

PERSONAL BRANDING JOKOWI PADA OPENING DAN CLOSING CEREMONY ASIAN GAMES 2018

¹Hidayaturahmah, ²Suyanto, ³Yasir

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Riau

Email: hidayaturrahmahafifah@gmail.com

ABSTRAK

Personal branding mengandung pesan-pesan yang akan membangun persepsi orang lain tentang seseorang. *Personal branding* juga merupakan sebuah usaha untuk menempatkan diri, dengan memanfaatkan berbagai media dan momen yang ada di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan representasi *personal branding* Jokowi pada Asian Games 2018. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes. Pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi dan kepustakaan atau studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* Joko Widodo pada Asian Games 2018 terbentuk dari sikap ramah dan kedekatannya dengan rakyat, mementingkan keselamatan rakyatnya, serta memberikan dorongan dan dukungan kepada rakyatnya untuk bangkit kembali.

Kata kunci: *personal branding*, Joko Widodo, Asian Games 2018

Pendahuluan

Personal branding merujuk pada istilah ‘brand’ atau ‘merek’ pribadi. *Personal branding* berarti Anda menempuh proses membangun persepsi orang lain tentang Anda. Dengan *personal branding* yang baik, seseorang akan dikenal yang akhirnya seseorang itu disukai dan mendapatkan kepercayaan dari orang-orang. *Personal branding* ini dibutuhkan dalam berbagai bidang kehidupan. Bagi para pengusaha, artis, dan atlet, *personal branding* tidak hanya berkaitan dengan reputasi diri, tetapi juga berhubungan dengan perusahaan mereka. Demikian juga dalam dunia politik. *Personal branding* tidak hanya mengenai reputasi personal politisi atau kandidat, tetapi juga berkaitan dengan *brand* partainya. Dalam keterkaitannya dengan marketing politik, Montoya dan Vanhaley (2004) menekankan bahwa perlunya menerapkan prinsip “*visibility*”, yang berarti bahwa *brand* harus bisa dilihat secara terus-menerus sampai *brand* seseorang dikenal. Untuk itu, dalam mencapai *visible*, kandidat harus mempromosikan diri, menggunakan setiap kesempatan tampil yang ada agar ia dikenal oleh masyarakat. Bahkan dalam banyak kasus, *visibility* ini dianggap lebih penting daripada kemampuan (*ability*). (Haroen, 2014 : 58).

Kesuksesan pergelaran Asian Games yang ke-18 di Indonesia mendapatkan banyak pujian dari banyak pihak. Lima media internasional, yakni Washington Post, ABC News (Media Australia), China Morning Post, Channel News Asia, dan VOA News menuliskan bahwa Indonesia berhasil menunjukkan *Energy of Asia* sebagaimana tema yang diusungnya kemarin serta berhasil menjadi tuan rumah yang ramah dalam menyambut kedatangan para atlet dari 45 negara se-Asia (Luthfia, 2018 : Kompas.com).

Syamsudin Haris, analis politik dari Lembaga Pengetahuan Indonesia mengatakan bahwa kesuksesan Asian Games 2018 tidak terlepas dari peranan Presiden Joko Widodo. The Washington Post, salah satu media terbesar di Amerika Serikat turut mengutip pernyataan Syamsudin Haris dengan mengatakan bahwa keberhasilan Jokowi dalam Asian Games ini dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak popularitasnya pada pemilu presiden 2019 mendatang (Karmini, 2018: Washington Post).

Aksi Presiden Jokowi pada acara pembukaan (*opening ceremony*) yang mengendarai motor gede menjadi bahan perbincangan di kalangan masyarakat, bahkan hingga masyarakat Internasional, seperti Korea dan Cina. Hal ini terlihat dari video opening ceremony Asian Games 2018 pada website *live streaming* Video.com telah diputar sebanyak 318.548, dengan 1755 suka, dan 287 komentar.

