informasi mengenai demografi atau perilaku dari audiens yang diterpa pesan media sosial. Kemudian aspek kedua adalah engagement. aspek ini berusaha untuk mengukur seberapa besar aktivitas pengguna yang memproduksi konten dan juga mengukur seberapa banyak konten tersebut mendapatkan feedback dari pengguna media sosial. Dalam penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan informasi tentang analisis dan inteprtasi data. Analisis media sosial dalam penelitian ini berupa data dalam bentuk foto, video, caption yang tertera di akun *Instagram* yang dimana berhubungan dengan *Personal Branding*.

Tabel 1.2 Koding

Nama Tokoh	Anies Baswedan	Ganjar Pranowo
Platfom Media Sosial	Instagram	Instagram
Waktu Posting	Sore, Malam	Pagi, Siang, Malam
Frekuensi Posting	Sekitar 3 kali posting dalam sehari	Sekitar 5 kali posting dalam sehari
Volume posting	Ribuan kali posting	Ribuan kali posting
Jumlah Postingan dalam 1 bulan	Sekitar 61 postingan dalam 1 bualan	Sekitar 113 postingan dalam 1 bulan
Postingan	Foto, Video, Caption	Foto, Video, Caption

1.9.2 Metode Pengolahan Data

Setelah pegumpulan data berhasil maka penulis melakukan analisis dengan analisa deskriptif, yang berarti penulis akan mencoba menggambarkan data

yang diperoleh mengenai *Personal Branding* Anies Baswedan dan Ganjar pranowo dalam komunikasi politik dimedia sosial *Instagram*. Dalam menganalisis data, penulis akan memulai dengan reduksi data, penyajian data, kemudian kesimpulan atau verifikasi. Adapun penjelasan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi adalah proses pemilihan, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi materi tidak terstruktur yang seringkali bersumber dari catatan lapangan. Proses ini berlanjut selama penyelidikan, bahkan sebelum dimulainya pengumpulan data, seperti yang ditunjukkan oleh kerangka konseptual untuk penelitian, masalah studi, dan strategi peneliti untuk mengumpulkan data.

2. Penyajian Data

Dalam penyajian data, informasi dari berbagai sumber dikumpulkan, dan ada kemungkinan bahwa kesimpulan dan tindakan akan direkomendasikan. Data kualitatif bisa disajikan dalam berbagai macam cara, termasuk dalam teks naratif, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Format ini menggabungkan data secara logis dan mudah untuk diakses, sehingga kesimpulannya dapat mudah dipahami apa yang sedang terjadi dan seperti apakah baik benar atau tidaknya.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

Sementara para peneliti berada di lapangan, peneliti terus-menerus berusaha untuk menarik kesimpulan. Dari awal pengumpulan data, peneliti kualitatif berusaha memahami sesuatu dengan memberikan catatan terkait keteraturan pola (dalam catatan teoritis), penjelasan, konfigurasi yang mungkin, jalur sebab akibat, dan proposisi. Banyak kesimpulan ini diperlakukan secara leluasa, menyisakan ruang untuk keraguan dan skeptisisme, tetapi kesimpulan-

kesimpulan itu telah ditarik. Itu tidak segera jelas, tetapi menjadi lebih rinci dan berakar kuat seiring berjalannya waktu.

1.9.3 Metode Perbandingan

Perbandingan adalah sebuah metode pengkajian atau penyelidikan dengan mengadakan perbandingan di antara dua objek kajian datau lebih untuk menambah dan memperdalam pengetahuan tentang objek yang dikaji. Tentu di dalam perbandingan ini terdapat objek yang hendak diperbandingkan yang sudah diketahui sebelumnya, akan tetapi pengetahuan ini belum jelas (Sjachran Basah, 2004). Di dalam kamus Bahasa Indonesia sebutkan bahwa perbandingan berasal dari kata banding yang berarti persamaan, dan membandingkan mempunyai arti mengandung dua hal untuk diketahui perbandingannya dan perbandingan diartikan sebagai selesih persamaan.

Menurut Hudson (2007) Metode perbandinagan dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Dengan menggunakan metode komparatif peneliti dapat mencari jawaban mendasar tentang sebab akibat dengan menganalisis faktor-faktor penyebab atau terjadinya suatu fenomena tertentu.

