



Pengaruh Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Dalam Membangun Personal Branding di Social Media Tiktok dan Instagram

Galih Akbar Ramadhan¹, Ana Fitriana², Nurkinan³

¹Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang

^{2,3}Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 9 Agustus 2022

Revised: 13 Agustus 2022

Accepted: 18 Agustus 2022

Research on the influence of Ridwan Kamil's government communication in building personal branding on social media tiktok and instagram has the aim of studying and analyzing the influence of using social media tiktok and instagram in building personal branding from the figure of Ridwan Kamil as the head of the provincial government or the governor of West Java being studied. through the facts that can build personal branding according to Montoya in which there are four dimensional variables, including leadership, personality, differences and looks. This study used descriptive qualitative method. The results of this study indicate that Ridwan Kamil's leadership variable is able to make social media a place for him to carry out transparency of government administration activities to the public, Ridwan Kamil's personality dimension can be judged to be able to balance positive things about his personality to be known by the public, the difference dimension lies in jokes or jokes. His jokes in answering questions in the comments column and dimensions are seen by Ridwan Kamil sharing information, communication, and happiness with the people he leads

Keywords: *Personal Branding, Ridwan Kamil, Government communication*

(*) Corresponding Author:

How to Cite: Ramadhan, G., Fitriana, A., & Nurkinan, N. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Dalam Membangun Personal Branding di Social Media Tiktok dan Instagram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(15), 255-263. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7049190>.

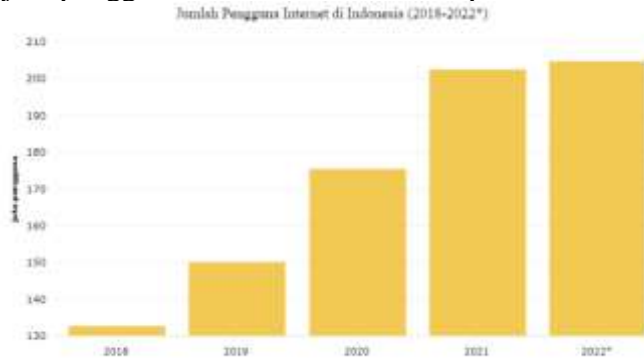
PENDAHULUAN

Di era global saat ini, kepopuleran sosial media sebagai bentuk kemajuan teknologi komunikasi dan informasi menjadi fenomena jejaring sosial yang tidak bisa terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Jenis-jenis media sosial yang sering digunakan juga beragam diantaranya whatsapp, facebook, instagram, twitter, tiktok dan lain-lain. Kesemua media sosial tersebut bahkan tidak hanya dipunyai oleh Gen-z tapi juga oleh kelompok old atau Gen-x. Masing-masing media sosial tersebut memiliki ciri khas tersendiri sebagai keunikannya dalam memberikan ruang berekspresi dari para penggunanya, mulai dari chatting, upload foto dan video dengan fitur-fiturnya yang beragam.

Paradigma media sosial, kini tidak hanya menjadi alat berkomunikasi saja, tetapi sudah menjadi tempat berkeaktifitas semua kalangan, bahkan pengaruhnya telah dirasakan berbagai aspek. Dari media sosial juga muncul jenis pekerjaan baru, seperti konten kreator yang penghasilannya terbilang besar. kemudian ekspresi user yang semakin luas mampu mempengaruhi kebijakan publik, seperti case tindak pidana prioritas yang ditangani akibat dorongan online para pengguna medsos. Bahkan kini seseorang bisa mudah populer dengan atau tanpa sebuah karya.



Indonesia memiliki 277,7 juta penduduk dengan salah satu populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan We Are Social (2022), terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022.



Sumber : Laporan We Are Social dalam Databoks (2022)

Jumlah di atas naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022.

Berdasarkan intensitas masyarakat sebagai pengguna internet, dunia demokrasi pun kini beranjak adaptif mengikuti realitas. Demokrasi digital alih-alih sebutannya merupakan fase baru dalam sejarah peradaban manusia, sekaligus masa depan dunia itu sendiri. Demokrasi ala desa yang konvensional tanpa disadari telah tergantikan oleh teknologi (Gottdiener, Hutchison, & Ryan, 2015). Model komunikasi pemerintahan yang didukung dengan sarana digital bermunculan, mulai dari web partai, kampanye online, blusukan online, hingga mobile voting. Apapun bentuknya, demokrasi digital tersebut bermaksud menyediakan akses informasi dengan beragam rupa, menyediakan ruang publik yang menjadi prasyarat bagi sebuah tatanan demokrasi.

