

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini peneliti akan menganalisis *personal branding* Harnojoyo melalui akun instagram “@harno.joyo”. Pada pembahasan ini akan membahas mengenai tahap pengembangan *personal branding* dan bentuk *personal branding* yang dilakukan Harnojoyo melalui akun instagramnya.

A. Tahap Pengembangan *Personal Branding* Harnojoyo

Personal branding adalah proses terencana dimana orang melakukan upaya untuk memasarkan diri. Pada tahap pengembangan *personal branding* yang dilakukan Harnojoyo ada 3 fase dalam mengembangkan *personal branding* dalam akun instagram @harno.joyo sebagai berikut:

1. *Personal Brand Identity (Identitas Merek Pribadi)*

Fase pertama ini adalah untuk membangun identitas merek, orang harus membedakan diri mereka sendiri untuk menonjolkan dari kerumunan sambil menyesuaikan harapan target tertentu. Identitas merek pribadi didasarkan pada karakteristik internal yang melekat pada seseorang untuk di cap dan elemen eksternal mencakup hubungan dengan orang lain.¹

Berbagai macam merek pribadi Harnojoyo yang ditonjolkannya di dalam akun instagram yaitu safari shubuh, gotong royong dan blusukan ke pasar. Ketiga kegiatan atau program tersebut telah menjadi *brand* bagi dirinya. Sehingga masyarakat dengan mudah mengenali Harnojoyo dari berbagai *brand* yang ditunjukkannya dalam akun instagram @harno.joyo dan juga merupakan

¹ Op.Cit. hal 33-34

bagian dari suatu pencapaian Visi Kota Palembang yaitu “**Palembang Emas Darussalam**”.

Gambar 3.1
Personal Brand Identity (Identitas Merek Pribadi)



Tampak jelas gambar diatas yang memperlihatkan berbagi macam personal *brand* Harnojoyo. Safari subuh yang sering beliau post di dalam akun instagramnya dan beliau melakukan kegiatan tersebut diiringi beberapa staff serta masyarakat di tempat. Pada gambar diatas salah satu komentar pengikut instagram Harnojoyo “@harunurdi33 mengatakan ayo wong Palembang bangun subuh, pak Walikota @harno.joyo telah memberikan teladan bagi kita semua... ini cara pemimpin yang baik”. Suatu konsep *personal brand* inilah yang memebedakan Harnojoyo dengan kandidat yang lainnya serta dampak yang sangat baik yang di dapatkan Harnojoyo dalam melakukan *personal brand* pada akun instagramnya.

Seiring waktu berjalan kegiatan tersebut telah masuk ke benak masyarakat. Tak ketinggalan setiap moment yang beliau buat selalu diberikan

caption (keterangan) yang seakan-akan lebih menekankan apa yang beliau perbuat dan juga dalam kegiatan gotong royong Harnojoyo tak merasa ragu-ragu untuk masuk ke selokan parit tempat beliau bergotong royong. Sama halnya dengan blusukan ke pasar, Harnojoyo pun berbincang-bincang dengan masyarakat sehingga membuat kesan baik dalam akun instagram tersebut.

Oleh karena itu program atau kegiatan tersebut pun bisa dikatakan sebagai *brand* beliau selama menjabat dan mencalonkan diri lagi sebagai Walikota Palembang dan juga bisa disebut sebagai strategi kampanye Harnojoyo melalui akun instagram.

2. Personal Brand Positioning (Posisi Merek Pribadi)

Posisi merek pribadi merupakan bahwa seseorang menggunakan posisi merek untuk menyoroti atribut positif mereka yang bernilai bagi audiens/masyarakat target mereka sementara pada saat yang sama membedakan diri dari individu lain di pasar.² Kita lihat dari analisis sebelumnya bahwa ketiga *brand* diatas menjadi tambahan nilai positif bagi Harnojoyo dan persepsi masyarakat terhadap dirinya yang semakin baik. Safari subuh salah satu kegiatan atau program yang selalu aktif dalam pemberitaan melalui akun instagram Harnojoyo. Masyarakat sangat akrab dengan sebutan safari subuh yang dilakukan Harnojoyo.

Gambar 3.2 *Personal Brand Positioning (Posisi Merek Pribadi)*

² Op.Cit Manel Khedher. hal 33-34



Terlihat pada gambar diatas, bukan hanya sholat berjama'ah yang dilakukan Harnojoyo tetapi beliau telah melakukan kegiatan gotong royong. Gotong royong ini pun dari hari ke hari kerap di tampilkan atau di upload Harnojoyo melalui akun instagramnya sehingga memberikan positioning/posisi merek pribadi Harnojoyo. Maka dari itu Harnojoyo tidak perlu melakukan pencitraan lagi. Karena *brand* safari subuh tersebut sudah menjadi nilai *plus* serta sudah tertanam dengan baik di benak masyarakat. Salah satu komentar “*@shery_maulana: Mantap pak wali Insya Allah periode yang akan datang balak tetap jadi pemimpin kota buat kami.. Amiin.. Palembang Emas*”. Terlihat dari komentar tersebut bahwa kegiatan gotong roong tersebut dianggap baik oleh masyarakat dan masyarakat menyambut dengan sangat ramah dan sopan. Kegiatan yang beliau post tidak bisa semata-mata langsung dikatakan sebagai pencitraan, karena posisi memposting kegiatan tersebut melalui akun pribadi Harnojoyo bukan melalui akun team Harnojoyo.

3. *Personal Brand Assessment (Penilaian Merek Pribadi)*

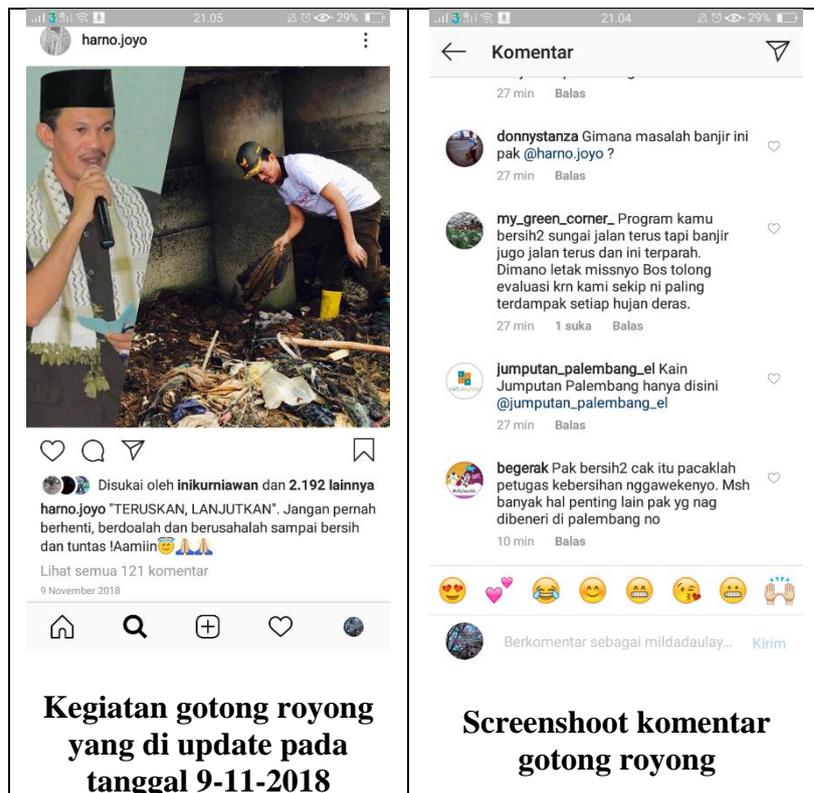
Penilaian merek pribadi adalah tentang mengendalikan citra seseorang dan seperti halnya produk atau perusahaan, merek yang dibuat harus mencapai suatu hasil. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menentukan apakah upaya *branding* telah mencapai tujuan *branding* dan memenuhi tujuan pribadi. berbagai komentar yang dilontarkan masyarakat pada akun instagram Harnojoyo. Tidak sedikit yang memuji kerja nyata yang dilakukan oleh Harnojoyo tersebut.

Pada proses pengembangan *brand* yang dilakukan Harnojoyo telah dipikirkan secara matang-matang. Dengan melihat dampak kedepan yang akan dihasilkan. *Brand* yang terus dilakukan dan sudah banyak diketahui masyarakat maka suatu saat akan dapat suatu pencapaian tersendiri dan mendapatkan penilaian dari masyarakat atau umpan balik. Akan tetapi kegiatan yang dilakukan Harnojoyo ini pun selalu berdampak positif atau tidak semua masyarakat menerimanya dengan baik. Pada *assessment* setiap orang mempunyai hak dalam menyampaikan suatu pendapat.