Menurut Surakhman (1986) mengatakan bahwa:

“Komparasi adalah penyelidikan deskriptif yang berusaha mencari pemecahan melalui analisis tentang hubungan sebab-akibat yakni memilih faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan situasi atau fenomena yang diselidiki dan membandingkan dari faktor satu ke faktor yang lain.”

BAB II

GAMBARAN UMUM ANIES BASWEDAN DAN GANJAR PRANOWO DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

2.1 Profil Anies Baswedan

Anies Baswedan lahir di Kuningan Jawa Barat pada tanggal 7 Mei 1969. Dikenal sebagai tokoh yang meningkatkan pendidikan di Indonesia. ini menjadi salah satu orang menginisiasi gerakan Indonesia mengajar. Anies lahir dari keluarga intelektual dimana sang ayah Rasyid Basedan merupakan aktivis pergerakan dan juga sebagai akademisi, ayah Anies merupakan dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Sedangkan ibunya Aliyah merupakan profesor di bidang sosial ekonomi Universitas Islam Indonesia. Pernah menjadi seorang rektor termuda pada usia 38 tahun di universitas Paramadina. Sudah sejak kecil aktif dalam keorganisasian seperti saat SMP pernah menjabat sebagai pengurus bidang humas di Siswa Intra Sekolah di sekolahnya. Perhatiannya terhadap dunia pendidikan membuatnya sering menjadi pembicara dalam diskusi tentang pendidikan.

Masa kuliah Anies Baswedan juga pernah di habiskan di Yogyakarta, tepatnya di UGM (1989-1995). nies diterima masuk di Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Pada kongres tahun 1992 Anie terpilih menjadi ketua senat universitas. Setelah terpilih ia langsung memberi dampak, Anies membentuk Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM). BEM sebagai lembaga eksekutif memosisikan senat sebagai lembaga legislatif yang kemudian disahkan oleh kongres pada tahun 1993. Dari tahun 1997 hingga 2005 Anies mendapatkan beasiswa untuk melanjutkan kuliahnya di Amerika serikat. Beliau mengambil

jurusan dibidang keamanan internasional dan kebijakan ekonomi di School of Public Affairs, University of Maryland, College Park. Anies lulus pada tahun 1998. Kemudian ia kembali mendapat beasiswa untuk melanjutkan kuliahnya dalam bidang ilmu politik di Northern Illinois University pada tahun 1999.

Pada saat dilantik menjadi rektor di Universitas Paramadina, Anies menjadi rektor termuda dengan usia 38 tahun. Menggantikan seorang cedikiawan muslim yang juga menjadi salah satu pendiri Universitas tersebut, merupakan momen penting dalam perjalanan karir Anies baswedan terutam dalam dunia pendidikan, karena ini merupakan fokus perhatian Anies yang terbesar dari awal. Menggantikan Nurcholish Madjid, atau biasa dikenal dengan sebutan Cak Nur pada tanggal 15 Mei 2007. Cak Nur yang juga merupakan tokoh penting dalam dunia islam, Anies mengatakan ada tiga hal yang menjadi pedoman dalam memilih karier, pertama secara intelektual dapat tumbuh, kedua apakah siap menjalankan tanggung jawab tanpa meninggalkan keluarga, ketiga apakah bermanfaat bagi masyarakat atau pengaruh sosial.

Sempat mendapat beasiswa untuk melanjutkan kuliah di Amerika, justru saat di Amerikalah Anies sadar anak-anak Indonesia belum mendapatkan pendidikan yang bisa bersaing. Anak-anak Indonesia membutuhkan pendidikan yang bisa meningkatkan kompetensi mereka demi bisa bersaing dengan anak-anak lain di dunia. Pemahaman yang tinggi saja tidak cukup untuk anak-anak Indonesia mereka juga harus mempunyai jiwa empatik yang sama tingginya karena ilmu saja tidak berguna jika tidak peka dengan isu sosial di sekitar kita. Cikal-bakal munculnya gerakan Indonesia mengajar sebenarnya sudah ada sejak tahun 1950 an, Pak Koes

menginisiasi sebuah program yang mengirim mahasiswa untuk menjadi guru di daerah yang kekurangan guru karena pada masa itu Indonesia sedang kekurangan guru terutama daerah-daerah di luar Jawa. Bahkan dalam beberapa kesempatan mahasiswa yang dikirim ini bisa mendirikan sekolah SMA baru atau sekolah pertama di sebuah kota. Disinilah perhatian Anies yang besar akan pendidikan bisa tersalurkan.