Pembicaraan mengenai aksi “Moge” Presiden Jokowi tidak hanya berkembang di kalangan masyarakat, tetapi juga menimbulkan pro-kontra di kalangan politisi. Ketua MPR Zulkifli Hasan mengatakan bahwa ia merasa bangga dengan pembukaan Asian Games 2018 dan adalah hal yang wajar jika dalam melakukan aksinya Presiden Jokowi dibantu oleh ‘Stuntman’. Hal ini ditanggapi berbeda oleh Jansen Sitindaon, Ketua DPP Partai Demokrat yang mengatakan bahwa seharusnya ada pemberitahuan dari penyelenggara acara mengenai penggunaan ‘stuntman’ dalam aksi tersebut, dan ia juga menyayangkan ‘stuntman’ yang digunakan adalah orang Thailand, sementara di Indonesia juga terdapat ‘stutman’ yang berkualitas (Kompas tv: 21 Agustus 2018). Sementara itu, sekjen PDIP Hasto Kristiyanto mengatakan bahwa aksi Presiden Jokowi pada Asian Games itu bukan hanya sekedar pencitraan, tetapi perpaduan antara sikap dan tindakan. Publik seharusnya dapat melihat bahwa Presiden Jokowi memberi kesempatan, daripada mengomentari apakah benar Jokowi yang mengendarai motor atau menggunakan ‘stuntman’ (Egeham, 2018).

Selain aksi ‘Moge’nya, goyangan Presiden Jokowi pada saat Via Vallen menyanyikan lagu “Meraih Bintang” yang menjadi salah satu *soundtrack* Asian Games 2018 juga menjadi viral di masyarakat. Masyarakat berlomba-lomba untuk melakukan *challenge* dengan menirukan goyangan Presiden Jokowi dengan diiringi lagu meraih bintang tersebut. Hal ini juga menarik perhatian dua orang anggota *boyband* asal Korea Super Junior, yaitu Lee Donghae dan Enhyuk yang juga ikut menirukan goyangan presiden Jokowi dan mengatakan bahwa goyangan ini bisa dijadikan inspirasi dalam *dance* di lagu baru mereka (Setyani,2018: cnnindonesia.com).

Sebagaimana *opening ceremony* yang begitu menakjubkan masyarakat, *closing ceremony* (acara penutupan) Asian Games 2018 juga tidak kalah meriah. Dengan kemegahan panggung dan menghadirkan artis-artis se-Asia, membuat masyarakat merasa takjub dan terhibur. Selain itu, pada *closing ceremony* ini Presiden Jokowi juga mengadakan ‘nonton bareng’ bersama para korban gempa bumi di Lombok. Beliau berada di tengah-tengah masyarakat Lombok untuk memberikan dukungan, kepedulian, serta energi untuk bangkit kembali dari keterpurukan akibat guncangan gempa bumi, serta menghimbau seluruh masyarakat Indonesia untuk mendoakan dan memberikan dukungan kepada masyarakat Lombok agar bersabar dan bisa bangkit kembali.

Popularitas yang diraih Jokowi dari kesuksesan Asian Games 2018 bisa dikatakan sebagai *personal branding*. Hal ini terlihat dari elektabilitas personal Jokowi sebagai Capres (Calon Presiden) pada bulan Agustus sebesar 53,7%. Jumlah ini mengalami peningkatan dari bulan Juli yang hanya berjumlah sebesar 52,6% (Sukmana,2018:kompas.com).

Personal branding berkaitan dengan persepsi orang lain terhadap seseorang. Al Ries mengatakan bahwa persepsi itu lebih penting dari realitas dan seringkali persepsi itu adalah realitas juga. Hasil riset menunjukkan bahwa *personal branding* dan karir seseorang adalah tanda sebuah merek, tanda ini muncul sebagai salah satu ciri keahliannya dalam memenangkan persaingan. Pavlina dalam risetnya menemukan bahwa ketika orang berinteraksi, secara otomatis akan membentuk asosiasi mental yang menghubungkannya dengan label tertentu (Astuti, 2016).

