

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Dewasa ini, personal branding menjadi sebuah keharusan yang penting, apalagi bagi seorang pemimpin. Personal branding menjadi salah satu cara dalam upaya meningkatkan nilai jual individu. Personal branding merupakan suatu pembawaan dari diri seseorang, karakteristik seseorang, pembawaan kemampuan, yang dapat menjadi pembeda antara dirinya dengan orang lain atau kompetitornya. Personal branding menjadi sebuah pembawaan seseorang baik dari pembawaan yang dibawa ke lingkungan pekerjaan atau suatu profesi yang dikerjakannya.

Personal branding juga merupakan suatu identitas bagi seseorang, apalagi bagi seorang pemimpin, ini pun sudah menjadi sebuah keharusan. Peralnya, hal inilah yang menjadi gambaran mengenai seseorang pada benak khalayak luas dalam waktu yang sekilas. Bagi seorang pemimpin, personal branding harus didukung dengan citra positif serta eksistensi, dan kredibilitas. Karena tiga hal ini sudah menjadi hal yang hampir selalu di prioritaskan untuk dapat meraih keyakinan masyarakat terhadap pemimpinnya. Personal branding dapat muncul dari berbagai aspek baik nilai, kepribadian, keahlian, maupun keunikan-keunikan lain yang dimiliki. Oleh sebab itu personal branding dapat dianggap sebagai salah satu wujud komitmen seseorang kepada khalayak umum. Dari komitmen tersebutlah harapan-harapan orang lain mengenai

seseorang secara spontan muncul menjadi sesuatu yang harus terwujud dan sesuai dengan realita. Semakin seseorang tersebut dapat menampilkan citra diri sesuai dengan persepsi orang lain, semakin besar pula kepercayaan yang diberikan orang lain terhadapnya, Matoya dan Vandehey (2008) dalam bukunya “ *The Brand Called You* ”.

Seseorang yang belum memiliki personal branding yang kuat akan sulit bertahan ditengah khalayak umum, pasalnya masyarakat luas akan lebih merasa yakin dengan seseorang atau pemimpin yang memiliki citra diri atau personal branding yang kuat. Pemanfaatan dengan menggunakan personal branding yang kuat dalam upaya memberikan kesan positif untuk menarik orang merupakan point penting yang menjadi daya tarik tersendiri, terlebih bagi seorang pemimpin.

Sebuah persepsi atau emosi yang dijaga dalam kondisi baik oleh diri sendiri dan bukan orang lain, sebuah refleksi tentang siapa diri kita dan apa yang kita percayai dan diekspresikan dengan apa yang kita lakukan dan bagaimana kita melakukannya, mempengaruhi bagaimana oranglain memandang anda, orang lain memandang nilai yang anda miliki, menciptakan sejumlah harapan dan asosiasi dalam pikiran target audiens, sebuah gambaran tentang diri sendiri yang diinginkan dalam semua kegiatan yang dilakukan, merupakan beberapa definisi mengenai personal branding yang ditemukan dalam literature (Peters, 1997; Hansen, 2007; Mantoya, 2005a; McNally & Speak, 2003, Aruda, 2007)

Memiliki personal branding atau great personal mendapat banyak keuntungan, beberapanya meningkatkan wewenang dan kepercayaan dalam pengambilan keputusan, berperan sebagai leadership, meningkatkan kewibawaan, menjadi top of mind, mendapatkan pengakuan, dan lebih berpeluang besar dalam pencapaian tujuan.

Personal branding mulai gencar dilakukan bagi para calon Kepala Daerah, tentunya dalam prosesnya meraih kemenangan hingga pada akhirnya menjadi pemimpin di suatu daerah. Dan pada tiap PILKADA, kandidat berlomba-lomba melakukan personal branding dalam berbagai kesempatan formal maupun non formal, baik secara langsung maupun melalui media. Sosialisasi melalui media pun saat ini menjadi langkah yang tepat untuk menarik perhatian masyarakat, pasalnya saat ini hampir tidak ada masyarakat yang tidak menggunakan media sosial, melalui media sosial pula menjadi langkah yang mudah untuk memperkenalkan citra diri seseorang khususnya bagi pemimpin kepada masyarakatnya agar lebih dapat mudah untuk dikenali.

