

**PERSONAL BRANDING AKUN INSTAGRAM
@DOSIELFIAN_SMARTSPEAKING
(Analisis Konten Pesan Pencitraan)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**MABRUR
NIM. 160401032
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1442 H/2021 M**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

MABRUR

NIM. 160401132

Disetujui Oleh:

جامعة الرانيري

Pembimbing I,

A R - R A N I R Y

Pembimbing II,

Drs. Baharuddin AR, M.Si
NIP. 19651231 199303 1 035

Syabul Furgany, M. I. Kom
NIP. 19890428 201903 1 011

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh


**MABRUR
NIM. 160401132**

Pada Hari/Tanggal

**Kamis, 29 Juli 2021 M
19 Zulhijjah 1442 H**

**di
Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah**

Ketua,


**Drs. Baharuddin AR, M. Si
NIP. 196512311993031035**

Sekretaris,


**Syahril Furqany, M.I.Kom.
NIP. 198904282019031011**

Anggota I,

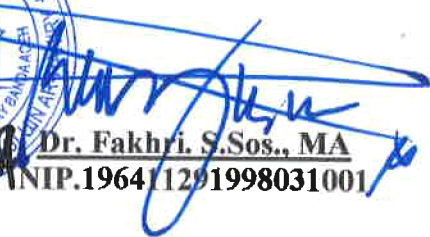

**Dr. Hendra Syahputra, M.M
NIP. 197610242009011005**

Anggota II,


**Arif Ramdan, M.A
NIDN. 20310780001**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**




**Dr. Fakhri S.Sos., MA
NIP.196411291998031001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini Saya:

Nama : Mabrur

NIM : 160401032


Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di fakultas dakwah dan komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 23 Juli 202
Yang Menyatakan




Mabrur
NIM. 160401032

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasa selalu melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun karya ilmiah ini. Shalawat dan salam penulis hantarkan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membekali umatnya dengan pengetahuan dan pendidikan yang sempurna. Dengan qudrah dan iradah Allah SWT dan juga berkat bantuan dari semua pihak, penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul **“PERSONAL BRANDING AKUN INSTAGRAM @DOSIELFIAN_SMARTSPEAKING (ANALISIS KONTEN PESAN PENCITRAAN)”**. Dengan selesainya skripsi ini penulis turut menyampaikan ribuan terima kasih yang tak terhingga kepada:

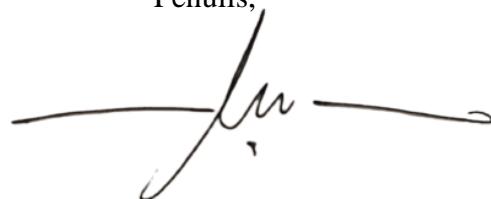
1. Yang teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Iskandar Affan, S.Pd dan ummi tersayang Nurlaila yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kesabaran dan kasih sayang juga yang tak henti-hentinya mendoakan, memberikan semangat serta dukungannya sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan hingga sampai jenjang sarjana. Begitu juga kepada keluarga besar dan sanak saudara yang ikut mendoakan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

2. Prof. Dr. H. Warul Walidin AK. MA. Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu dan belajar di UIN Ar-Raniry.
3. Dr. Fakhri S.Sos, MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri M.LIS selaku Wakil dekan I, Zanuddin T. M.Si selaku Wakil dekan II, dan Dr. T Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III.
4. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST.,MM.
5. Ibu Anita S. Ag., M. Hum selaku Sekretaris Prodi KPI yang selalu meluangkan waktu untuk para mahasiswa KPI berkonsultasi terkait permasalahan akademik.
6. Pembimbing 1 Bapak Drs. Baharuddin AR, M.Si, yang telah meluangkan waktu serta sabar dalam memberikan arahan terbaiknya dan bimbingan kepada penulis meskipun konsultasi harus dilakukan secara online karena pandemi Covid-19. Pembimbing 2 Syahril Furqany, M. I. Kom, sebagai pembimbing beliau terus memberikan arah-arahan terbaik ketika melakukan proses bimbingan secara daring dan tidak pernah mengabaikan pesan ketika penulis menanyakan perihal bimbingan skripsi, serta terus memberikan semangat maupun motivasi.
7. Dosen wali atau penasehat akademik Rusnawati, S.Pd, M.Si yang selalu punya waktu dan memberikan arahan ketika melakukan proses bimbingan proposal skripsi.