Anies sudah banyak sekali melakukan kegiatan yang memang berhubungan dengan sosial atau publik. Dari sebagai yang dulunya seorang rektor hingga kemudian 46 menjadi juru bicara tim pemenangan calon presiden Jokowi pada waktu itu. Kemudian, ia menjadi menteri Pendidikan untuk beberapa saat walau kemudian ia digantikan. Menjadi menteri Pendidikan memang sangat cocok dengan latar belakangnya yang memang seorang yang punya perhatian khusus terhadap Pendidikan di Indonesia. Lalu belakangan ia memutuskan untuk maju sebagai calon gubernur di dampingi oleh Sandiaga Uno sebagai wakilnya. Keputusannya untuk maju tidak sia-sia karena pasangan nomor urut tiga ini menang Pilkada DKI Jakarta periode 2017-2022.

2.1.1 Instagram Anies Baswedan (@aniesbaswedan)

Anies Baswedan memiliki akun *Instagram* @aniesbaswedan untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial. Pada masa sekarang tokoh politik banyak memanfaatkan media sosial untuk berbagi informasi kepada masyarakat salah satunya adalah Anies Baswedan. Akun @aniesbaswedan ini merupakan akun media sosial pribadi dari Gubernur DKI Jakarta yaitu Anies Baswedan. Akun *Instagram* ini memiliki pengikut yang cukup banyak sekitar

5.800.000 followers dan memiliki kuranglebih sekitar 4.110 postingan. Dalam keterangan pada bio akun *Instagram* @aniesbaswedan ia menuliskan bahwa unggahan pribadi ditandai dengan #ABW serta menuliskan kata “Governor of @dkijakarta”, sehingga dari keterangan pada bio tersebut dapat dikaitkan bahwa akun *Instagram* tersebut digunakan untuk mempublikasikan sebagai kegiatan pribadi dari Anies Baswedan serta digunakan sebagai media dalam mempublikasikan berbagai kegiatan, informasi dan kebijakan-kebijakan Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta.

Dengan ini tenti media sosial *Instagram* pribadi dari Anies Baswedan menjadi poin utama dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Startegi yang di gunakan oleh Anies baswedan dengan menggunakan *Instagram* dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Anies Baswedan sangat rajin mengunggah foto-foto terkait kinerja atau kegiatan yang sedang ia lakukan dan banyak masyarakat mengcommen uangahannya tersebut yang rata-rata mendapat commen yang positif. Anies Baswedan memanfaatkan media sosial ini untuk membangun *Personal Branding* yang dimana Anies baswedan ini menjadi salah satu calon presiden di masa yang akan datang yang membuat dia harus membangun *Personal Branding* yang baik untuk meningkatkan citra baik terhadap masyarakat melalui media sosial *Instagram*.

Gambar 2.1 Akun *Instagram* Anies Baswedan



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

2.2 Profil Ganjar Pranowo

H. Ganjar Pranowo, S.H., M.I.P., yang lebih dikenal sebagai Ganjar Pranowo adalah Gubernur Jawa Tengah yang dikenal gaya kepemimpinannya cerdas dan tegas. Ia lahir pada 28 Oktober 1968, di Karanganyar, Jawa Tengah. Ganjar merupakan lulusan dari Universitas Gajah Mada, Fakultas Hukum dan Universitas Indonesia, Pascasarjana Ilmu Politik. Karir politiknya dimulai sejak duduk di bangku kuliah sampai sekarang. Rekam jejaknya cukup baik sehingga ia banyak disukai oleh masyarakat. Kiprah seorang Ganjar di bidang politik dapat dikatakan sangat matang.