Gambar 3.3
Personal Brand Assessment (Penilaian Merek Pribadi)

@ilfarsianaga: Motivator kebersihan lingkungan kita.. lanjutkan” Sehingga bisa dikatakan dalam tahap penilaian tersebut mencapai suatu tujuan yang telah diharapkan.

Gambar 3.4



Adapun yang memberikan komentar negatif terhadap kegiatan atau program yang dilakukan Harnojoyo. @begetak mengatakan bahwa : *Pak Pacaklah petugas kebersihan ngawekenyo. Masih banyak hal penting lain yang dibeneri di Palembang ni*". Terlihat pada gambar diatas menunjukkan bahwa tidak semua orang memiliki apresiasi yang positif pada setiap kegiatan yang dilakukan Harnojoyo ada juga *Assessment* (penilaian) terhadap kegiatan yang Harnojoyo lakukan dengan memberikan apresiasi negatif. Dengan kata lain bahwa dalam penilaian merek pribadi Harnojoyo belum seutuhnya diterima dengan baik oleh masyarakat.

Berdasarkan pemaparan diatas, *personal branding* merupakan merek pribadi yang menampilkan dirinya bahwa berbeda dari yang lainnya. Harnojoyo dalam membentuk sebuah *brand* membutuhkan sebuah proses tahap pengembangan *personal branding*. Proses yang diawali Harnojoyo dari pembentukan identitas merek dirinya, dimana dalam sebuah pembentukan identitas merek pribadi berbagai macam beliau tampilkan, dapat dilihat dari analisis sebelumnya. Hingga pada fase kedua yaitu tahap mengembangkan positioning/posisi merek pribadi Harnojoyo melalui instagram sehingga mempunyai merek pribadi yang membedakan Harnojoyo dengan kompetitornya. Fase terakhir yaitu *Assessment* atau penilaian dari masyarakat. *Brand* yang sudah dibentuk melalui akun instagram Harnojoyo kemudian di nilai oleh masyarakat seperti yang telah di paparkan pada analisis sebelumnya.

B. Analisis Isi Personal Branding Harnojoyo di Akun Instagram

Personal branding merupakan merek ‘pribadi anda’ di benak semua orang yang anda kenal serta didasarkan atas nilai-nilai kehidupan anda dan memiliki relevansi tinggi terhadap siapa sesungguhnya diri anda. *Personal branding* akan membuat semua orang memandang anda secara berbeda dan unik. Menurut Peter Montoya *personal branding* adalah sesuatu tentang bagaimana mengambil kendali atas penilaian orang lain terhadap anda sebelum ada pertemuan langsung dengan anda.³

Orang mungkin akan lupa dengan wajah anda tetapi ‘merek pribadi’ anda akan selalu diingat oleh orang lain. *Personal branding* yang dibuat oleh Harnojoyo terdapat berbagai macam seperti, safari shubuh, gortong royong, dan

³ Op.Cit Firmanzah hal 70

blususkan ke pasar. *Personal brand* yang dimiliki Harnojoyo sudah ada sejak beliau menjabat sebagai Walikota Palembang dan sekarang beliau menjadi kandidat pertahanan dalam Pilkada 2018 ini.

Personal branding tersebut membedakan suatu konsep *personal branding* dengan pencitraan didalamnya. Safari shubuh yang sering diupload oleh Harnojoyo dalam akun instagramnya merupakan *personal brand* Harnojoyo, karena safari shubuh tersebut sudah ada sejak beliau menjabat sebagai Walikota Palembang dan sekarang menjadi kandidat pertahanan. Berbeda dengan kandidat yang lainnya, ketika kandidat yang lainnya mengupload suatu kegiatan di akun media sosialnya maka kandidat tersebut dinamakan pencitraan. Oleh karena, kandidat yang lain mengupload kegiatan tersebut pada waktu-waktu tertentu seperti pesta demokrasi/kampanye dan kegiatan tersebut tidak bertahan lama.

Mengenai penjelasan tentang Harnojoyo akan menjabat sebagai kandidat pertahanan dikatakan oleh Hinca Panjaitan dari Partai Demokrat pada tanggal 12 November 2017 menyatakan bahwa, Partai Demokrat resmi mendukung Harnojoyo untuk maju sebagai calon Walikota Palembang pada pilkada serentak 2018. Kabar ini disampaikan pada saat acara yang dibuat oleh Partai Demokrat yaitu gerakan subuh berjamaah dan gotong royong di Masjid Agung yang diikuti ribuan masyarakat.

Oleh sebab itu, peneliti akan menganalisis bentuk *personal branding* Harnojoyo dalam akun instagramnya dimulai pada saat masa-masa kampanye atau sebelum kampanye dengan menggunakan 8 konsep personal branding "*The Eight Law Of Personal Branding*" Peter Montoya.⁴

⁴ Op.Cit Firmanzah. Hal 67-69

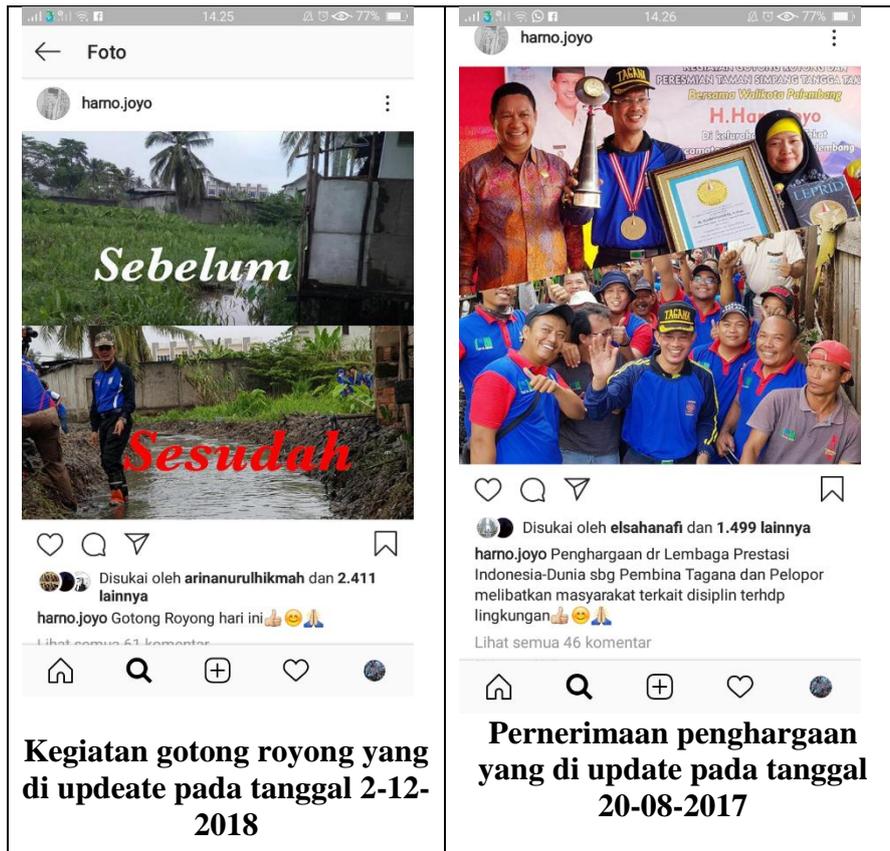
1. Spesialisasi (*The Law Of Specialization*)

Ciri khas dari sebuah *personal branding* yang hebat adalah ketetapan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi pada sebuah kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu. Fokus pada suatu bidang tertentu dan menguasainya merupakan salah satu hal yang membuat seseorang mempunyai kelebihan tersendiri di hadapan masyarakat. Terdapat beberapa bentuk spesialisasi *personal branding* dalam akun instagram Harnojoyo seperti, kegiatan gotong royong, safari shubuh, blusukan ke pasar dan lain-lain.

1.1. Ability

Pada spesialisasi (*ability*) tersebut menjelaskan sebuah visi yang strategi dan prinsip-prinsip awal yang baik. Pengertian *ability* sendiri adalah suatu kemampuan atau potensi seseorang individu untuk menguasai keahlian dalam melakukan atau mengerjakan tugas. Visi yang dibuat bisa membentuk *personal branding* Harnojoyo dan dapat memperlihatkan suatu spesialisasi dari pencapaian Harnojoyo tersebut.

