

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah salah satu dampak yang muncul akibat semakin berkembangnya era baru pada saat ini. Media sosial merupakan media internet yang memberi kesempatan pada penggunanya untuk dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan manusia lain dan menciptakan ikatan sosial dengan cara virtual (Nasrullah, 2016) Jadi manusia dengan mudah saling terhubung di internet dan membentuk sebuah komunitas sosial di dunia maya dan menciptakan medianya untuk lebih mudah berinteraksi dengan pengguna lain.

Tentu saja perkembangan media sosial berbanding lurus dengan perkembangan teknologi komunikasi. Era *smartphone* menjadi awal berkembangnya media sosial. Hal ini di sebabkan semenjak kedatangannya, mulai banyak media sosial yang berdatangan dengan sistem yang baru sehingga mempermudah proses komunikasi. Setelah resminya pelantikan Wiwiek Hargono menjadi ketua Komite Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (KORMI) periode 2022-2026, yang di pilih melalui musyawarah dari Komite Olaharga Rekreasi Masyarakat Indonesia (KORMI) Kota Bekasi menjadi sorotan baru pada kepemimpinan, pertama kalinya KORMI Kota Bekasi di pimpin oleh seorang perempuan dan selain itu ibu Wiwiek Hargono juga merupakan seorang istri dari PLT Wali Kota Bekasi pak Tri Adhianto.

KORMI merupakan mitra pemerintah dalam rangka memfasilitasi dan mediasi serta memotivasi dunia olahraga pada pencapaian prestasi maksimal dan merupakan satu-satunya badan yang bertanggung jawab terhadap olahraga rekreasi masyarakat (mengelola, membina, mengembangkan, dan mengkoordinasikan setiap dan seluruh pelaksanaan olahraga rekreasi masyarakat setiap anggota di wilayah Kota Bekasi. Oleh karena itu Komite Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (KORMI) mempunyai

tugas dan peran yang besar dalam membantu pemerintah dalam menentukan arah kebijakan terkait pengelolaan, pengembangan dan pembinaan serta pengembangan olahraga rekreasi masyarakat di Kota Bekasi.

Setiap tokoh masyarakat biasanya selalu membentuk popularitas mereka, serta persepsi publik tentang pencapaian penting, membangun kesadaran dan popularitas menjadi bagian penting dari personal branding. Personal branding memiliki peran penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan profesi seseorang dan menjadi trend saat ini di berbagai kalangan masyarakat, Ibu Wiwiek memilih melakukan personal branding melalau media online Instagram

Hadirnya Instagram memberikan perubahan yang cukup signifikan pada pola interaksi masyarakat. Ogburn (Soekanto, 1990) mengatakan bahwa perubahan teknologi menyebabkan perubahan lingkungan, sehingga menimbulkan perubahan atau terjadi modifikasi kebiasaan-kebiasaan kelaziman yang umum dalam masyarakat serta pada lembaga sosial. Dalam kebudayaan, aspek material dan non material merupakan faktor yang selalu terlibat.

Perubahan yang terjadi dalam masyarakat sejak kemunculan Instagram terlihat dari bagaimana penilaian terhadap seseorang yang saat ini tidak hanya melalui pertemuan secara langsung, namun profil Instagram beserta aktifitasnya dapat dijadikan sebagai acuan penilaian orang lain. Lebih jauh dari itu, bahkan terdapat jenis pekerjaan baru yang muncul dari adanya Instagram. Hal tersebut menarik untuk dibahas, bagaimana media sosial Instagram mampu mengemas personal branding penggunanya hingga menghasilkan pola interaksi yang baru seperti saat ini.