Saat kuliah di Fakultas Hukum UGM, ia bergabung dengan Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) yang secara ideologi politik dekat dengan PDI. Ganjar juga menjadi saksi perubahan PDI menjadi PDI Perjuangan. Pada 1996, Ganjar ikut mendukung Megawati yang waktu itu berhadapan dengan Soejardi. Ganjar termasuk kader lama di PDIP. Selain Ganjar, PDIP memang masih memiliki nama seperti Ketua DPP Puan Maharani, yang merupakan anak dari Megawati Soekarnoputri. Namun, dari sisi elektabilitas, Puan dinilai masih

tertinggal dari Ganjar. Ganjar menjadi Anggota DPR pada periode 2004-2009. Waktu itu, ia menggantikan Jakob Tobing yang ditunjuk Megawati untuk menjadi Duta Besar Indonesia di Korea Selatan. Kemudian, Ganjar kembali terpilih menjadi Anggota DPR periode 2009-2014. Namun, di tengah jalan Ganjar ikut dalam pemilihan Gubernur Jawa Tengah. Pada periode 2010 hingga 2013, Ganjar tercatat pernah menjadi Wakil Sekretaris Fraksi PDIP DPR RI. Saat itu juga, Puan menjabat sebagai Ketua Fraksi. Adapun SekretarisFraksi, dijabat oleh Bambang Wuryanto alias Bambang Pacul. Ganjar sebenarnya pada periode 2004-2009 tidak lolos sebagai anggota DPR. Namun ketika itu Jakob Tobing yang merupakan rekan satu partai di PDIP ditugaskan sebagai duta besar untuk Korea Selatan oleh Presiden Megawati. Ganjar pun ke Senayan sebagai pengganti antar waktu (PAW) di komisi IV.

Karir politiknya berlanjut sebagai wakil ketua komisi II DPR RI periode 2009-2014. Namun beum selesai masa jabatan, ternyata ia diusung menjadi calon Gubernur Jawa Tengah berpasangan dengan Heru Sudjatmoko. Ia pun terpilih menjadi pemimpin Jawa Tengah dengan perolehan suara 48,82 persen.

Pada pilkada serentak 2018, Ganjar kembali mencalonkan diri sebagai calon Gubernur Jateng. Kali ini berpasangan dengan putra ulama kharisatik Maemun Zubair yaitu Taj Yasin. Dari hasil perhitungan KPU, Ganjar unggul dengan perolehan suara 58,78 persen.⁷ Setelah menjadi Gubernur Jawa Tengah, sosok Ganjar Pranowo lebih dikenal oleh masyarakat luas. Ia menjadi Gubernur Jawa Tengah 2013-2018. Kepintaran yang telah menjadi bagian dari diri ganjar merupakan poin plus yang membuat dia semakin bersinar. Ganjar Pranowo memuat

tentang sosok yang terkenal dengan keberanian. Keberaniannya untuk menyuarakan aspirasi rakyat dengan keteguhan prinsip yang tidak bisa digoyahkan menjadi ciri khas Ganjar yang membuatnya semakin diperhitungkan di kancah perpolitikan Indonesia.

Sejak terpilihnya menjadi gubernur banyak gerakan yang membuat dirinya menjadi lebih dikenal masyarakat dan tentunya membuat masyarakat memberi acungan jempol. Salah satunya yang membuat viral ketika inspeksi mendadak ke jembatan timbang di subang yang kemudian menjadi pemberitaan yang cukup biming di saat itu, ganjar yang pada saat itu melihat anak buahnya melakukan pungutan liar sehingga membuat ia kemudian menjadi marah kepada anak buahnya tersebut. Selain itu ia juga banyak melakukan gerakan yang membuat masyarakat menjadi senang dengan program tersebut yang di buat oleh Ganjar. Program dan gerakan nya itu biasanya di unggah di akun media sosial pribadinya Ganjar. Dia menggunakan *Instagram* untuk media komunikasi dan membangun *Personal Branding* di media sosial.