Gambar 3.5
Ability Dalam Spesialisasi Personal Branding



Disini dapat kita lihat kegiatan gotong royong yang dilakukan oleh Walikota Palembang terhadap lingkungan warganya. Kegiatan gotong royong tersebut merupakan bagian dari Visi Kota Palembang yaitu “**Palembang Emas Darussalam**” yang mengandung makna Palembang Pemerintahan yang Amanah, Pemberdayaan Lembaga Masyarakat, Ekonomi Kerakytan, Mandiri, Bersih, Aman, Berkembang Pemerintahan Bersih, Religius, Adil serta mewujudkan Kota Palembang yang Elok, Madani, Aman dan Sejahtera.

Kegiatan tersebut telah mendapatkan penghargaan dari Lembaga Prestasi Indonesia-Dunia sebagai “Pembina Tagana dan Pelopor Melibatkan Masyarakat Terkait Disiplin Terhadap Lingkungan”. Sebuah pencapaian yang diakui dan bermanfaat bagi dunia kesehatan dengan cara membersihkan lingkungan secara disiplin. Seperti kata @linadoank20161 mengatakan “*Salut sama pak wai dapat*”

piala terus di tunggu pak wali piala berikutnya”. Kemudian melatih masyarakat untuk memanfaatkan waktu dengan baik agar Visi Kota Palembang tercapai dengan baik dan juga akan berlanjut sampai ke generasi mendatang.

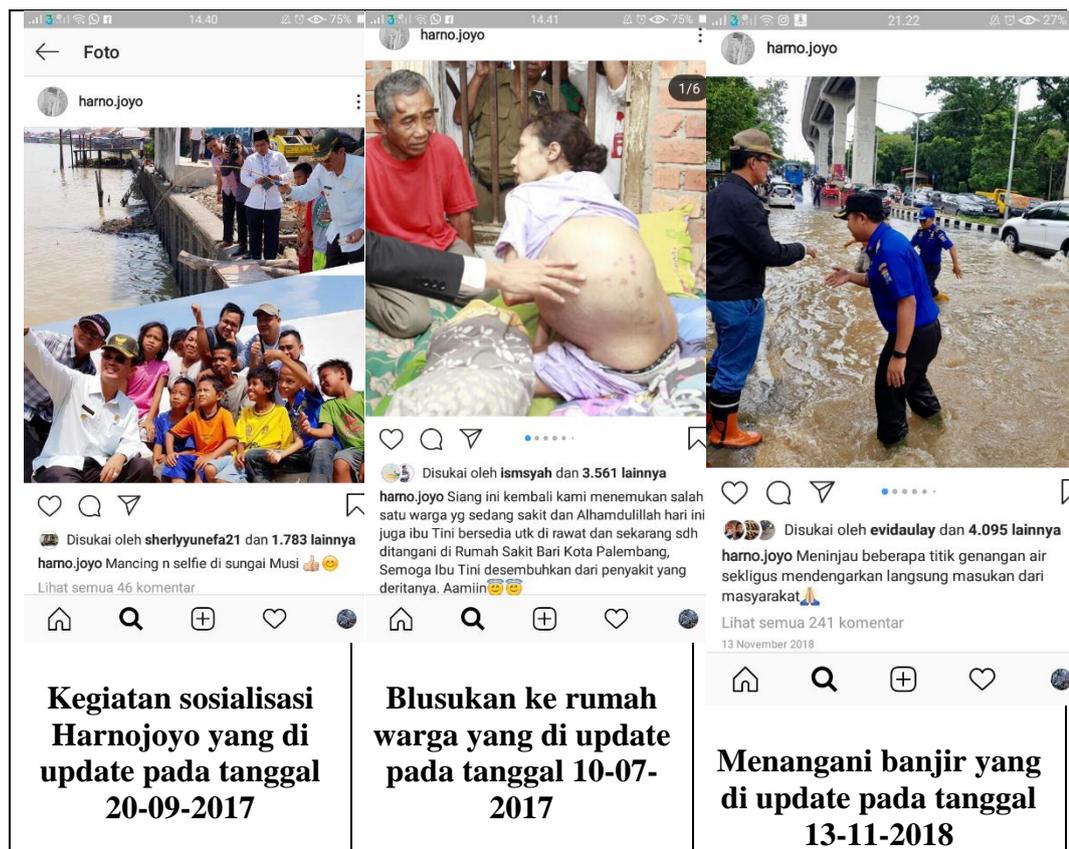
Melalui momen ini yang dimana, sosok Harnojoyo ikut serta dalam gotong royong tersebut peneliti menilai bahwa kegiatan tersebut dapat menancapkan di benak masyarakat jika mendengar nama Harnojoyo maka mereka akan ingat akan gotong royong.

1.2. Behavior

Selain itu, spesialisasi dalam konsep *personal branding* Peter Montoya bisa juga ditampilkan lewat *behavior* yang menurut bahasa Indonesia berarti tingkah laku. Pada *behavior* memperlihatkan keterampilan dalam memimpin, kedermawanan atau kemampuan untuk mendengarkan.⁵ Harnojoyo dalam kehidupan sehari-sehari sangatlah ramah, bertanggung jawab dalam melakukan pekerjaannya serta sangat peduli/akrab terhadap masyarakatnya.

Gambar 3.6 ***Behavior Dalam Spesialisasi Personal Branding***

⁵ Peter Montoya dalam Horoen. *Personal Branding Pejabat Publik Melalui Media Sosial*. Skripsi (Sunan Kalijaga;2016) Hal 25



Pada gambar diatas menunjukkan bahwa Harnojoyo sosok yang dekat kepada masyarakat, bersahaja serta sosok yang cair dan tidak canggung kepada semua orang. Melihat kedekatannya kepada anak-anak menunjukkan sosok yang murah senyum serta mudah bersosialisasi. Dapat di lihat juga pada gambar dia atas menggambarkan sosok Harnojoyo yang dermawan dan bersahaja dalam membantu warganya yang sakit atau kesulitan. Tanggapan dari masyarakat mengenai hal itu @andy_070377 mengatakan “*semoga cepat sembuh. Bravo Bapak Walikota Palembang selalu peduli dengan masyarat*”. Setiap kegiatan yang beliau lakukan akan menciptakan *personal brand* yang baik di benak masyarakat. Melihat *caption* (teks) serta tanggapan masyarakat terhadap akun instagramnya memperlihatkan bahwa beliau benar-benar peduli dalam mencari

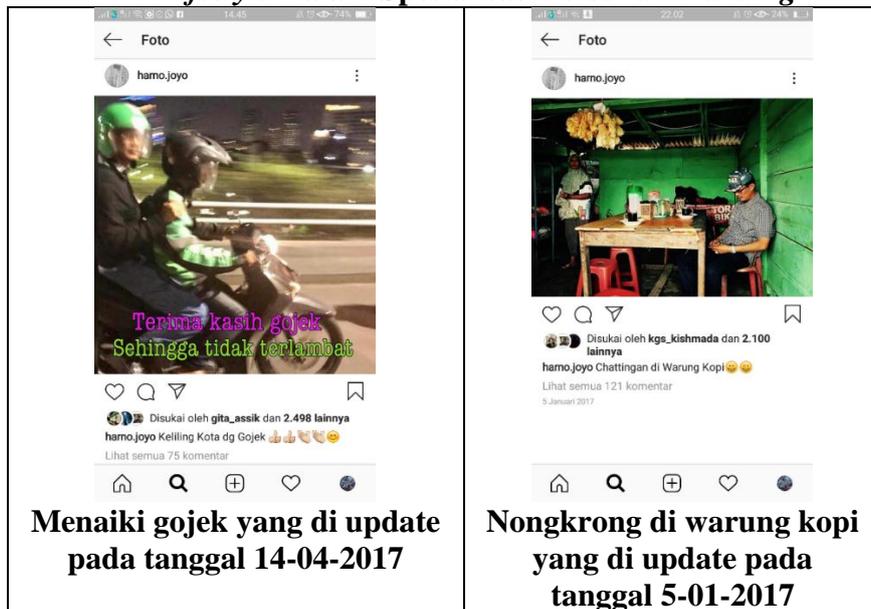
tahu tentang keadaan masyarakat sekitarnya dan mendengarkan keluhan atau aspirasi dari masyarakat.