Senada dengan pernyataan diatas, Wasesa (2018) mengatakan bahwa *personal branding* tidak selalu menekankan pada “popularitas” yang diraih seseorang, akan tetapi lebih mengarah kepada pengaplikasian “kompetensi” yang kita miliki untuk membangun reputasi dan menjadi

bermanfaat bagi orang banyak (Wasesa,2018:10). Karena popularitas tanpa dibarengi “kompetensi” tidak akan bertahan lama.

Mengelola *personal branding* sama halnya dengan mengelola “*brand*” atau “merek” sebuah produk. Tetapi bedanya, sebagaimana dikatakan Silih Agung Wasesa (2018) dalam bukunya *Code Personal Branding Membangun Reputasi Positif Melalui Metode Circle-P*, *personal branding* ini adalah *brand* atau “merek” pribadi dan konsepnya lebih mengarah pada pemanfaatan situasi dan berusaha menampilkan potensi yang memang sudah dimiliki seseorang untuk menjadi lebih dikenal dan diterima dalam kehidupan sosialnya (Wasesa, 2018:5). Seorang politisi gencar melakukan iklan mengenai dirinya, dengan melakukan gerakan-gerakan sosial yang membuatnya berbaur langsung dengan masyarakat misalnya, agar ia lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga ia tidak kesusahan untuk membangun reputasi diri pada saat kampanye. Hal yang sama juga dilakukan oleh presiden Jokowi pada pergelaran Asian Games 2018. Pada tayangan pembukaan dan penutupan Asian Games 2018, Jokowi berusaha untuk membangun citra sebagai seorang Kepala Negara yang berwibawa, bisa menghibur, dan mampu berbaur dan mengayomi rakyatnya dengan baik.

Ada tiga hal mendasar yang membentuk *personal branding* sebagaimana yang pernah ditulis McNally & Speak (2004). Ketiga hal itu adalah: Pertama, kekhasan. *Personal branding* dibentuk dengan sesuatu yang sangat khusus atau khas sehingga berbeda dengan kebanyakan orang. Kekhasan ini ditunjukkan dengan kualitas pribadi, tampilan fisik, atau keahlian. Kedua, relevansi. *Personal branding* yang kuat biasanya menjelaskan sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat dan memiliki relevansi dengan karakter orangnya. Akan sulit menguatkan *mind* masyarakat terhadap *personal branding* seseorang jika tidak ada relevansi dengan karakter personalnya.

Ketiga, konsistensi. *Personal brand* yang kuat biasanya didapatkan dari upaya-upaya *branding* yang konsisten melalui berbagai cara, sehingga membentuk *brand equity* (keunggulan merek). (Haroen, 2014: 13-14). Bagi para politisi, misalnya proses *branding* atau membentuk *personal branding* ini tidak serta merta selesai ketika ia telah menduduki jabatan yang diinginkannya, akan tetapi justru itu menjadi sebuah awal baginya untuk membangun reputasi yang positif dan mendapatkan dukungan dan kepercayaan penuh dari masyarakat dalam menjalankan dan membuat kebijakan-kebijakannya (Wasesa, 2013 :12).

Dalam keterkaitannya dengan marketing politik, Montoya dan Vanhaley (2004) menekankan bahwa perlunya menerapkan prinsip “*visibility*”, yang berarti bahwa *brand* harus bisa dilihat secara terus-menerus sampai *brand* seseorang dikenal. Untuk itu, dalam mencapai *visible* itu, kandidat harus mempromosikan diri, menggunakan setiap kesempatan tampil yang ada agar ia dikenal oleh masyarakat. Bahkan dalam banyak kasus, *visibility* ini dianggap lebih penting daripada kemampuan (*ability*). (Haroen, 2014 : 58).