8. Para dosen dan asisten dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
9. Kepada sahabat-sahabat penulis, Talinda Ainil Fitrah, Ahmad Sayuti, Khairul Azmi, Ilham Maulana, Khairul Akhyar, Fajri Geubrina, Meisy Handayani, Saripah Ririn Priyanti Siregar. Dan juga teman saya yang telah menemani proses pembuatan skripsi ini serta memberi motivasi dan dukungannya. Serta kepada teman-teman KPI 16 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.
10. Terima kasih kepada Bapak Dosi Elfian dan tim kreatif akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking, yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian serta sudah bersedia untuk memberikan beberapa informasi yang diperlukan sehingga saya bisa menyelesaikan tugas skripsi saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua pihak.

Banda Aceh, 23 Juli 2021
Penulis,

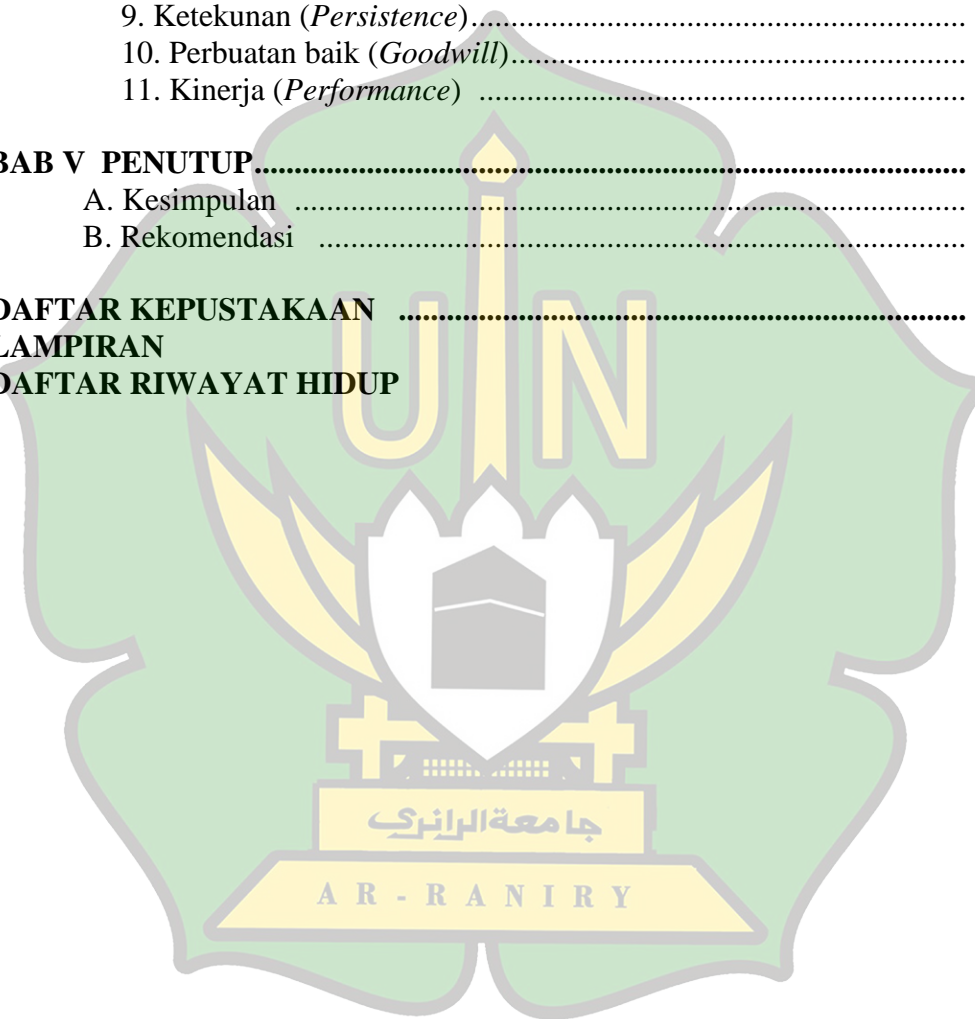


Mabror

DAFTAR ISI

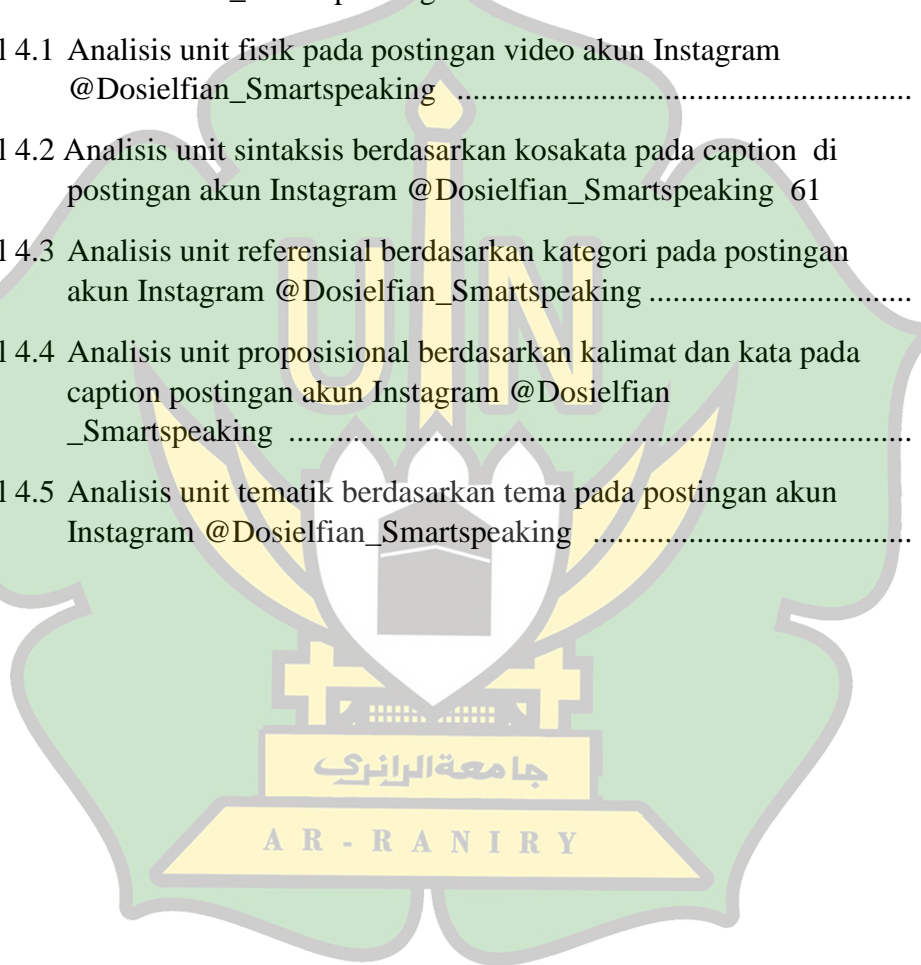
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Operasional	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Kajian Terdahulu	13
B. Tinjauan Personal Branding	17
C. Tinjauan New Media	22
D. Pencitraan	30
E. Teori yang Relevan	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Fokus dan Jenis Penelitian	41
B. Sumber Data	42
C. Teknik Pengumpulan Data	42
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
E. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Profil Dosielfian Smartspeaking	54
B. Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	55
C. Analisis Isi Proses Pembentukan Personal Branding Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	57
1. Analisis Unit Fisik	58
2. Analisis Unit Sintaksis	60
3. Analisis Unit Referensial	63
4. Unit Analisis Propositional	65
5. Unit Analisis Tematik	67
D. Pesan Pencitraan Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking ..	70
1. Pesan <i>Image Building</i>	70
2. Kekuatan Pesan	71
E. Analisis dan Pembahasan	72