1.3. Lifestyle

Menurut Nugroho mendefinisikan gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (keterkaitan) dan apa yang mereka perkirakan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya.⁶

Pada *lifestyle* menunjukkan kehidupan sehari-hari Harnojoyo dengan memperlihatkan gaya hidup atau lifestyle dalam akun instagram Harnojoyo.

Gambar 3.7
Lifestyle Dalam Spesialisasi Personal Branding

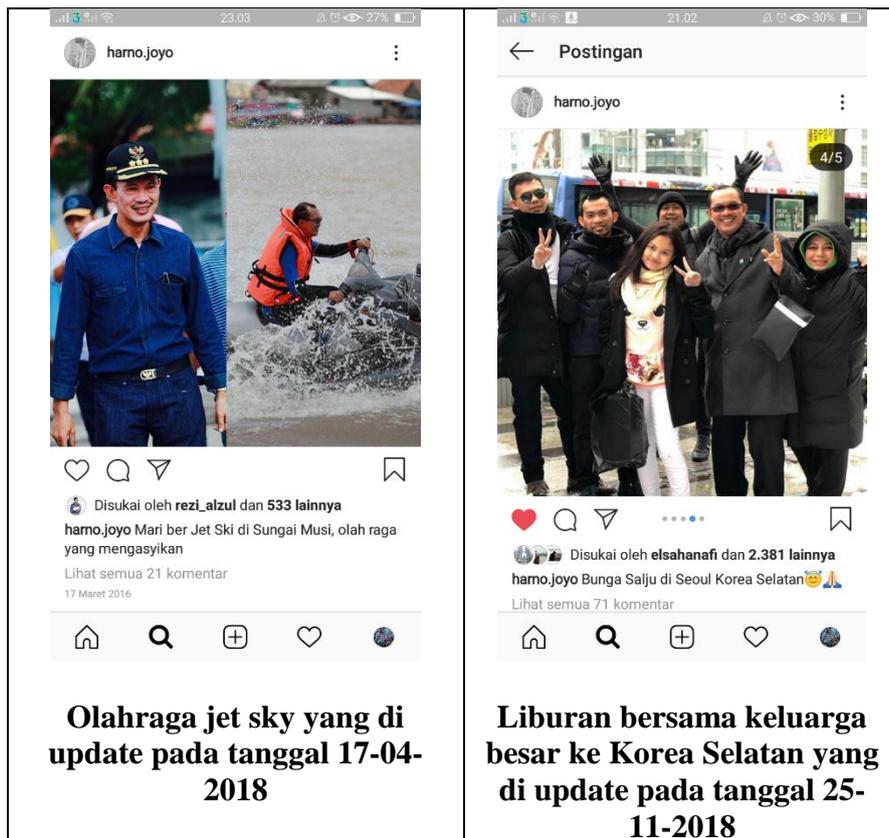


Pada umumnya seseorang pejabat jika ingin melakukan aktivitas di luar ruangan atau terjun langsung kelapangan menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan yang diberikan dinas, tetapi pada gambar diatas menggambarkan

⁶ Ibid, hal 26

bahwa Harnojoyo memperlihatkan kesederhanannya dengan menaiki gojek. Bukan hanya itu beliau juga nongkrong di salah satu warung kopi di Palembang. Hal inilah yang bisa menjadi salah satu *lifestyle* dalam spesialisasi *personal branding* Harnojoyo.

Gambar 3.8



Gaya hidup selanjutnya berbanding terbalik dari postingan sebelumnya. Gaya hidup yang ditunjukkan merupakan kegiatan olahraga dengan menaiki jet sky, melakukan pekerjaan di Korea Selatan, bersamaan dengan itu beliau mengajak seluruh keluarganya berlibur.

Dengan memposting gambar-gambar tersebut, tidak sedikit masyarakat berkomentar terhadap gambar yang beliau post. Berbagai tanggapan yang beliau terima baik itu positif maupun negatif. Tidak heran jika Harnojoyo menaiki gojek

tersebut karena sebelum beliau menjabat sebagai Walikota kehidupan Harnojoyo jauh dari kata kemewahan. Jangankan menaiki gojek semasa Harnojoyo muda, beliau pernah menjadi seorang supir. Tetapi adapun gaya hidup yang memperlihatkan kemewahan pada dirinya.

Hanya saja peneliti tanggap bahwa gaya hidup dalam spesialisasi *personal brand* yang ditunjukkan Harnojoyo dalam akun instagramnya belum bisa dikatakan sebagai ciri khas atau spesialisasi Harnojoyo. Oleh karena, menggambarkan dua sisi gaya hidup yang berbeda sehingga ciri khas atau spesialisasi dalam *personal brand* tidak terkonsentrasi pada sebuah pencapaian. Di satu sisi beliau ingin menunjukkan cara bekerjanya dengan kesederhanaanya dan disisi lain menampilkan gaya hidup mewah seorang Walikota.

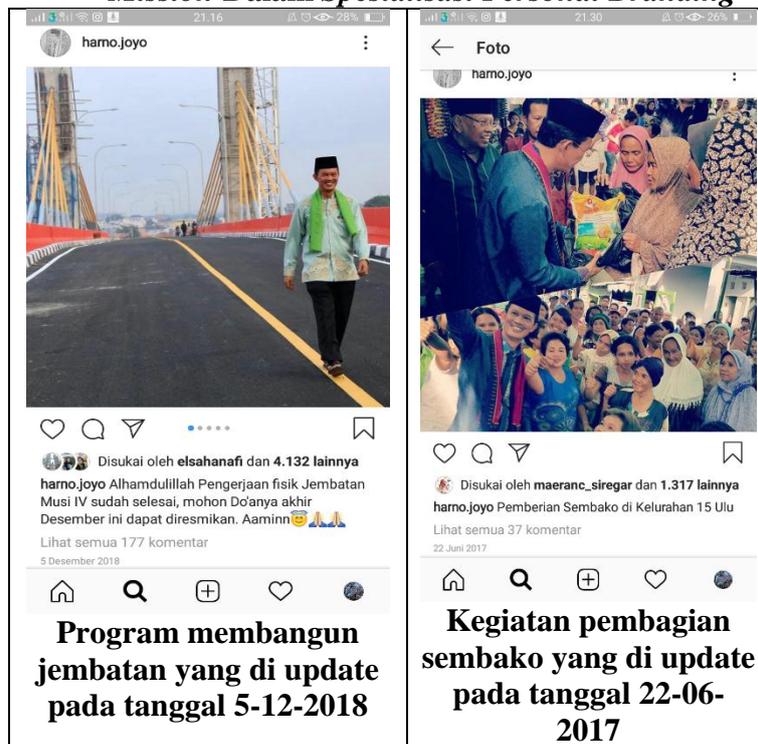
1.4. Mission

Melihat orang lain melebihi persepsi mereka sendiri adalah salah satu dari beberapa cara untuk menunjukkan spesialisasi seseorang. *Mission* atau misi merupakan sebuah *personal brand* dapat dibangun dari objektif seseorang. Peneliti kutip dari Republik Merdeka (Rmol Sumsel) bahwa Visi Harnojoyo sendiri yaitu “Palembang Emas Darussalam” dan Misi Harnojoyo “Mewujudkan Infrastruktur Perkotaan Berbasis Teknologi dan Informasi. Mewujudkan Masyarakat Religius, Berbudaya dan Beretika”. Misi selanjutnya adalah “Mewujudkan Kota Palembang Kota Dinamis, Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan dan Menjadi Kota Palembang Kota Pariwisata Sungai dan Budaya serta event Olahraga Kelas Dunia”. Sehingga Visi dan Misi itu dibuat dalam dua program unggulan yakni Safari Subuh dan Gotong Royong. ⁷Berbagai macam kegiatan