Menyadari hal ini, setiap individu mulai bergeser membangun citranya melalui media sosial. Salah satu medsos yang kekinian dan memiliki daya tarik tinggi adalah instagram dan tiktok. Pada aplikasi Tik Tok, pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi kurang lebih 30 detik dengan memberikan special effects yang unik dan menarik serta memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performa dengan beragam gaya ataupun tarian, sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi content creatore. Kemudian pada aplikasi instagram, tidak hanya video tetapi pengguna juga dapat upload foto dan story instagram yang akan hilang dalam waktu 24 jam.

Dengan jangkauan yang luas itu, kedua aplikasi ini telah menjadi alat untuk bidang politik pemerintahan dalam membangun personal branding penggunanya, seperti halnya yang dilakukan oleh Ridwan Kamil, selaku Gubernur Jawa Barat dalam akunnya @ridwankamil. Keaktifannya dalam menggunakan sosial media secara pribadi, menjadikannya banyak disukai. Konten yang ia

bangun adalah program-program dan semua informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan Jawa Barat. Tidak hanya itu, ia juga menjadikan sosial media nya sebagai sarana aspirasi masyarakat yang cepat dan efektif, lebih lagi guyon nya dalam berkomunikasi terkesan melebur kepada masyarakat meskipun dalam dunia maya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis akan mengungkapkan permasalahan pada penelitian ini adalah terkait bagaimana Pemanfaatan Tiktok dan Instagram dalam membangun Personal Branding (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @ridwankamil). Penelitian ini didukung dengan beberapa teori, yaitu: Komunikasi menurut Suryanto adalah ”sebagai kata benda (noun), communication, berarti (1) pertukaran simbol, pesan, dan informasi; (2) proses pertukaran antar individu melalui simbol yang sama; (3) seni untuk mengekspresikan gagasan; (4) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi”. (Helys & Handayani, 2016).

Selanjutnya beberapa faktor untuk membangun personal branding menurut Montoya adalah sebagai berikut :

1. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*) Masyarakat membutuhkan sosok pemimpin yang dapat memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan memberikan suatu arahan yang jelas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sebuah Personal Brand yang dilengkapi dengan kekuasaan dan kredibilitas sehingga mampu memposisikan seseorang sebagi pemimpin yang terbentuk dari kesempurnaan seseorang.
2. Kepribadian (*The Law of Personality*) Sebuah Personal Brand yang hebat harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya, dan hadir dengan segala ketidaksempurnaannya. Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan yang ada pada konsep Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), seseorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus menjadi sempurna.
3. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*) Sebuah Personal Brand yang efektif perlu ditampilkan dengan cara yang berbeda dengan yang lainnya. Banyak ahli pemasaran membangun suatu merek dengan konsep yang sama dengan kebanyakan merek yang ada di pasar, dengan tujuan untuk menghindari konflik. Namun hal ini justru merupakan suatu kesalahan karena merek-merek mereka akan tetap tidak dikenal diantara sekian banyak merek yang ada di pasar.
4. Terlihat (*The Law of Visibility*) Untuk menjadi sukses, Personal Brand harus dapat dilihat secara konsisten terus-menerus, sampai Personal Brand seseorang dikenal. Maka visibility lebih penting dari kemampuan (ability)-nya. Untuk menjadi visible, seseorang perlu mempromosikan dirinya, memasarkan dirinya, menggunakan setiap kesempatan yang ditemui dan memiliki beberapa keberuntungan.

METODE

Ditinjau dari hasilnya, penelitian ini adalah penelitian kualitatif, karena penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang berbentuk tulisan tentang orang atau kata-kata dan perilakunya yang tampak dan kelihatan. Penggunaan metode ini dipandang sebagai prosedur penelitian yang diharapkan dapat menghasilkan

data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari sejumlah orang dan perilaku yang diamati (Tanzeh, 2004).

Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting (Sugiyono, 2011). Arikunto dalam bukunya yang berjudul “Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek” menjelaskan bahwa jika penelitian yang mengumpulkan data dan penafsiran hasilnya tidak menggunakan angka, maka penelitian tersebut dinamakan penelitian kualitatif. Meskipun demikian, bukan berarti bahwa dalam penelitian kualitatif tidak diperbolehkan menggunakan angka. Dalam hal tersebut bisa menggunakan angka seperti menggambarkan kondisi suatu keluarga (menyebutkan jumlah anggota keluarga, menyebutkan biaya belanja sehari – hari, dan sebagainya) tentu saja bisa, yang tidak diperbolehkan menggunakan angka dalam hal ini adalah jika dalam pengumpulan dan penafsiran datanya menggunakan rumus-rumus statistik (Arikunto, 2002).

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa jika pengumpulan data penelitian ini tidak menggunakan angka maka penelitian tersebut dinamakan penelitian kualitatif. Jadi jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif karena data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah berupa gambaran, gejala dan fenomena yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal mula Ridwan Kamil bersentuhan dengan Media Sosial adalah sejak tahun 2008 dan ada beberapa media sosial yang beliau gunakan hingga hari ini termasuk instagram dan tiktok. Pada kedua aplikasi tersebut, Ridwan Kamil terbilang aktif menggunakan linimasa nya untuk mengunggah foto-foto beliau. Kebanyakan foto-foto yang diunggahnya ke instagram ataupun tiktok adalah foto-foto kegiatan beliau sebagai gubernur yang diabadikan stafnya ataupun foto-foto kebersamaan beliau dengan keluarga baik istri dan anak-anaknya.

Penggunaan media sosial ini bersifat lebih mengenalkan sisi lain kehidupan pribadi dari seorang gubernur yang terkadang memiliki sifat manusiawi untuk lebih dikenal dan mempunyai emosi normal terhadap sesuatu hal yang beliau kerjakan. Banyak juga hasil karya fotografi Ridwan Kamil yang diunggah keinstagram. Selain itu berbagai dokumentasi foto-foto penghargaan individual dan penghargaan untuk Jawa Barat yang Ridwan Kamil raih juga diposting di media sosial ini. Akun instagram milik Ridwan Kamil bernama @ridwankamil, hingga 2 Agustus 2022 telah memiliki follower sebanyak 18,6 juta orang dengan 7.779 unggahan baik foto-foto maupun video-video pendek.

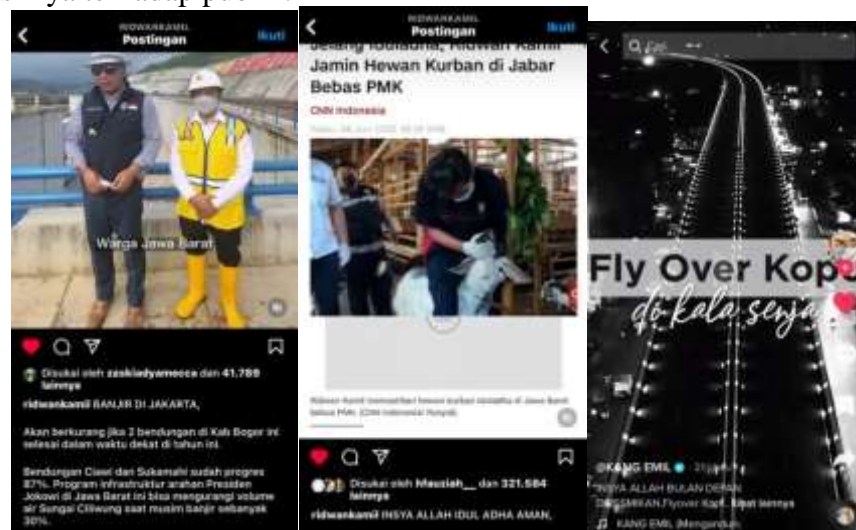


Gambar 1. Jumlah Followers Instagram Ridwan Kamil

Dari 49 juta masyarakat Jawa Barat, 70%nya atau sekitar 35 juta masyarakat Jawa Barat adalah pengguna internet, dan Jawa Barat merupakan provinsi dengan pengguna internet terbanyak di Indonesia. Artinya, 18,6 juta followers ridwan kamil setara dengan 50% pengguna internet Jawa Barat. Hal ini menjadi peluang tersendiri bagi Ridwan Kamil untuk terus menarik perhatian masyarakat dalam membangun citranya melalui media sosial, sebagaimana faktor-faktor dibawah ini :

Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Dalam sosial media Instagram dan Tiktok, Ridwan Kamil terbilang mampu membangun citranya, sebagai pemimpin ia menjadi figur pelopor bagaimana memanfaatkan linimasa dunia maya untuk membuka ruang komunikasi yang nyata tanpa batas dan sekat birokrasi pelik antara Ridwan Kamil dan jajarannya selaku pemerintah. Melalui media sosial itu juga Ridwan Kamil kerap membagikan aktivitas penyelenggaraan pemerintahan sebagai bentuk transparansi nya terhadap publik.