Metode

Kajian ini menggunakan pendekatan konstruktivistik dengan teori semiotika Roland Barthes. Konsep pemaknaan bertingkat yang digunakan Roland Barthes dalam memaknai fenomena komunikasi dengan menggunakan makna denotasi, konotasi, dan mitos menarik menjadi pisau analisis masalah penelitian ini. Penelitian ini lebih fokus mengkaji pada bentuk *personal branding* Jokowi pada Asian Games 2018, dengan menganalisis video *opening* dan *closing ceremony* Asian Games 2018.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dokumentasi, studi kepustakaan/literatur, dan penelusuran internet. Dokumentasi yang digunakan adalah video *opening* dan *closing ceremony* Asian Games 2018, dan video wawancara para artiks dan sutradara dibalik layar video *opening* dan *closing ceremony* Asian Games 2018. Studi literatur ditujukan untuk mendalami dan menelaah pengetahuan yang ada dalam kepustakaan.

Penelusuran internet juga peneliti gunakan untuk pembandingan, audit, dan pengecekan data yang diambil.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *personal branding* yang ditampilkan Joko Widodo pada Asian Games 2018, dengan melihat kepada kekhasan atau ciri khas, relevansi karakter, dan konsistensi Joko Widodo dalam membangun *personal branding*nya. Kekhasan atau ciri khas seorang kandidat biasanya ditampilkan dengan kualitas pribadi, tampilan fisik, atau keahlian. *Personal brand* yang kuat biasanya menjelaskan sesuatu yang sangat spesifik dan khas sehingga berbeda dengan orang lainnya (Haroen,2014:13). Setelah menonton dan menelaah lebih dalam mengenai video opening dan closing Asian Games 2018 ini maka penulis menemukan gambar / potongan-potongan gambar yang menunjukkan adanya representasi kekhasan atau ciri khas Jokowi.



Gambar 1.

Jokowi melambaikan tangan kepada suporter Indonesia yang berada di jalan.

Gambar diatas terdapat pada scene 5 dan menit ke 04:59 detik dari video opening ceremony Asian Games 2018. Perilaku Jokowi yang sedang melambaikan tangan seraya tersenyum ke arah luar jendela mobilnya bermakna bahwa Jokowi membalas sapaan dari salah seorang suporter Indonesia yang sedang berada di jalan menuju ke Stadion Gelora Bung Karno. Perilaku Jokowi ini juga menunjukkan bahwa ia adalah seorang kepala negara atau pemimpin yang ramah dan mau berinteraksi dengan menyapa rakyatnya yang berada di jalan menuju Stadion Gelora Bung Karno. Perilaku ini juga mencerminkan bahwa Jokowi merupakan sosok pemimpin yang sempurna dan berwibawa.

Kraut dan Johnson mengatakan bahwa senyuman dipengaruhi oleh interpretasi suatu kejadian yang menimbulkan kebahagiaan dan bentuk peranan yang menentukan kapan waktu yang baik untuk tersenyum. Di Amerika, suatu senyuman dapat menandakan kebahagiaan atau pernyataan bersahabat (Samovar dkk, 2014:311). Lambaian tangan juga merupakan sikap yang mendefinisikan kesopanan dan penyambutan terhadap seseorang. Dengan kata lain, merasa senang telah bertemu dengan seseorang, sehingga ia menyambut dan membalas perasaan orang tersebut dengan gerakan nonverbal, seperti melambaikan tangan, atau anggukan kepala. Kesopanan sangat diperlukan dalam berkomunikasi, karena berhubungan dengan penjiwaan 'muka' atau citra diri dimata orang lain. Orang yang bersikap sopan akan membentuk muka positif, yang mana segala hal yang dilakukannya, dan nilai-nilai yang diyakininya dapat diakui oleh orang lain sebagai sesuatu yang baik, menyenangkan, dan dapat dihargai (Djarot, 2019:15). Dengan demikian, seseorang tersebut bisa bersahabat dan membangun kedekatan dengan masyarakat. Senyuman yang mencerminkan sikap bersahabat bisa menjadi salah satu *brand* atau merek yang positif bagi kandidat politik. *Personal branding* tidak hanya tentang keterampilan dan prestasi, tetapi segala hal yang dimiliki oleh seorang kandidat politik yang bisa mengubah persepsi dan tindakan khalayak terhadapnya, termasuk karakter yang dimilikinya (Karaduman, 2013:466).