Pada akun Instagram @Wiwiek Hargono memperlihatkan keterpeduliannya kepada masyarakat, khususnya warga Kota Bekasi melalui media sosial dan membantu yang di butuhkan masyarakat semisal beliau diundang untuk menghadiri sebuah acara beliau pun akan datang memenuhinya. Beliau juga menghimbau masyarakat Kota Bekasi untuk menggunakan media sosial Instagram secara maksimal sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk memberi informasi, ide, dan beliau juga akan

mewakili komunikasi kritik atau saran dari netizen Bekasi seperti yang dicantumkan pada Bio Akun Instagram tersebut menjadi netizen Bekasi.

Maka dari itu beliau berusaha membangun personal branding agar dapat lebih dikenal dan mendapat kepercayaan di hati masyarakat, dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi virtual adalah sebuah pilihan yang tepat bagi Wiwiek Hargono. Hal ini berkaitan dengan hasil sensus penduduk 2020 yang menyatakan bahwa penduduk Kota Bekasi didominasi oleh generasi milenial sejumlah sejumlah 703.835 jiwa atau 27,67 persen (Bachtiar, 2021). Ungkapan generasi millennial mulai di gunakan pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993 yang dimana generasi ini banyak yang memakai teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instan messaging dan media sosial (Mutia, 2017).

Istilah milenium pertama kali digunakan dalam editorial di surat kabar utama AS pada Agustus 1993. Generasi ini terutama menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, pesan instan dan media sosial (Mutia, 2017). Media sosial sekarang adalah cara terbaik dan termudah untuk membangun identitas pribadi Anda, membangun reputasi yang baik, dan menonjol di industri khusus. Dengan demikian, seperti yang dijelaskan oleh Dalla-Camina (2016) dalam Huffington Post, siapa pun dapat membuat akun untuk mempromosikan kegiatan yang akan membuat mereka mendapatkan lebih banyak pengikut dan membentuk cara agar mereka dapat dilihat secara online tanpa perlu menggunakan banyak usaha (Petruca, 2016) dalam (Rahmah, 2020).

Maka dari itu, setiap orang yang memiliki tujuan tertentu dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk membentuk personal branding dengan menjangkau khalayak luas dengan mudah, luas tanpa perlu mengeluarkan usaha yang lebih, yang terkait dalam salah satu karakteristik media sosial yaitu interaksi (*interactivity*), interaksi dapat dimaksud sebagai konsep yang menghapuskan sekat atau batasan ruang dan waktu.

Interaksi di ruang virtual bisa terjadi kapan pun dan melibatkan user dari berbagai wilayah (Gane&Beer,2008:97) Sederhana interaksi yang terjadi di media

sosial terdiri dari saling berkomentar atau memberikan tanda “like” (Nasrulloh, 2017). Oleh karena itu, pengguna dapat menggunakan media sosial untuk membentuk personal branding mereka dan menjangkau khalayak yang lebih luas tanpa memerlukan lebih banyak usaha.

Kemudahan sosial media dalam mengakomodasi pembentukan personal branding seseorang ini tentu didukung dengan karakteristik media sosial itu sendiri yang bersifat interaktif. Menurut (Nasrulloh, 2017) tiap pengguna media sosial mendapat akses interaksi secara langsung tanpa batasan sedikitpun, melampaui sekat ruang dan waktu. Partisipasi langsung para pengguna media sosial tentu menjadikan arus informasi menjadi lebih massif dan efektif.

Personal branding yang dilakukan oleh Wiwiek Hargono di media sosial Instagram akan membentuk persepsi masyarakat akan dirinya dan memudahkan untuk melakukan komunikasi. Dalam aktivitas personal branding merupakan modifikasi dari *digital marketing* para pelaku maupun tokoh yang bertransisi dari era konvensional menuju era digital. Menurut Scammel, 2007 dalam (Fatayati, 2016) Branding adalah satu bentuk baru dalam marketing politik, Schammel mendefinisikan sebagai representasi psikologikal sebuah produk/organisasi yang lebih mengarah pada simbol dibandingkan kegunaan nilai nyata. Ide dari branding sendiri lebih dari sebuah teori yang bisa di gunakan politisi dengan memberikan mereka identitas publik.