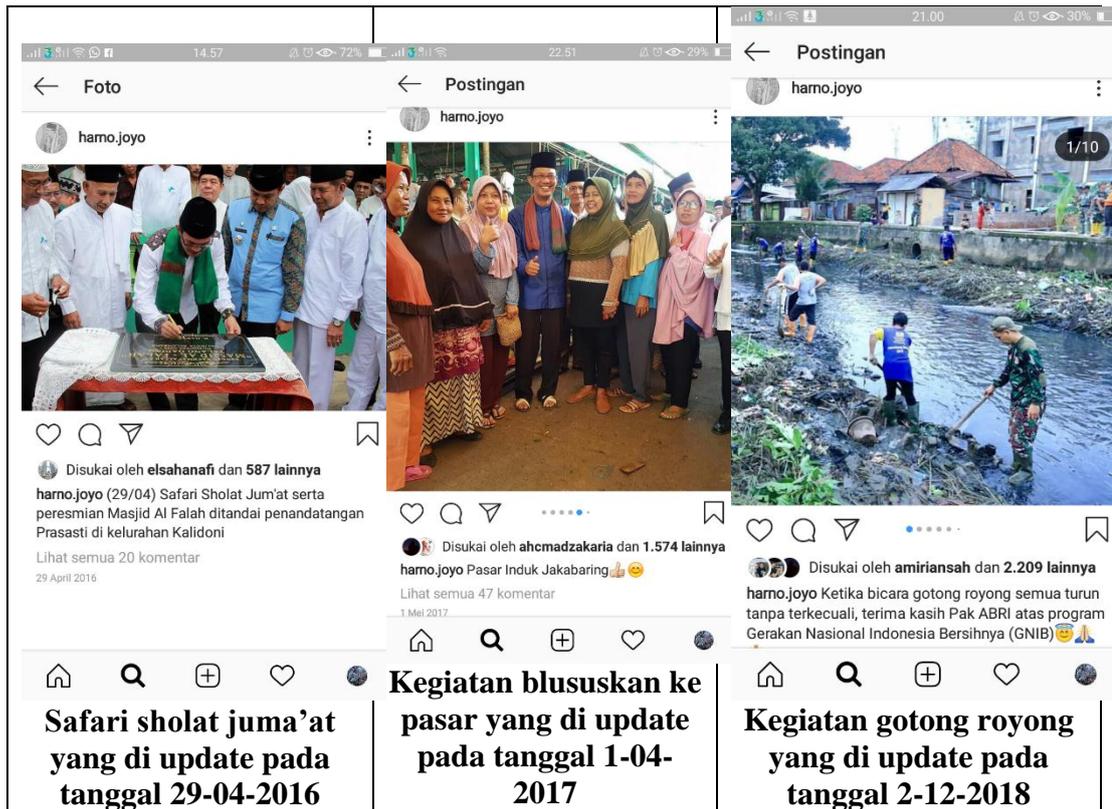
⁷ Republik Merdeka. Diakses Pada Tanggal 20 Mei 2019

atau program yang beliau tampilkan dalam akun intagram. Setiap gambar yang beliau posting menuai pujian dari masyarakat Kota Palembang. Misi-misi tersebut bisa dikatakan sebagian dari *personal brand* Harnojoyo.

Gambar 3.9
Mission Dalam Spesialisasi Personal Branding



Gambar 3.10



Gambar 3.11



Kegiatan bedah rumah, safari jumat, safari subuh, gotong royong, blusukan ke pasar, membangun jembatan serta pemberian sembako pada masyarakat yang kurang mampu merupakan Misi dari Harnojoyo. Salah satu

kegiatan bedah rumah yang dilakukan Harnojoyo menunjukkan bahwa Harnojoyo peduli akan tempat tinggal warganya.

Terdapat dalam video tersebut Harnojoyo berkata “ada 100 rumah yang akan dibedah, mudah-mudahan dapat membantu Bapak-Ibu sekalian serta termotivasi akan hal itu”. Selain program gotong royong, safari shubuh, safari jumat, gotong royong, blusukan ke pasar, membangun jembatan musi IV dan membagikan sembako pada masyarakat yang kurang mampu, Harnojoyo membuat program bedah rumah tersebut dengan melihat bahwa sebagian rumah masyarakatnya tidak layak dihuni.

Dari seluruh Misi yang Harnojoyo buat dan mempostingnya melalui akun instagram @harno.joyo bahwa kegiatan tersebut menarik perhatian masyarakat serta dapat dikatakan mampu menanamkan persepsi baik di benak masyarakat tentang dirinya. Oleh karena itu, *mission* dalam spesialisasi *personal branding* Harnojoyo dikatakan berhasil.

2. Kepemimpinan (*The Law Of Leadership*)

Sebuah *personal brand* yang dilengkapi dengan kekuasaan dan kredibilitas akan mampu memosisikan seseorang sebagai pemimpin. Karena masyarakat membutuhkan sosok pemimpin yang dapat menjadi pengambil keputusan di tengah suasana yang penuh akan ketidakpastian, serta mampu untuk memberikan arahan yang jelas untuk memenuhi kebutuhan mereka.⁸

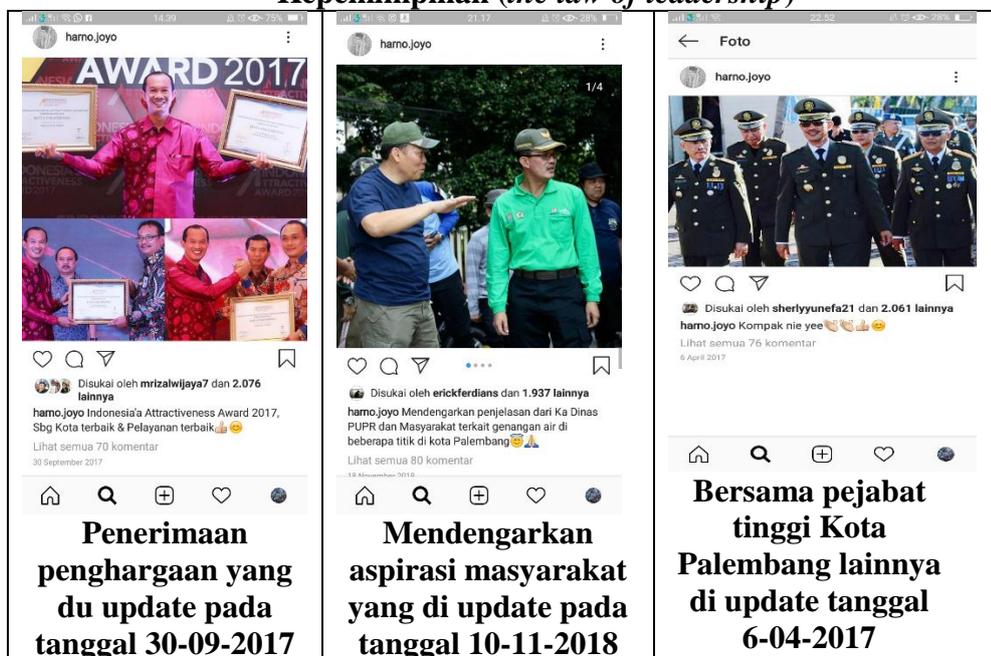
Menurut Martinis Yamin dan Maisah kepemimpinan adalah suatu proses mempengaruhi yang dilakukan oleh seseorang dalam mengelola anggota kelompoknya untuk mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan merupakan

⁸ Dimas. Pengertian Kepemimpinan. Artikel diakses pada 18 Mei 2019. Hal 1

bentuk strategi atau teori memimpin yang tentunya dilakukan oleh orang yang biasa kita sebut sebagai pemimpin. Pemimpin adalah seseorang dengan wewenang kepemimpinannya mengarahkan bawahannya untuk mengerjakan sebagian dari pekerjaannya dalam mencapai tujuan.⁹

Pada akun instagram Harnojoyo tersebut memberikan suatu bukti nyata kepemimpinan beliau sebagai Walikota Palembang. Gambar yang beliau posting merupakan salah satu keberhasilan Harnojoyo dalam memimpin Kota Palembang.

Gambar 3.12
Kepemimpinan (*the law of leadership*)



Penghargaan yang diterima Harnojoyo mencerminkan bahwa sosok pemimpin seperti beliau selalu aktif dalam melayani masyarakatnya. Selalu mementingkan masyarakatnya, mengetahui apa yang menjadi hak untuk masyarakatnya agar hidup mereka sejahterah. Gambar selanjutnya yang menggambarkan bahwa gaya kepemimpinan Harnojoyo yang Demokratis. Menurut Mifta Thoha mengatakan bahwa gaya kepemimpinan demokratis

⁹ Ibid, Hal 3

dikaitkan dengan kekuatan *personal* dan keikutsertaan para pengikut dalam proses pemecahan masalah dan pengambilan keputusan. Gambar ketiga bahwa Harnojoyo membuktikan lagi dengan terlihat beribawa serta memunculkan karisma dalam dirinya sehingga masyarakat kagum terhadap dirinya. Mengutip dari komentar-komentar masyarakat yang kagum akan sosok Harnojoyo dan berkata “gagahnya bapak kami @harno.joyo tetap jadi inspirasi kami ya pak...Always humble..insyaAllah jadi yang terbaik buat Kota Palembang” ujar salah satu akun pertemanan Harnojoyo.