Gambar 2.

Jokowi membantu anak-anak yang akan menyeberangi jalan.

Gambar diatas terdapat pada scene 4, menit ke 06:46 detik dari video opening ceremony Asian Games 2018. Perilaku Jokowi pada gambar 2, bermakna Jokowi membantu anak-anak SD menyeberangi jalan. Perilaku ini juga menunjukkan bahwa Jokowi merupakan seorang pemimpin yang taat pada peraturan berlalu lintas. Ia memperhatikan keselamatan dalam berkendara dengan membantu anak-anak menyeberangi jalan dan memastikan keselamatan mereka. Mitos dari gambar 2 adalah Jokowi merupakan seorang pahlawan. Sikap Jokowi yang menghentikan kendaraannya di depan *zebra cross* dan membantu anak-anak menyeberangi jalan ini mendapat pujian dari *insight Korea*, salah satu media Korea. Media tersebut menuliskan bahwa Jokowi sangat *hipster* dan tampil memukau dengan motor. Ia juga menunjukkan ketaatannya pada hukum pada saat berkendara dengan menjaga anak-anak yang ingin melewati jalan seperti yang ditampilkan dalam video pembukaan Asian games 2018 tersebut (Kumparan.com/ korea talk: 18 Agustus 2018).



Gambar 3.

Jokowi merapikan stelan jas yang digunakannya.

Gambar ini berada pada scene 9, menit ke 08:14 detik. Gambar ini bermakna Jokowi memperbaiki penampilannya setelah berkendara dari Istana Negara ke Stadion Gelora Bung Karno. Gambar ini juga bermakna Jokowi memperlihatkan bahwa kerapian dalam berpakaian adalah penting bagi seorang pemimpin untuk terlihat berwibawa. Mitos dari gambar ini adalah penampilan akan membuat seseorang terlihat bersinar. Penampilan seorang pemimpin berkaitan dengan *brand* dan persepsi masyarakat kepadanya. Oleh karena itu, seorang pemimpin harus menjaga penampilannya saat berdiri di depan masyarakatnya. Berkaitan dengan pengelolaan *brand* ini, Al Rais berkata bahwa persepsi itu lebih penting dari realitas dan seringkali persepsi itu sendiri adalah realitas. Oleh karena itu, dalam membentuk *personal branding* perlu menjalin komunikasi dan membangun persepsi yang benar tentang diri (Astuti, 2016 : 9).



Gambar 4.

Jokowi berada di Lombok bersama warga korban bencana gempa bumi dan meneriakkan “kita Indonesia”.

Gambar 4 terdapat pada menit ke 39:25 detik pada video *closing ceremony* Asian Games 2018, di segmen kata sambutan dari presiden Republik Indonesia, Joko Widodo dari lokasi bencana alam Lombok.

Gambar ini bermakna Jokowi mengunjungi warga Lombok dengan menggelar acara nonton bareng acara penutupan Asian Games 2018. Gambar ini juga bermakna Jokowi adalah pemimpin yang ramah dan dekat dengan rakyatnya, dengan berinteraksi langsung, memberikan semangat, serta menghibur warga korban bencana alam Lombok. Mito gambar ini adalah Jokowi sebagai seorang pemimpin merupakan sumber kekuatan bagi rakyatnya.

Perilaku Jokowi yang mana ia mengunjungi langsung warga korban bencana Lombok mencerminkan karakternya yang senang membantu dan peduli dengan masyarakat. Proses penanaman karakter seorang kandidat di masyarakat, hendaknya dilakukan secara terus-menerus dengan memanfaatkan setiap kesempatan. Rampersad (2008) mengutip pendapat Bill Lang yang mengatakan bahwa setiap citra diri yang ingin anda proyeksikan dalam setiap tindakan anda, bukan sesuatu yang palsu atau dangkal (Haroen, 2014 :108). Artinya, penanaman karakter diri seorang kandidat kedalam pikiran masyarakat, dilakukan sejak lama, bukan dilakukan secara instan pada masa-masa kampanye berlansung.