1. Keautentikan (<i>Autheticity</i>)	72
2. Integritas (<i>Integrity</i>)	73
3. Konsistensi (<i>Consistency</i>)	74
4. Spesialisasi (<i>Specialization</i>)	74
5. Otoritas (<i>Authority</i>)	75
6. Keistimewaan (<i>Distinctiveness</i>)	76
7. Relevan (<i>Relevant</i>)	76
8. Visibilitas (<i>Visibility</i>).....	77
9. Ketekunan (<i>Persistence</i>).....	77
10. Perbuatan baik (<i>Goodwill</i>).....	78
11. Kinerja (<i>Performance</i>)	78
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Rekomendasi	82
DAFTAR KEPUSTAKAAN	84
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sampel penelitian poster pada Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	44
Tabel 3.2 Sampel penelitian foto pada Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	46
Tabel 3.3 Sampel penelitian video pada Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	49
Tabel 4.1 Analisis unit fisik pada postingan video akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	58
Tabel 4.2 Analisis unit sintaksis berdasarkan kosakata pada caption di postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking 61	
Tabel 4.3 Analisis unit referensial berdasarkan kategori pada postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	64
Tabel 4.4 Analisis unit proposisional berdasarkan kalimat dan kata pada caption postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	66
Tabel 4.5 Analisis unit tematik berdasarkan tema pada postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	68



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Sampel Postingan Foto Instagram @Dosielfian_Smartspeaking
Periode April 2020 - April 2021
- Lampiran 2: Sampel Postingan Video Instagram @Dosielfian_Smartspeaking
Periode April 2020 - April 2021
- Lampiran 3: Sampel Postingan Poster Instagram @Dosielfian_Smartspeaking
Periode April 2020 - April 2021
- Lampiran 4: Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-
Raniry Banda Aceh tentang Pembimbing Skripsi
- Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah "**Personal Branding Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking (Analisis Konten Pesan Pencitraan)**" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembentukan personal branding dari sosok Dosi Elfian yang merupakan seorang Master of Ceremony (MC) ternama di Aceh melalui akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori karakteristik pembentukan personal branding menurut Hubert K Rampersad yang memiliki 11 nilai karakteristik personal branding yaitu keautentikan, integritas, konsistensi, spesialisasi, otoritas, keistimewaan, relevansi, visibilitas, ketekunan, perbuatan baik, dan kinerja. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif melalui model Krippendorf. Pada penelitian ini unit analisis isi yang digunakan adalah unit fisik, unit sintaksis, unit referensial, unit proposisional, dan unit tematik. Sementara ruang lingkup studi ini mencakup postingan foto, video, poster serta caption dalam rentang waktu April 2020 - April 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @Dosielfian_Smartspeaking lebih memfokuskan pada postingan terkait kegiatan-kegiatan dari Dosi Elfian saat menjadi MC, inilah nilai yang paling dominan yang ditonjolkan untuk membentuk personal branding pada akun tersebut. Namun uniknya, hasil analisis pada kategori kebaikan (goodwill) terdapat penyebutan kata "Bismillah" sebanyak 73 kali pada caption dari total 76 konten yang diposting. Hal ini menunjukkan personal branding yang ingin dibangun juga berkaitan dengan nilai identitas diri sebagai seorang muslim yang baik. Selain itu, dalam membangun personal branding, semua postingan pada akun tersebut terdapat tagar #dosielfiansmartspeaking yang menandakan kekuatan pesan pencitraan dari *image building* yang dibangun.