2.2.1 *Instagram* Ganjar Pranowo (@ganjar_pranowo)

Instagram @ganjar_pranowo menjadi akun media sosial yang digunakan oleh Ganjar pranowo untuk meningkatkan citra politiknya di hadapan publik. Hal ini cukup efektif karena pengguna media sosial sekarang sudah sangat banyak. Bahkan dengan cara ini, Ganjar Pranowo dapat memperlihatkan citra politiknya ke generasi yang masih muda untuk ke depan mengetahui cikal bakal Ganjar sebagai seorang politisi, khususnya ketika menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah. Selain itu, tentu segala postingan Ganjar di Instagramnya tidak terlepas dari kegiatan

maupun sikap politiknya yang berdasarkan pula pada kepentingan yang dimilikinya.

Salah satu strategi yang dapat digunakan seorang politisi untuk meningkatkan citra politiknya di publik adalah dengan cara memanfaatkan momentum yang sedang berlangsung, seperti momentum hari raya, hari kemerdekaan, kecelakaan, peringatan, dan lain sebagainya. Dalam akunnya tersebut, Ganjar setiap hari rutin untuk mengunggah konten tentang dirinya maupun konten yang diunggah dengan melakukan repost terhadap akun lain. Ganjar Pranowo melalui Instagramnya berusaha untuk mempresentasikan dirinya sebagai seorang gubernur yang ideal dan baik di mata masyarakat dengan memanfaatkan momentum yang ada. Presentasi diri yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo tersebut tidak hanya dilakukan dalam sehari atau dalam waktu tertentu saja, melainkan dia lakukan setiap hari. Hal ini untuk mendapatkan kesan baik yang muncul dari mata publik yang akhirnya dimanfaatkan untuk mendapatkan kepercayaan publik atas kepemimpinan yang ditunjukkan oleh Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah.

Gambar 1.3 Akun *Instagram* Ganjar Pranowo



Sumber : *Instagram @ganjar_pranowo*

BAB III HASIL & PEMBAHASAN

Peneliti hendak menyajikan data dari observasi akun @aniesbaswedan dan @ganjar_pranowo sebagai objek dalam penelitian lewat media sosial Instagram,. Data dir observasi akan dijabarkan sesuai dengan definisi personal branding yang di cetuskan oleh Peter Montoya

3.1 *Personal Branding* Kedua Tokoh Politik di Media Sosial

Media sosial kini hadir mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Media sosial kini sangatlah berkembang pesat dan sekarang dalam memeberikan informasi dan teknologi yang berkembang menjadi mudah dalam berkomunikasi, media sosial ini tentu sekarang menggeser fungsi dari media media konvensional.

Media sosial menjadi salahsatu instrument penting dalam konteks politik khususnya di Indonesia. Beberapa tokoh politik di indonesia memiliki media sosial yang digunakan untuk pembentukan *Personal Branding*. Dan tokoh politik ini cukup fokus dalam mengolah media sosial pribadinya. Contoh dari tokoh politik ini adalah Anies Baswedan dan juga Ganjar Pranowo. Mengingat pesatnya perkembangan media sosial dan trand penggunaan media sosial di masyarakat Anies baswedan dan juga Ganjar pranowo tentu ikut serta memiliki akun media sosial pribadi yang di buatnya untuk menyalurkan komunikasi dirinya dengan masyarakatnya melalui media sosial.

Maka berbicara tentang kedua tokoh politik ini Anies Baswedan dan Ganjar Paranow *Personal Branding* bisa diketahui dengan menggunakan konesp

Personal Branding dari Peter Montoya. Dengan menggunakan 8 konsep *Personal Branding* dari Peter Montoya, akan mengetahui elemen *brand* apa saja yang dibentuk. Bila dianalisis lebih lanjut dengan merujuk ke delapan kunci *Personal Branding* dari Peter Montoya, bisa dikatakan bahwa *Personal Branding* yang dikembangkan oleh Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo melalui akun media sosial Instagram pribadinya akan diuraikan sebagai berikut:



1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*)

Elemen pembentukan *Personal Branding* yang baik adalah bagaimana ketepatan pada spesialisasi, berfokus pada sebuah kekuatan, keahlian atau pencapaian. Fokus pada suatu bidang tertentu dan menguasainya merupakan salah satu hal yang membuat seseorang mempunyai kelebihan tersendiri di mata masyarakat. Dalam hal ini spesialisasi dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu:

- a. Kemampuan (*Ability*)

Ganjar memiliki kemampuan dalam berseni seperti menari dan bernyanyi. Kemampuan ini sangat jarang sekali di perhatikan oleh para tokoh politik. Kemampuan ini di perhatikan oleh Ganjar pada media sosial Instagramnya @ganjar_pranowo. Dengan bisa melakukan ini maka kemampuan ini bisa membangun *Personal Branding* yang baik kepada masyarakat.