Dengan memegang dua penghargaan sekaligus serta gaya kepemimpinan Harnojoyo membuat berbagai pujian yang dilontarkan warga net terhadap gambar Harnojoyo dalam akun instagramnya, suatu momen tersebut dapat menambahkan nilai yang baik tentang persepsi masyarakat mengenai dirinya. Dapat dikatakan bahwa kepemimpinan dalam membentuk *personal brand* Harnojoyo berhasil di mata masyarakat.

3. Kepribadian (*The Law Of Personality*)

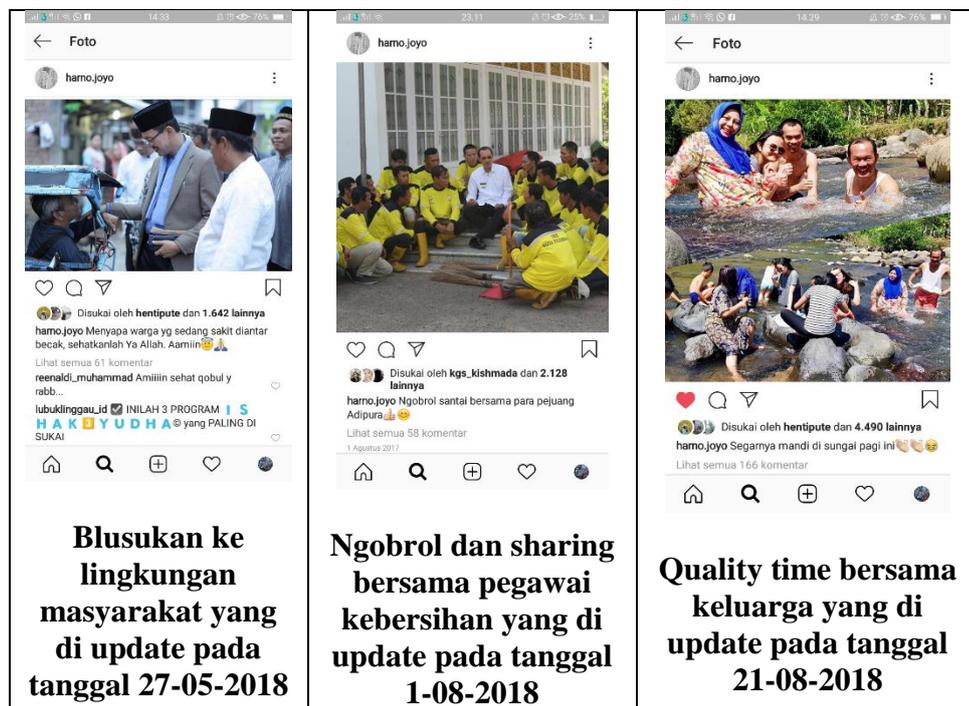
Menurut Erving Goffman, manusia pada dasarnya secara sadar akan berusaha menampilkan segala hal tentang dirinya sebaik mungkin kepada orang lain (*self presentation*).¹⁰ Hal tersebut memang bagus karena akan menumbuhkan kesan positif untuk pribadinya, akan tetapi Peter Montoya menjelaskan dalam membentuk sebuah *personal brand* harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya, dan hadir dengan segala ketidaksempurnaannya. Seseorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus menjadi sempurna.¹¹

¹⁰ Op.cit Peter Montoya. Hal 45

¹¹ Op.Cit

Oleh sebab itu, dalam *personal branding* yang baik juga perlu tampil apa adanya, tanpa terkecuali tentang kekurangan kita. Sosok Harnojoyo yang ramah, bertanggung jawab, pekerja keras dan juga sederhana terlihat sebelum beliau menjadi seorang pejabat. Beliau sebelumnya seorang pedagang yang hidup berkecukupan.

Gambar 3.13
Kepribadian (*the law of personality*)



Terbukti sampai sekarang sosok kepribadian Harnojoyo masih tergambar dalam gambar diatas diambil melalui akun instagram Harnojoyo. Pada saat beliau menyapa salah satu masyarakat yang berada di dalam becak dengan menyalam bapak tersebut. Sosok yang menjelaskan bahwa beliau yang ramah, murah senyum, peduli akan warganya atau disebut dengan mudah bersosialisasi serta terlihat apa adanya dan juga sosok yang akrab kepada pegawai-pegawainya. Komentar @heruprasetyo_oke "*bersama rakyat kecil, lanjutkan pak*". Melihat

pada gambar diatas beserta komentar yang dilakukan masyarakat terbukti bahwa harnojoyo dalam melakukan kegiatan tersebut didukung banyak masyarakat. Kemudian pada gambar disamping bahwa di dalam urusan keluarga, Harnojoyo adalah sosok ayah dari ketiga anaknya, beliau juga memperlakukan anaknya sebagai teman dekat. Dengan jadwal pekerjaan yang padat beliau menyempatkan berlibur atau bersenang-senang bersama keluarga (*quality time*).

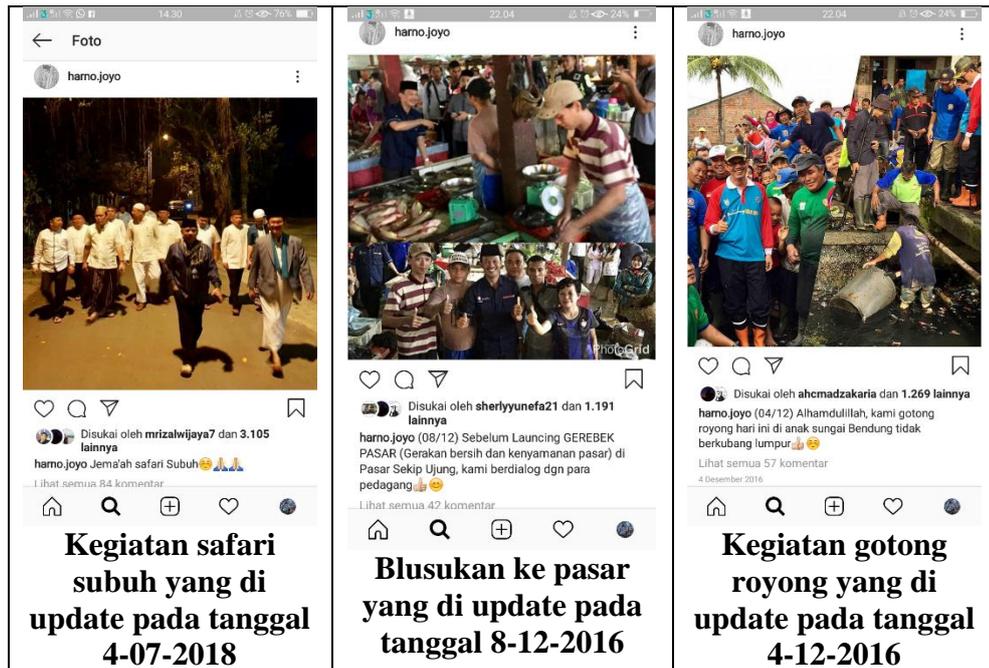
Maka dari itu, pembentukan *personal branding* dengan menggunakan kepribadian Harnojoyo tergambar dengan jelas dan sudah mulai terbentuk.

4. Perbedaan (*The Law Of Distinctiveness*)

Personal brand yang efektif perlu ditampilkan dengan cara yang berbeda dengan yang lainnya dalam hal ini adalah kompetitornya. Menggunakan cara dan konsep yang sama dengan merek lain yang sudah lebih dulu ada itu merupakan kesalahan.¹² Publik akan dengan mudah mengingat sesuatu yang berbeda dibanding sesuatu yang umum dan memiliki kesamaan dengan yang sudah ada. Jadi, dalam membentuk *personal brand* perlu untuk menyuguhkan sesuatu yang berbeda dari yang lain dalam hal ini lawan politiknya. Safari shubuh, blusukan ke pasar, gotong royong dan belusukan atau bersosialisasi ke rumah warga merupakan *personal brand* yang kerap ditampilkan Harnojoyo melalui akun instagram.