Kata Kunci: Personal Branding, Pencitraan, Analisis Isi

AR - RANIRY

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Derasnya arus perkembangan teknologi informasi digital telah membawa perubahan baru dalam interaksi sosial kehidupan manusia. Hal ini ditandai dengan munculnya internet (*Interconnected Network*) sebagai suatu jaringan yang digunakan untuk saling berinteraksi dan bertukar informasi antar individu lainnya. Pada kemunculannya internet sangat cepat diterima oleh masyarakat, ini terbukti dengan pengguna media internet di Indonesia sebagai salah satu pengguna terbesar di dunia.

Kemudahan informasi yang diberikan, menjadikan internet sebagai media yang paling diminati di masyarakat.¹ Kemajuan teknologi saat ini mengakibatkan berkembangnya pola komunikasi masyarakat, ditandai dengan banyaknya bermunculan *new media* sebagai jejaring sosial ditengah-tengah masyarakat. Jejaring sosial atau sering disebut media sosial merupakan wadah untuk berekspresi diri di internet, berinteraksi antar pengguna, berbagi informasi dan membentuk hubungan sosial secara virtual.²

Sejumlah *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* telah menarik minat masyarakat dunia untuk saling berkomunikasi jarak jauh maupun

¹ Iin Soraya, *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)*, (Jakarta Timur: Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika Jakarta, 2017), Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 2, September 2017, hal. 30.

²Dita Rachmawati, Dini Salmiyah Fithrah Ali, *Analisis Personal Branding Selebgram Nonselebriiti Akun Instagram @Lippielust*,Warta ISKI, p-ISSN: 0853-4470 - Vol. 01, No. 01 (2018), pp. 34-40.

berbagi informasi dengan sangat cepat. Kemunculan media sosial ini mampu mengikis eksistensi media-media *mainstream* seperti televisi, radio, surat kabar ataupun media lain yang sejenisnya. Media sosial juga sering digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang *cyber*.³

Kehadiran media sosial juga telah memudahkan penyebaran informasi dan komunikasi jarak jauh menjadi lebih cepat dan mudah dengan biaya yang cenderung lebih rendah. Salah satu *platform* media baru yang belakangan ini banyak digandrungi oleh masyarakat dunia adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan baik oleh kalangan remaja, anak-anak, bahkan para pebisnis.

Media sosial instagram yang memiliki fokus pada platform berbagi foto serta video tersebut semakin tinggi kepopulerannya sampai-sampai mampu menyamai dengan kepopuleran dari *Twitter* maupun juga *Facebook*. Sejak diluncurkan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger seorang *programmer* komputer dan pengusaha internet kini media sosial instagram telah menjadi primadona interaksi secara online, baik di dunia maupun di Indonesia. Seiring perkembangan teknologi informasi, media jejaring sosial saat ini bukan hanya digunakan sebagai media hiburan atau untuk mengekspresikan keadaan diri, namun digunakan juga sebagai perantara pembentukan personal diri seseorang atau sering disebut dengan

³ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), edisi 1, cet ke 2, hal. 36.

personal branding. *Personal branding* bisa dikatakan sebagai salahsatu jenis kegiatan untuk mengungkapkan aktualisasi diri sehingga *Personal branding* juga merupakan sebuah kegiatan yang dapat mengontrol cara pandang/persepsi orang lain terhadap diri seseorang, sehingga dengan membangun suatu *personal branding* maka seseorang berpotensi terhadap mempengaruhi pandangan orang lain bagi dirinya sesuai dengan kehendaknya.⁴ Seorang *Public Speaker*, Dosi Elfian menggunakan media sosial *Instagram* dengan akunnya @Dosielfian_Smartspeaking untuk melakukan *personal branding*. Ia merupakan salah seorang yang sangat berkompeten sebagai pembawa acara dalam berbagai event-event khususnya kegiatan formal baik dari pemerintah maupun non-pemerintah di Aceh.