Tabel 3.1 Kemampuan

1.Unggahan	 <p>ganjar_pranowo Candi Prambanan</p> <p>ganjar_pranowo Kemeriahan semalam di Pelataran Candi Prambanan. Maturnuwun Mas Kaka. Bimbim, Ivanka, Ridho, Abdee dan seluruh Slankers Mania #slank #slankers</p> <p>Telah disunting · 3 ming Lihat terjemahan</p>
Aktivitas	Postingan ini memperlihatkan Ganjar Pranowo memperlihatkan kemampuannya dalam bernyanyi, dia bernyanyi Bersama grub band yang cukup terkenal yaitu Slank.
<i>Personal Branding</i>	Ganjar Pranowo dengan pedenya menunjukkan bakatnya dalam bernyanyi dengan ini bisa membuat masyarakat melihat Ganjar Pranowo memiliki bakat bernyanyi yang jarang tokoh politik lakuin di publik.
2. Unggahan	 <p>ganjar_pranowo</p> <p>ganjar_pranowo Setinggi apapun derajatnya, kita tetaplah seorang siswa. Yang telah dibuka setiap pandangannya, yang telah digandang setiap lambaian tangannya dan yang telah ditunjukkan arah pada setiap langkahnya.</p> <p>Satu huruf, satu angka yang kita terima tak akan pernah terbayar walau diganti air samudera seisinya. Selamat Hari Guru. Hormati dan takdzimlah pada guru. Dialah pengawal dan penerang jiwa kita.</p>
Aktivitas	Postingan ini memperlihatkan pada saat kegiatan upacara Ganjar Prnowo memperlihatkan kemampuannya dalam bernari, dia mengikuti tarian yang sedang di tampilkan oleh sang penari.
<i>Personal Branding</i>	Ganjar Pranowo dengan pedenya menunjukkan bakatnya dalam bernari dengan ini masyarakat bisa menilai bahwa Ganjar Pranowo cukup tau dalam tarian daerah yang sedang ditampilkan.

Anies Baswedan memiliki beberapa kemampuan yang menonjol, dengan cara mendukung dan mengapresiasi karya masyarakat, Anies Baswedan mampu membaur dengan baik bersama banyak kalangan seperti bapak-bapak, ibu-ibu, anak muda maupun anak kecil. Di sisi lain, Anies Baswedan juga mampu dengan konsisten menonjolkan dan mempromosikan tentang fasilitas-fasilitas DKI Jakarta yang bisa menjadi tempat destinasi para pendatang maupun masyarakat lokal. Dengan dokumentasi yang kuat, Anies baswedan mampu membangun *Personal Branding* yang baik dalam sosialisasinya kepada masyarakat secara langsung maupun melalui postingan Instagram.

Tabel 3.2 Kemampuan

1.Unggahan	
Aktivitas	Mendukung dan mengapresiasi karya dengan cara menyaksikan acara Musikal di salah satu fasilitas yang Anies Baswedan kembangkan yaitu Teater Taman Ismail Marzuki kemudian berfoto dengan para pemeran dan kru.


<p><i>Personal Branding</i></p>	<p>Kemampuan Anies Baswedan dalam membaur dengan segala kalangan dianggap menjadi keunggulan bagi para pengikutnya di Instagram. Menunjukkan bahwa Anies Baswedan adalah sosok pemimpin yang dapat mengapresiasi karya masyarakat sehingga masyarakat dapat lebih mengembangkan diri untuk terus berkarya dan melestarikan kesenian serta kebudayaan.</p>
<p>2. Unggahan</p>	
<p>Aktivitas</p>	<p>Postingan menginformasikan serta mempromosikan salah satu fasilitas publik yang ada di Jakarta. Mencanangkan bangunan Taman Literasi Christina Martha Tiahahu sebagai ruang publik kawasan berorientasi transit untuk para pengguna MRT Blok M-Sisingamaraja dengan tujuan mendukung gerakan literasi di Jakarta.</p>
<p><i>Personal Branding</i></p>	<p>Anies Baswedan dengan konsisten menunjukkan serta mengajak khalayak untuk menikmati fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pemerintah untuk masyarakat. Dengan pengembangan dan promosi-promosi fasilitas yang dilakukan Anies Baswedan, dapat mendorong masyarakat untuk lebih memilih menggunakan transportasi public sebagai moda transportasi sehari-hari masyarakat dan menciptakan ruang publik yang nyaman untuk menunjang aktivitas masyarakat.</p>