Sementara pada penelitian ini tokoh Ketua KORMI, Wiwiek Hargono yang juga memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi maupun personal branding menerapkan pola dan citra yang agak berbeda. Selain aktif di sosial media, memberikan informasi dan membantu netizen lain lewat akun instagram pribadinya, Wiwiek Hargono yang merupakan salah satu perempuan hebat yang menjadi pemimpin KORMI di Kota Bekasi dan juga merupakan anggota penting dari Kota Bekasi Keren yang juga memiliki akun khusus. Meskipun melalui dua akun yang berbeda keduanya merupakan bagian dari bentuk komunikasi serta personal branding sosok Wiwiek Hargono.

Poin tersebut tentu menjadi pembeda Wiwiek Hargono dengan beberapa tokoh lainnya yang juga melakukan personal branding melalui media sosial Instagram. Akun

pribadi sebagai akun informasi serta interaksi dengan warga dalam konsentrasi kegiatan-kegiatan umum yang ada di Kota Bekasi, Sementara, akun Kota Bekasi Keren bergerak pada penyampaian informasi kegiatan serta membantu mempromosikan UMKM yang berada di wilayah Kota Bekasi melalui hal ini tersebut yang membuat penelitian tertarik untuk menjadikan Wiwiek Hargono sebagai subjek penelitian,

Setiap tokoh masyarakat biasanya selalu membentuk popularitas mereka, serta persepsi orang terhadap pencapaiannya, ini penting. Membangun kesadaran dan popularitas menjadi bagian dari personal branding. Personal branding memiliki peran penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan profesi seseorang dan menjadi trend saat ini di berbagai kalangan masyarakat dari dunia bisnis, dunia kerja, dunia hiburan dan juga dunia politik.

Kepribadian dan Komunikasi merupakan salah satu pembentuk personal brand. Personal branding adalah cara seseorang mempromosikan diri mereka dengan membentuk kepribadian yang baik bagi diri sendiri baik secara disengaja ataupun tidak disengaja. Kepribadian dan personal branding yang hebat terlihat atau terbentuk ketika seseorang mampu menunjukkannya melalui komunikasi yang baik dan efektif dengan orang lain. Dari penjelasan penelitian terdahulu mengenai personal branding di media sosial

Instagram, peneliti melihat adanya sebuah kebaruan penelitian dari segi pola pembangunan citra, status jabatan maupun regional. Sebab, apa yang dilakukan oleh beliau merupakan sebuah terobosan baru, sebagai seorang Ketua KORMI kota Bekasi.

Melalui hal tersebut lalu melahirkan pertanyaan, bagaimana konsep personal branding sebagai tokoh politik di media sosial Instagram, sehingga penggunaan media sosial Instagram dalam berkomunikasi dapat berjalan secara efektif di dalam lapisan masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang pembelajaran, maupun bidang politik. berdasarkan pada latar belakang yang peneliti jelaskan diatas, maka penulis

mengajukan rencana penelitian dengan judul **“*Personal Branding* Wiwiek Hargonodi Instagram @WiwiekHargono Sebagai Ketua KORMI Kota Bekasi”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, penelitian ini akan berfokus pada Personal Branding Wiwiek Hargono di Instagram @Wiwiekhargono sebagai ketua KORMI kota Bekasi

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, sehingga di bentuklah pertanyaan penelitian ,bagaimana *Personal Branding* Wiwiek Hargono di instagram @wiwiekhargono sebagai ketua KORMI kota Bekasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Personal Branding* Wiwiek Hargono di instagram @wiwiekhargono sebagai ketua KORMI kota Bekasi

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk memperkaya kajian dan menambah refrensi di bidang ilmu komunikasi tentang konsep *personal branding* di media sosial

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini di harapkan dapat memberikan data,infomarsi, serta menemukan konsep tentang personal branding & menambah refrensi bagi penelitian yang berkaitan dengan konsep personal branding.