Relevansi Karakter Jokowi pada Video Asian Games 2018

Relevansi karakter merupakan keterkaitan hal-hal yang dibutuhkan masyarakat dengan karakter seseorang. Relevansi karakter menjadi salah satu hal yang bisa menguatkan *mind* masyarakat terhadap seorang kandidat (Haroen, 2014: 14). Berikut potongan-potongan gambar dari video *opening* dan *closing ceremony* Asian Games 2018, yang merepresentasikan relevansi karakter Jokowi dengan *personal branding* nya.



Gambar 5.

Jokowi menaiki sepeda motor dan memakai helm.

Gambar 5 diatas terdapat pada scene 5, menit ke 05:20 detik dari video *opening* Asian Games 2018. Gambar ini menunjukkan relevansi karakter Jokowi dengan sikapnya yang mematuhi aturan lalu lintas.

Gambar 5 diatas menunjukkan bahwa Jokowi meminta paspampres untuk menyediakan helm sebelum ia mulai berkendara dengan sepeda motornya. Gambar juga bermakna Jokowi sebagai seorang pemimpin mengajak masyarakat untuk menggunakan helm untuk keselamatan dalam berkendara. Mitos dari gambar ini adalah Jokowi adalah pemimpin yang karismatik bagi rakyatnya, serta menjadi opinion leader dan contoh bagi rakyatnya dalam berperilaku.

Sosok Jokowi dinilai sangat relevan digunakan dalam kampanye penggunaan helm untuk keselamatan berkendara. Karena Jokowi adalah seorang pemimpin yang sudah dikenal, disenangi, dan dipilih oleh masyarakat. Dan, pemimpin yang sudah dipilih oleh masyarakat, tentunya adalah orang yang sudah mereka kenal, dan mereka pilih (Haroen, 2014:62).



Gambar 6.

Jokowi melompati kemacetan

Gambar 6 diatas terdapat pada scene 5, menit ke 05:42 detik dari video opening ceremony Asian Games 2018. Gambar ini menampilkan relevansi karakter Jokowi yang berwibawa dengan sikapnya yang ikut serta menjadi bagian dari kemeriahan acara opening ceremony Asian Games 2018.

Gambar 6 menunjukkan bahwa Jokowi melakukan atraksi *jumping* dengan motornya di tengah kemacetan. Perilaku Jokowi ini juga bermakna bahwa Jokowi memiliki kekuatan untuk melewati kemacetan yang sedang terjadi. Mitos dari perilaku Jokowi ini adalah Jokowi sebagai kepala negara memiliki kekuatan yang akan memudahkannya dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai seorang pemimpin.



Gambar 7.

Jokowi bergoyang mengikuti alunan lagu “Meraih Bintang” yang menjadi salah satu *soundtrack* Asian Games 2018.

Gambar 7 diatas terdapat pada durasi 01:01: 34 detik dari tayangan video *closing ceremony* Asian Games 2018. Gambar ini memiliki relevansi dengan karakter Jokowi yang dekat dengan rakyat, yang ditunjukkan dengan Jokowi bergoyang mengikuti alunan lagu “Meraih Bintang”, yang menjadi salah satu *soundtrack* Asian Games 2018.

Gambar 7 ini menunjukkan bahwa Jokowi bergoyang menikmati alunan lagu “Meraih Bintang” yang dinyanyikan oleh Via Vallen pada pembukaan Asian Games 2018. Gambar ini juga bermakna Jokowi ikut menyemangati para atlet yang akan bertanding dengan mengedepankan nilai-nilai sportifitas, sebagaimana yang terdapat dalam lirik lagu “Meraih Bintang” tersebut. Mitos dari gambar 7 ini adalah Jokowi memiliki kekuatan untuk mengendalikan rakyatnya.