b. Kebiasaan (*Behavior*)

Dalam beberapa unggahan akun @aniesbaswedan, terlihat bahwa Anies Baswedan sering bersilaturahmi dengan tokoh-tokoh agama dan pesantren. Menunjukkan bahwa Anies Baswedan adalah pribadi yang

taat dan menghormati para petinggi agama dengan tujuan mempererat hubungan persaudaraan serta menambah ilmu dan wawasan tentang agama. Selain itu, Anies Baswedan juga nampak sering berkuliner di setiap kota yang ia sedang kunjungi, seperti membeli beberapa produk umkm dan jajanan pasar serta kaki lima.

Tabel 3.3 Kebiasaan

<p>1. Unggahan</p>	 <p>The screenshot shows an Instagram post from the account 'aniesbaswedan'. The post features a video thumbnail of Anies Baswedan, wearing a blue patterned batik and a black peci, shaking hands with a religious leader in a white thobe and white cap. The background shows an indoor setting with red curtains and other people. The post text reads: 'aniesbaswedan • Follow Pon Pes Al Kautsar Al Akbar Medan'. The main caption says: 'aniesbaswedan Alhamdulillah, bisa bersilaturahmi ke tokoh Nahdlatul Ulama Buya Syech Ali Akbar Marbun di Komplek Pesantren Al Kautsar Al Akbar di Medan. Buya Marbun adalah tokoh kharismatik NU yang luas pergaulannya. Di pesantrennya tokoh lintas agama sering bertamu dan bahkan membuat acara. Kedatangan tokoh lintas agama ini beliau abadikan dalam nama-nama tanaman kurma yang menghiasi halaman ponpes yang luas tersebut. Setiap tanaman kurma itu ditanam oleh tokoh yang datang dan diberi keterangan nama tokohnya. Kami pun kemarin diajak menanam kurma di halaman pondok serta meninjau pembangunan Masjid Muhammad Alawi Al Maliki. Masjid ini diambil dari nama guru Rina Marbun east'. The post has 43,479 likes and is dated November 7, 2022.</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Berkunjung ke salah satu Tokoh Agama Nahdlatul Ulama di Medan untuk bersilaturahmi dan ikut meninjau pembangunan Masjid Muhammad Alawi Al Maliki. Anies Baswedan juga melakukan penanaman pohon kurma di halaman kompleks pesantren Al Kautsar Al Akbar.</p>
<p><i>Personal Branding</i></p>	<p>Postingan ini menunjukkan bahwa Anies Baswedan selalu disambut antusias oleh para Tokoh Agama karena selalu mempertahankan silaturahmi dengan baik. Kebiasaan ini membuat Anies Baswedan memiliki stereotype di mata masyarakat yaitu pemimpin yang menghormati para tokoh agama dan sosok pemimpin yang tetap membutuhkan bimbingan agama.</p>

2. Unggahan	 <p>The image shows a screenshot of an Instagram post from the account 'aniesbaswedan'. The post features a photograph of Anies Baswedan, wearing a batik, interacting with a vendor in a blue shirt at a market stall. The stall is filled with various food items, including fried chicken. The post's caption, written in Indonesian, describes the location as 'Pasar Gede Solo' and mentions that Anies visits frequently to buy fried chicken. It also shares a family anecdote about the vendor's lineage, starting from his grandfather in 1930. The post has 97,814 likes and is dated December 26, 2022.</p>
Aktivitas	Menyempatkan berkunjung ke salah satu Pasar di kota Solo untuk membeli jajanan yang legendaris di pasar tersebut.
<i>Personal Branding</i>	Kegiatan yang dilakukan Anies Baswedan adalah salah satu bentuk mendukung kuliner nusantara yang dapat menimbulkan minat masyarakat untuk tetap mencintai kuliner tradisional. Hal ini juga membuat Anies Baswedan terlihat sebagai pemimpin yang peduli terhadap umkm maupun pedagang kecil, sehingga dapat meimbulkan empati masyarakat untuk meniru pribadi yang dimiliki oleh Anies Baswedan.