Gambar 2. Aktivitas penyelenggaraan pemerintahan Ridwan Kamil

Melalui unggahan dan pemilihan komunikasi yang ia gunakan dalam kedua media sosial tersebut telah mencerminkan pribadinya sebagai seorang pemimpin. Bahkan dalam perjalanannya memimpin Jawa Barat, nyaris tidak ada kasus yang melibatkan namanya sebagai Gubernur dalam perkara-perkara besar, strategi taktik nya dalam berpolitik memang harus diacungi jempol. Sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap citranya baik secara pribadi maupun kelompok pemerintahan yang selalu terjaga dengan baik.

Kepribadian (*The Law of Personality*)

Dalam bersosial media, Ridwan Kamil juga kerap membagikan potret kepribadiannya, mulai dari unggahan bermain bersama anak dan istri sampai potret hobinya yakni sebagai seorang arsitektur.



Menariknya kedua akun intagram dan tiktok itu ia kelola sendiri, meskipun sebagai Gubernur jadwalnya terbilang padat ia menggunakan waktu-waktu luangnya yang disebut “me time” untuk mengunggah kesehariannya. baginya instagram dan tiktok juga sebagai media hiburan bagi beliau dan sarana melepas stres setelah bekerja. Beliau juga terkadang menyempatkan untuk membalas komentar dari para followernya dengan jokes khasnya agar terkesan tidak terlalu kaku. Hal ini dapat terlihat dari komentar - komentar beliau berikut.

Kedekatan Ridwan Kamil dengan para followersnya membuat ia banyak disenangi, sosoknya yang komunikatif membawa ia banyak duduk dalam program podcast para influencer, sehingga kehidupannya yang tidak banyak diketahui itu berakhir menjadi kisah inspiratif bagi banyak orang. tidak hanya itu, keberhasilan personal branding Ridwan Kamil yang positif juga didukung oleh keluarganya yang lain, seperti istri dan anak-anaknya yang aktif dalam kegiatan sosial dan pendidikan, hal ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi netizen yang menganggap bahwa keluarga Ridwan Kamil adalah support system utama bagi keberhasilannya dalam memimpin.

Pada tahun 2022, keluarga Ridwan Kamil mendapati musibah yang merenggut nyawa anak sulungnya yakni Emmeril Khan Mumtadz (Eril) pada saat Eril berada di Swiss untuk melanjutkan Pendidikan S2 nya, Eril juga merupakan sosok inspiratif Generasi Zillennial yang bergerak pada bidang sosial dan edukasi. Kabar tersebut sontak membuat masyarakat khususnya warga Jawa Barat ikut

merasakan kesedihan keluarga Ridwan Kamil. Puncaknya adalah ketika jenazah Eril dibawa ke Gedung Gubernur Jawa Barat, situasi saat itu sangat mengharukan dan lokasi dipenuhi dengan ungkapan bela sungkawa sekaligus kehadiran dari banyak warga yang ingin memberikan empati secara langsung kepada Ridwan Kamil. Dalam hal ini peneliti menyimpulkan bahwa kedekatannya dengan masyarakat tidak lain adalah buah dari interaksinya dalam sosial media, hal ini dibuktikan juga dengan banyaknya video viral yang memnuhi Fyp tiktok tentang keluarga Ridwan Kamil pada saat musibah itu terjadi.

Atas kejadian tersebut, banyak yang akhirnya lebih mendalami tentang sosok inspiratif Ridwan Kamil dan keluarga. Bahkan elektabilitasnya dalam berpolitik menunjukkan survey di papan tengah menuju Pilpres 2024 (Nicholas, Mantalean, & Guritno, 2022).

Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

Dalam akun media sosial Ridwan Kamil, sebetulnya tidak banyak berbeda dengan akun-akun media sosial para figur pemimpin yang lain, diisi dengan video dan foto kerja-kerja pemerintahan. namun yang paling membedakan adalah, dalam setiap postingannya ia selalu menyematkan komentar netizen yang unik dengan jawaban yang lucu juga. Bahkan tak heran para followersnya selalu mengatakan “gabisa ditebak banget jawabannya”, karena jawaban-jawaban beliau terhadap komentar netizen selalu out of the box.