Gambar 3.14 Perbedaan (*the law of distinctiveness*)

¹² Op.cit. Hal 48



Gambar 3.15



Dari berbagai macam kegiatan atau program yang ditampilkan Harnojoyo bahwa safari subuh lah yang menjadi *brand* dari seorang Harnojoyo. Kegiatan safari subuh yang dilakukan harnojoyo tersebut terjadi di berbagai tempat di Kota Palembang. Kegiatan safari subuh ini sudah ada sejak beliau menjabat sebagai Walikota dan sekarang menjabat sebagai calon Walikota. Dalam kegiatan safari subuh ini sering kali Harnojoyo mengupload kegiatannya ini di

akun instagramnya. Salah satu peran instagram dalam masa-masa kampanye yaitu menyampaikan pesan dengan cepat. Termasuk safari shubuh ini yang dapat menanamkan persepsi baik Harnojoyo di benak masyarakat.

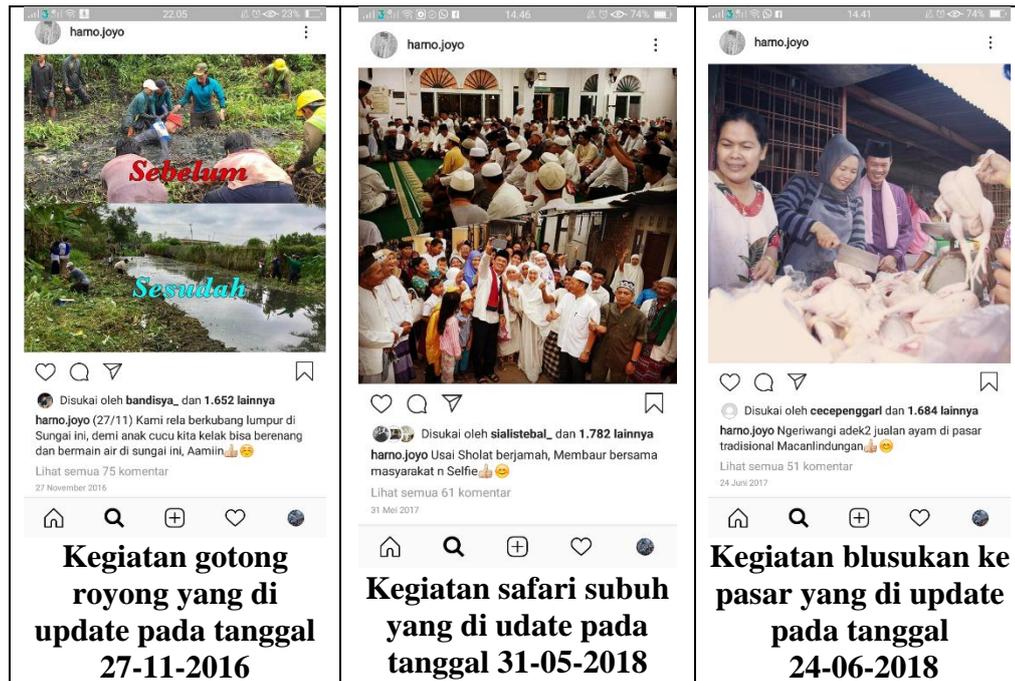
Safari shubuh dikatakan sebagai konsep *personal branding* Harnojoyo, karena kegiatan tersebut sudah ada sebelum menjabat lagi sebagai Walikota. Hanya saja jika Harnojoyo melakukan dan menguploadnya dalam akun instagram itu dianggap biasa saja. Akan tetapi berbeda dengan kandidat lainnya, jika para kandidat menggunakan instagram kemudian mengupload salah satu kegiatannya bisa dikatakan sebagai pencitraan karena, para kandidat hanya menggunakannya pada saat-saat tertentu saja yaitu pesta demokrasi atau kampanye.

5. Terlihat (*The Law Of Visisbility*)

Untuk dapat dikenal dan diingat dengan cepat oleh orang lain, *personal brand* harus dapat dilihat secara konsisten dan terus-menerus. Sangat penting untuk tetap terlihat atau selalu menunjukkan brand diri ketika melakukan *personal branding*.¹³ Sebuah spesialisasi yang dimiliki jika hanya ditampilkan sekilas saja maka kecil kemungkinan untuk dapat diingat orang lain. Oleh sebab itu, selalu hadir dan menunjukkan secara konsisten apa yang ingin dibentuk sebagai *brand* diri sangatlah penting. Harnojoyo berbagai macam merek pribadi yang beliau lakukan dan merek tersebut bisa dikatakan juga sebagai kegiatan atau programnya. Akan tetapi, salah satu kegiatan tersebut sudah ada dibenak masyarakat.

Gambar 3.16 Terlihat (*the law of visibility*)

¹³ Op.Cit. Hal 48



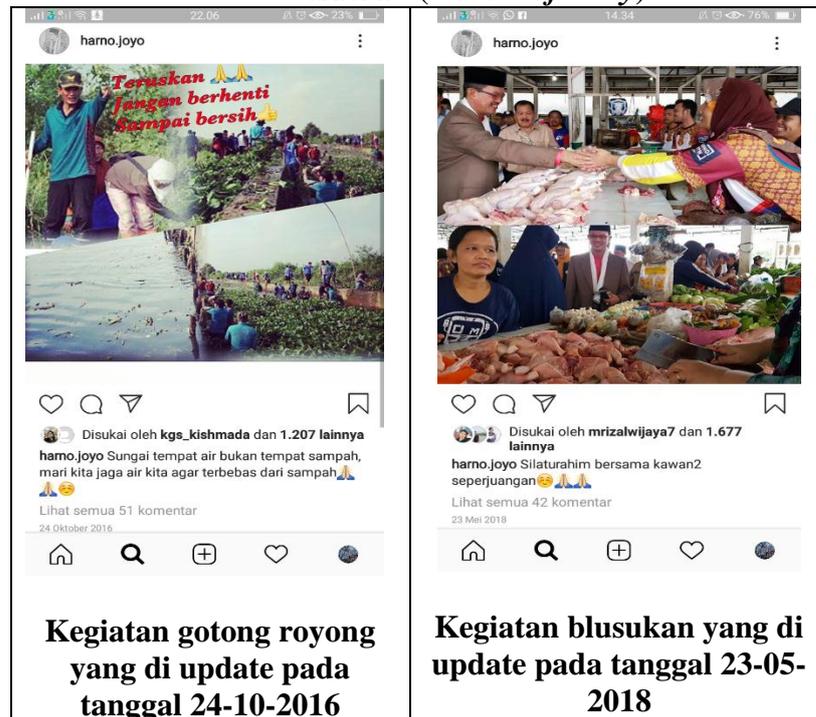
Ketiga gambar diatas merupakan *personal brand* yang sering terlihat dalam akun instagram Harnojoyo. Dari ketiga gambar tersebut menunjukkan tentang dirinya yang bersahaja, ramah, terpuji, dan lembut untuk lebih bisa diingat lagi oleh masyarakat. Sifatnya yang bersahaja tersebut menambahkan nilai *plus* pada dirinya. Terlihat dari cara beliau merespon warga yang ada di pasar tersebut. Sebelum beliau menjabat sebagai Walikota Palembang, Harnojoyo dahulunya bekerja sebagai pedagang ayam, terdapat pada *caption* (teks) dalam akun instagram Harnojoyo yang mengatakan “silaturahmi bersama teman-teman seperjuangan”.

Maka dari itu. Harnojoyo terlihat berbeda dari kandidat-kandidat lainnya karena mempunyai *personal brand*. Sebuah konsep *personal brand* yang ada sejak sebelum beliau menjabat dan akhirnya pada tahun 2018 beliau menjadi kandidat pertahanan.

6. Kesatuan (*The Law Of Unity*)

Kehidupan pribadi selayaknya menjadi cermin dari sebuah citra yang ingin ditanamkan dalam *Personal Brand*. Oleh sebab itu, apa yang ditampilkan dalam *personal branding* harus sesuai dengan karakter sebenarnya di kehidupan nyata sehingga tidak menimbulkan kepura-puran dalam bersikap. Terjun langsung kelapangan sudah menjadi hal biasa bagi Harnojoyo.

Gambar 3.17
Kesatuan (*the law of unity*)



Melihat gambar diatas sebenarnya Harnojoyo dahulunya sebagai pedagang ayam dipasar diakses melalui artikel Laskar Sriwijaya. Untuk mengulik kembali pada masa lalunya sebelum menjadi Walikota Palembang, bisa kita lihat pada *caption* (teks) yang di buat dalam akun instagram yang berkata “silaturahmi bersama teman-teman seperjuangan”, hal tersebut menggambarkan bahwa sosok Harnojoyo yang tidak lupa akan status nya yang dulu, mengingat statusnya saat ini sebagai Walikota. Beliau tidak pernah merasa malu akan hal itu dan juga kegiatan ini sering dilakukan Harnojoyo.