Ganjar Pranowo sering mengunggah kebiasaannya dalam media sosial Instagram pribadinya di @ganjar_pranowo. Beberapa kali ganjar dalam unghannya melakukan silaturahmi ke tempat yang tidak terduga seperti angkringan dan juga sekolah sekolah. Hal ini akan membangun branding dirinya sendiri sebagai tokoh politik yang murah hati dan mudah berbaur dengan siapapun.

Tabel 3.4 Kebiasaan

<p>1.Unggahan</p>	 <p>ganjar_pranowo</p> <p>Gerimis-gerimis paling nikmat memang nyeruput wedang jahe. Hehehe. Kalau menu favoritmu di angkringan apa?</p> <p>1 minggu Lihat terjemahan</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Ganjar Pranowo dalam unggahannya sedang bersilatuhrami dengan walikota madiun dan dia menyempatkan diri mengajak walikota mediuun untuk ikut ke ankringan untuk bersantai.</p>
<p><i>Personal Branding</i></p>	<p>Ganjar pranowo memiliki kebiasaan sering bersantai di tempat tempat yang cukup ramai seperti di angkringan. Kebiasaan ini menimbulkan citra baik kepada masyarakat, walaupun Ganjar adalah seorang pemimpin tetapi Ganjar mau untuk bersantai di angkringan.</p>
<p>2.Unggahan</p>	 <p>ganjar_pranowo</p> <p>Original audio</p> <p>Siswa SMK memang multitalent. Termasuk urusan memilih. Handphone gak ada dalam pilihan pun dia sebut. 😊 Belajar yg rajin ya Riski. Salam buat keluarga dan temen-temenmu.</p> <p>Job and Education Fair 2023 ini merupakan upaya menyasikan antara industri dan dunia pendidikan. Di mana mestinya dua sektor itu saling mendukung dalam rangka meningkatkan kemakmuran.</p> <p>Ke depan, upaya seperti ini akan terus kita tingkatkan sebagaimana yang kita terapkan di SMKN Jateng.</p> <p>Di boarding school itu sebelum siswa lulus pun banyak perusahaan yang mengantre untuk merekrut mereka bekerja. Semoga diberi kelancaran.</p> <p>3 ming Lihat terjemahan</p>
<p>Aktivitas</p>	<p>Ganjar Pranowo menghadiri acara Job and Education Fair 2023 yang diikti anak anak SMK yang banyak mengikuti acara ini.</p>

<i>Personal Branding</i>	Ganjar Pranowo dalam kegiatan Job and Education Fair 2023 ini ganjar bercanda gurau bersama anak SMK dan memberikan Handphone kepada anak SMK tersebut. Kebiasaan Ganjar dalam menghadiri kegiatan tentang edukasi untuk anak-anak, Ganjar sering kali bercanda gurau dan juga sering memberi hadiah seperti handphone atau pun barang-barang yang lain yang bermanfaat untuk masyarakat.
--------------------------	---

c. Gaya Hidup (*Lifestyle*)

Gaya hidup yang kerap di unggah di media sosial instagramnya adalah seperti berolahraga seperti bersepeda dan dekat dengan keluarga terutama pada ibunya. Dengan mengunggah pada saat dia bersepeda dan juga dia mengunggah kebahagiaan bersama ibunya serta memberikan makan hewan peliharaannya.

Tabel 3.5 Gaya Hidup

1. Unggahan	
Aktivitas	Anies Baswedan turun ke jalanan sedang berkegiatan bersepeda serta merayakan hari sepeda dunia dengan bersepeda bersama para duta besar negara G20, kegiatan ini menjadi salah satu bagian dari empat isu utama yang menjadi tema presiden di G20, yakni transisi energi lestari.