Gambar 3. Potret komunikasi Ridwan Kamil dalam Sosial Media Instagram

Hal tersebut lah yang menjadi ciri khas Ridwan Kamil dalam media sosial khususnya instagram dan tiktok yang dijadikannya sebagai sarana dalam membangun personal branding, seperti yang kita kenal bahwa ia adalah sosok yang cerdas, ceria dan pekerja keras.

Terlihat (*The Law of Visibility*)

Melalui media sosial Ridwan Kamil berbagi informasi, komunikasi, dan kebahagiaan dengan masyarakat yang dipimpinnya. Ia berhasil memanfaatkan media sosial yang melekat dengan semua lapisan masyarakat tersebut untuk menjamin berjalannya fungsi pemerintahan serta berusaha untuk berkomunikasi langsung dengan mereka sehingga mereka merasa sangat dekat dan mengenal dengan baik sosok pemimpin mereka. Seperti yang dikemukakan Hasan (2010) dalam bukunya *Komunikasi Pemerintahan*, “Esensi komunikasi pemerintahan adalah menjamin berjalannya fungsi pemerintahan melalui keterampilan berkomunikasi, terkait kepeningatan masyarakat untuk mencapai tingkat kesejahteraan hidup sebaik-baiknya dengan tidak merugikan pihak mana pun. Dalam kondisi demikian, komunikasi pemerintahan menjadi sesuatu keniscayaan agar arus informasi, media komunikasi, dan perubahan sosial yang terjadi dapat memberikan nilai manfaat serta berkolerasi signifikan dalam penyelenggaraan pemerintahan.

KESIMPULAN

Pembentukan personal branding harus didasari kenyataan dalam kehidupan dengan berbagai aktivitas positif yang memperkuat pembentukan personal branding, karena pencitraan berdasarkan hasil polesan semata tidak dapat mampu membentuk personal branding yang kuat karena personal branding bukanlah proses yang instant. Berdasarkan hasil pembahasan mengenai konsep pembentuk personal branding seorang Ridwan Kamil dengan memanfaatkan aplikasi Tik Tok dan Instagram sebagai personal branding dirinya melalui akun @Ridwankamil, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa Ridwan Kamil mampu menjadikan sosial media sebagai tempat ia melakukan transparansi kegiatan penyelenggaraan pemerintahan kepada publik, mulai dari pembangunan hingga kegiatan sosial politik.

2. Kepribadian (*The Law of Personality*)

Dalam indikator kepribadian juga Ridwan Kamil dapat dinilai mampu menyeimbangkan hal-hal positif tentang pribadinya untuk diketahui publik, sehingga penilaian terhadap ia dan keluarga adalah nilai yang positif pula.

3. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

Dalam hal ini perbedaan yang menjadi ciri khas Ridwan Kamil di sosial media adalah jokes atau guyon nya dalam menjawab pertanyaan di kolom komentar dengan maksud candaan yang sanvat menarik.

4. Terlihat (*The Law of Visibility*)

Ridwan Kamil berbagi informasi, komunikasi, dan kebahagiaan dengan masyarakat yang dipimpinnya. Ia berhasil memanfaatkan media sosial yang melekat dengan semua lapisan masyarakat tersebut untuk menjamin berjalannya fungsi pemerintahan serta berusaha untuk berkomunikasi langsung dengan mereka sehingga mereka merasa sangat dekat dan mengenal dengan baik sosok pemimpin mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, Februari 15). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Gottdiener, M., Hutchison, R., & Ryan, M. T. (2015). *The new urban sociology*. Boulder, Colorado.
- Nicholas, A. R., Mantalean, V., & Guritno, T. (2022, Mei 18). *Puas Ada di Papan Tengah Survei Elektabilitas Capres 2024, Ridwan Kamil: Saya Tahu Diri*. Retrieved from Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2022/05/18/12100641/puas-ada-di-papan-tengah-survei-elektabilitas-capres-2024-ridwan-kamil-saya>
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. (D. Haroen, Ed.). Jakarta: PT. Gramedia.
- Helys, M. R. &, & Handayani. (2016). Efektifitas Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Surakarta. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 14(2085– 2215), 19–24. Retrieved from <http://ejurnal.net/portal/index.php/Smooting/article/download/1722/1603>
- Mahendra, T. I. (2017). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan*. Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/34490/1/IkhsanTilaMahendraFITK>