Konsistensi Jokowi dalam Membentuk *Brand*

Konsistensi sangat diperlukan dalam membentuk sebuah brand yang unggul atau ekuitas. Terutama konsistensi terhadap nilai-nilai sebuah *brand* atau merek. Upaya pemeliharaan nilai-nilai personal dan karakter yang positif seorang kandidat politik adalah bentuk konsistensi mereka dalam membentuk *personal branding* (Wasesa, 2011:44). Sehingga mereka akan memperoleh kepercayaan rakyat yang stabil terhadap diri dan partai. Berikut potongan-potongan gambar dari video *opening* dan *closing ceremony* Asian Games 2018 yang merepresentasikan konsistensi *personal branding* Jokowi. Gambar 2 menunjukkan konsistensi Jokowi dalam membentuk *brand* nya sebagai pribadi yang taat pada peraturan, khususnya peraturan berlalu lintas. Jokowi menghormati dan memperhatikan keselamatan pengguna jalan lainnya, terutama pejalan kaki, dengan mendahulukan pejalan kaki untuk melintasi *zebra cross* dengan selamat.

Perilaku Jokowi pada gambar-gambar di atas adalah salah satu cara untuk membuat masyarakat merasa tertarik kembali kepadanya. Hal ini juga merupakan implementasi dari perkataan Wasesa (2013), bahwa seorang kandidat politik perlu melakukan pembaruan *brand* setiap tiga bulan sekali. Entah itu pembaruan fungsi atau pun pembaruan program yang dijalankannya (Wasesa, 2013:35). Pada gambar 2 diatas, Jokowi menunjukkan kepeduliannya terhadap rakyat dengan membantu anak-anak menyeberangi jalan. Artinya, kepedulian terhadap rakyat bisa ditunjukkan dalam berbagai keadaan. Tidak hanya semata-mata membagikan sembako terhadap warga yang tertimpa musibah, tetapi juga bisa diwujudkan dalam bentuk kepedulian terhadap keselamatan rakyat. Dengan demikian, masyarakat dapat melihat bahwa konsistensi Jokowi dalam mempertahankan *brand* nya di masyarakat benar-benar dilakukan setiap saat, tidak hanya pada saat-saat kampanye pemilu berlangsung.

Simpulan

Personal branding yang ditampilkan oleh Joko Widodo pada Asian Games 2018 adalah seorang pemimpin dengan karakter yang ramah dan dekat dengan rakyat, taat pada peraturan, rapi dan berwibawa, serta peduli dengan rakyatnya. Keseluruhan karakter ini tentunya diiringi dengan tindakan dan konsistensi Jokowi dalam *personal branding*nya. Sehingga masyarakat akan selalu mengingat dan mengenalnya dengan *personal branding*nya yang positif.

Referensi

- Agung, Silih .W, 2011. *Political Branding & Public Relations Saatnya Kampanye Sehat, Hemat, dan Bermartabat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Haroen, Dewi, 2014. *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Misni Astuti, 2016, *Konstruksi Sosial Media Terhadap Kekuatan Personal Branding Tri Rismaharini dalam Proses Komunikasi Politik Kontemporer (Analisis Framing pemberitaan di Media Online Republika.com dan Tempo.com)*, jurnal dakwah dan komunikasi, vol.1, no.1, E-ISSN : 2458-3366, P-ISSN : 2458-3293.
- Muhammad Djarot, 2019, *Wujud Kesantunan dan Makna Dasar Pragmatik Imperatif dalam Tuturan Antar Mahasiswa Melayu Sambas di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan IAIN Pontianak*, jurnal Philosophica, vol. II , no.1
- Karaduman, Ilkay, 2013. *The Effect of Social Media on Personal Branding Efforts on Top Level Executives*. Procedia- Social and Behavioral Science.
- Silvia Ariani Poedjianto, 2014, *Representasi Maskulinitas Laki-laki Infertil dalam Film Test Pack Karya Ninit Yunita*, Tesis Magister Media dan Komunikasi Universitas Airlangga
- <http://www.Kumparan.com/> korea talk, diakses pada 09 Desember 2018