Kemunculan media sosial seperti instagram, twitter, memiliki fungsi tersendiri, yaitu selain dapat membangun sebuah personal branding suatu tokoh, banyak pula tokoh yang menggunakan atau memanfaatkannya sebagai media personal branding, salah satunya adalah Bapak Sugiri Sancoko, dimana ia saat ini merupakan pemimpin baru Kabupaten Ponorogo. Bapak Sugiri Sancoko sering mengunggah kegiatan-kegiatan yang dilakukannya, tentunya kegiatan untuk menjadikan daerah pimpinannya menjadi lebih baik. Hampir pada setiap kesempatan beliau mengupdate kegiatan terbaru yang

dilakukannya melalui akun media sosial instagram miliknya, maupun akun instagram milik kabupaten Ponorogo. Tak sedikit pula warganet dimana tentunya mereka adalah masyarakat ponorogo merespon unggahan tersebut dengan membagikannya ataupun memberikan komentar atau mention. Unggahan yang dilakukannya pun tentunya memiliki maksud dan tujuannya tersendiri, hal tersebut dapat memberikan kesan sebagai suatu cara untuk dapat mencitrakan dirinya kepada masyarakat, ataupun sebagai cara Sugiri Sancoko dalam memberikan maksud baik yakni keterbukaan kepada masyarakatnya.

Kabupaten Ponorogo, salah satu kabupaten di Jawa Timur, yang saat ini di pimpin oleh Sugiri Sancoko dimana Sugiri dikenal sebagai sosok pemimpin yang sederhana dan merakyat, sosok pemimpin yang dikenal peduli terhadap rakyat cilik dan apa adanya, dengan tag line “PONOROGO HEBAT” yang dikenalkannya kepada masyarakat semenjak masa kampanye hingga saat ini Sugiri Sancoko menjabat, tag line yang sering di gaungkan dan menjadi kalimat andalannya. Ponorogo hebat sendiri tentunya memiliki maksud dan maknanya tersendiri, berisi harapan, tujuan, dan semangat. Lalu dengan citra diri yang melekat pada sosok pemimpin Sugiri yang dikenal sebagai pemimpin yang mengerti wong cilik dan dikenal sederhana, apakah Sugiri Sancoko benar-benar mampu mewujudkan Ponorogo menjadi hebat seperti yang sering Bupati Sugiri katakan melalui personal brandingnya, bagaimana Sugiri memperkenalkan ponorogo hebat tersebut, dan bagaimana cara Sugiri Sancoko mewujudkannya.

Perlu adanya strategi dari personal branding yang tepat agar masyarakat yakin dengan kepemimpinan dari Sugiri Sancoko dan dari keyakinan tersebut tentunya membentuk kepercayaan masyarakat kepada Sugiri Sancoko untuk mewujudkan Ponorogo Hebat. Maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana Bupati Sugiri Sancoko ingin menampilkan personal brandingnya kepada masyarakatnya, yang kemudian penulis terapkan kedalam judul penelitian “ANALISIS PERSONAL BRANDING BUPATI SUGIRI SANCOKO MENUJU PONOROGO HEBAT”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dapat disimpulkan rumusan permasalahannya adalah bagaimana bentuk personal branding yang ingin ditampilkan Bupati Sugiri Sancoko kepada masyarakatnya sebagai pemimpin, dan bagaimana mewujudkan Ponorogo Hebat melalui personal brandingnya.

1.3 Tujuan penelitian

1. Mengetahui bentuk personal branding Bupati Sugiri Sancoko.
2. Mengetahui bagaimana Sugiri Sancoko mewujudkan Ponorogo Hebat melalui Personal Brandingnya.

1.4 Manfaat penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk Personal Branding yang ingin ditampilkan Bupati Sugiri Sancoko kepada masyarakatnya sebagai pemimpin.
2. Untuk mengetahui apa itu “Ponorogo Hebat”.
3. Manfaat untuk mengembangkan ilmu mengenai personal branding yang pada dasarnya setiap individu melakukan personal branding untuk dirinya masing-masing. Personal branding merupakan upaya non verbal yang diharapkan mampu memberikan pandangan positif di mata khalayak.
4. Diharapkan menjadi manfaat bagi pada peminat baca mengenai kajian komunikasi khususnya hal personal branding sebagai salah satu strategi komunikasi.