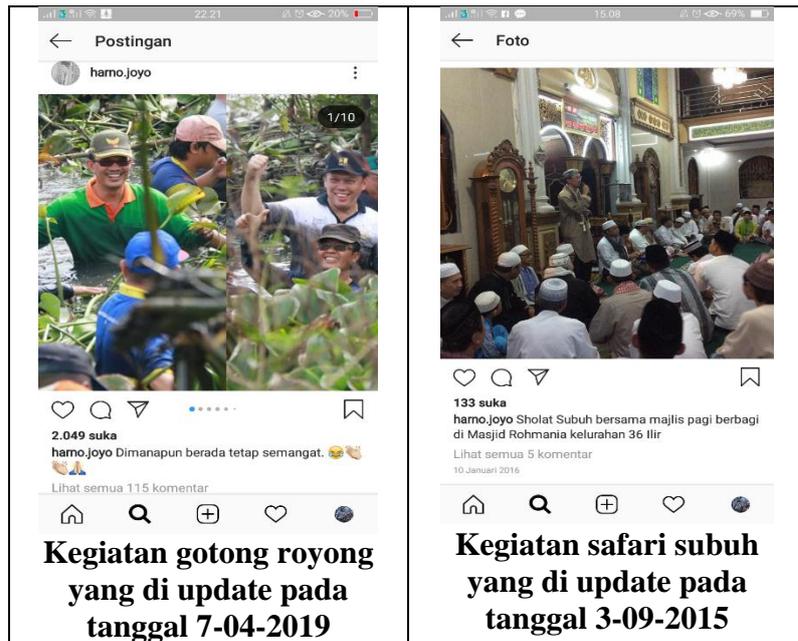
Sikap yang beliau tunjukkan hingga bersalaman mengingatkan masa lalunya yang dimana Harnojoyo bisa menjadi seorang Walikota sekarang berkat pekerjaan dagangnya tersebut. Adanya kegiatan gotong royong tersebut sudah tertanam sejak beliau masih kecil. Saat itu beliau diajak oleh neneknya untuk bergotong royong di lingkungan rumahnya, hingga saat ini terbentuklah program gotong royong tersebut.

Selain itu, kegiatan safari subuh yang dilakukan Harnojoyo awalnya hanya untuk meramaikan mushola dan masjid serta memotivasi masyarakat agar bangun pagi dan melakukan silaturahmi antar sesama umat manusia. Berdasarkan hal tersebut, ketiga *brand* yang dimiliki Harnojoyo merangkap menjadi suatu makna dari Visi Kota Palembang yang akan di capainya yaitu **“Palembang Emas Darussalam”**.

7. Keteguhan (*The Law Of Persistence*)

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

Gambar 3.18 Keteguhan (*the law of persistence*)



Personal Brand yang sedang dibentuk dalam akun instagram Harnojoyo seperti safari subuh dan gotong royong perlu untuk dipegang teguh dan di pertahankan. Membentuk *persoal brand* sama dengan menanam pohon, apa yang ditampilkan dalam akun instagram Harnojoyo bisa dianggap bagaikan menanam benih atau biji tanaman. Untuk bisa tumbuh besar dan berbunga bahkan berubah, kita perlu memberi air, terkena cahaya matahari, bahkan pupuk untuk mempercepat pertumbuhannya dan memetik hasilnya.

Cara untuk menjaga *Personal Brand* agar tetap tumbuh dan semakin kuat adalah dengan tetap tampil seperti apa yang telah dilakukan Harnojoyo dalam akun instagram pribadinya. Harnojoyo perlu bersikap, bertutur kata, dan sebagainya sama seperti di dalam akun instagram Harnojoyo.

Teguh dan tidak berubah adalah kunci dari konsep ini. Di lihat dari beberapa konsep *personal brand* yang sudah dilakukan Harnojoyo masih berlanjut hingga sampai sekarang seperti, safari shubuh dan gotong royong. Dari tanggal 10 Januari 2016 sampai tanggal 8 April 2019 kegiatan safari subuh masih ada sampai

saat ini, begitupun dengan gotong royong dari tanggal 3 September 2015 sampai tanggal 7 April 2019 tetap beliau lakukan. Maka dari itu, keteguhan dalam membentuk *personal brand* Harnojoyo tetap berlanjut dan tidak berubah.

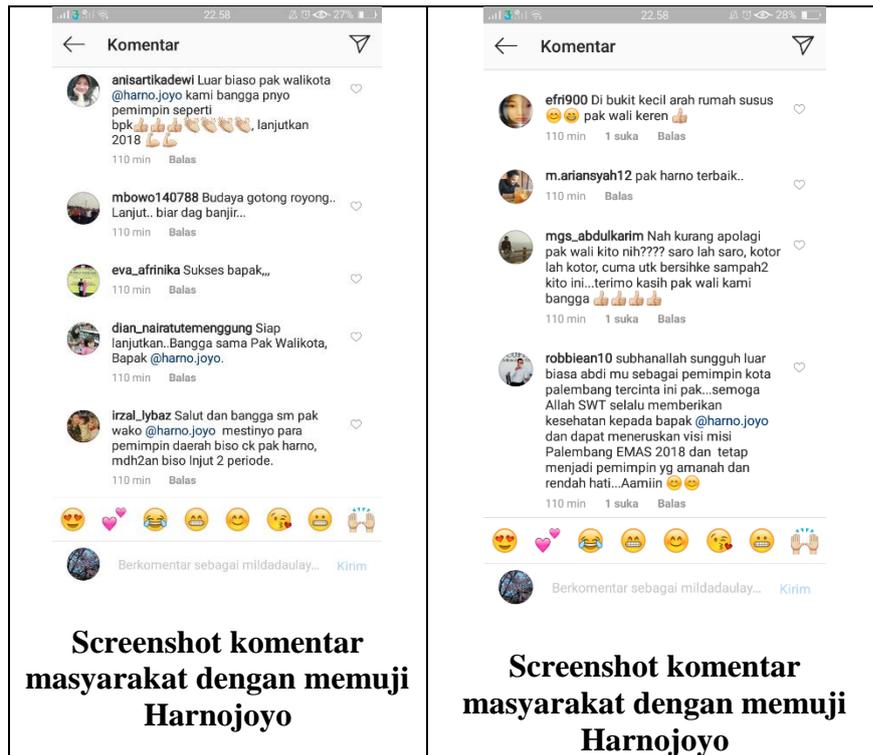
8. Nama baik (*The Law Of Goodwill*)

Sebuah *Personal Brand* akan memberikan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang dipersepsikan dengan cara yang positif. Seseorang tersebut harus diasosiasikan dengan sebuah nilai atau ide yang diakui secara umum positif dan bermanfaat. Banyak sekali komentar-komentar yang diberikan masyarakat terhadap berbagai postingan gambar dan video dalam akun instagram Harnojoyo.

Gambar 3.19
Nama Baik (the law og googwill)



Gambar 3.20



Terlihat dari Sreenshoot diatas, Peneliti beranggapan bahwa sosok Harnojoyo sudah mendapat kesan dari masyarakat dan dipersepsikan sebagai sosok yang baik. Seperti komenan @koesdartonetty yang meninggalkan pesan pada akun instagram Harnojoyo yaitu “ini baru pemimpin yang memberikan contoh tidak cukup satu kali, bahkan terjun langsung. nomor satu lanjutkan”. Pernyataan tersebut telah membuktikan bahwa nama baik Harnojoyo sudah ada di benak masyarakat. Maka dari itu, membentuk *personal branding* dengan nama baik (*The Law Of Goodwill*) telah didapatkan oleh Harnojoyo, dengan melihat berbagai tanggapan positif yang beliau dapat melalui komentar-komentar masyarakat di akun instagram Harnojoyo.

Berdasarkan analisis Pembentukan *personal branding* yang dilakukan Harnojoyo atau yang diupload melalui akun instagram dapat di klasifikasikan menjadi 8 bentuk yang berkaitan dengan Spesialisasi (ability,behavior,lifestyle

dan mission), Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Terlihat, Kesatuan, Keteguhan dan Nama Baik. Kedelapan bentuk inilah yang kemudian dijadikan sebagai *brand* politik Harnojoyo melalui akun instagram.