Dengan penampilannya yang formal dan bergaya menarik seperti anak muda, ia sering membawakan sejumlah acara yang bergengsi. Hal ini terlihat beberapa acara yang pernah dipandu olehnya sebagai pembawa acara ataupun sebagai pelatih *public speaking* yakni acara Agam Inong Banda Aceh 2020, Ajang Pemilihan Duta Generasi Berencana 2020 yang digelar Badan Kependudukan Keluarga Berencana (BKKBN) Aceh, Acara bertajuk “*Panteu Meudiwana*” 2020 yang digelar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, Gebyar Merah Putih Semangat Untuk Negeri yang digelar Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Aceh dan TVRI, RAKERDA dilingkungan KANWIL BPN Aceh sebagai pemateri dasar-dasar Komunikasi Publik, dan lainnya.

⁴Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset....* Hal. 32.

Profesi yang dijalankan Dosi Elfian sebagai pembawa acara dan pelatih *public speaking* tersebut tentunya berkaitan erat dengan proses terciptanya citra diri maupun *personal branding*. Karena untuk membentuk sebuah brand pada diri yang mana bisa dikenal oleh orang banyak bukanlah hal yang mudah, perlu adanya persiapan matang baik secara internal maupun eksternal. Pada dewasa ini banyak individu yang memang belum sadar terkait perlunya membangun sebuah *personal branding* dalam dirinya yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah positif juga bagaimana pandangan orang-orang bagi dirinya sendiri.

Dalam hal ini identitas diri dari individu tersebut dibentuk secara simultan dalam ruang virtual maupun pada realitas masyarakat sosial. Sementara itu masyarakat di Indonesia umumnya identik dikenal dengan sebutan masyarakat majemuk (*plural society*) dan terdiri dari berbagai macam suku bangsa, memeluk agama dan kepercayaan yang berbeda-beda, serta mempunyai bahasa dan corak sosial budaya yang tidak memiliki kesamaan antara yang satu dengan yang lain-lainnya. Kemajemukan masyarakat dan banyaknya penduduk yang mendiami negara Indonesia menjadikan Indonesia negara yang aktif juga peka terhadap *discovery* atau penemuan baru yang mampu memberikan dampak baik bagi kehidupan sosial, salah satunya bisa mempermudah seseorang dalam melakukan komunikasi. Hal ini bisa dilihat dari pengguna aktif media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia.⁵

⁵ Franzia, Elda, “*Personal Branding Melalui Media Sosial*”, Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Trisakti, Seminar Nasional Pakar ke 1 Tahun 2018, ISSN (P) : 2615 – 2584. hal.15.

Namun kebanyakan dari penggunaan media sosial masih banyak yang tidak memanfaatkan ruang media ini sebagai perantara dalam menciptakan *personal branding*-nya. Padahal media sosial membuka peluang besar bagi pembentukan *personal branding* yang mana dapat memberikan efek positif bagi usaha maupun individu. Selain itu, *personal branding* juga berperan penting dalam pembentukan cerminan dari jati diri seseorang dan sering kali dikaitkan dengan kualitas, kemampuan juga kapabilitas profesional seorang individu.

Citra diri seseorang tidak hanya dilihat dari kemampuan berbicaranya, akan tetapi meliputi *Grooming* atau penampilan diri seperti cara berpakaian, bersikap dan berinteraksi dengan lingkungannya. *Personal branding* juga harus mempunyai suatu nilai-nilai lebih seperti halnya visi, misi, keunggulan, minat dan tujuan yang jelas serta mengetahui akan kelebihan diri. Hal inilah yang akan menjadi nilai lebih dari seseorang. Melalui beberapa tahapan yang dapat dilakukan sebelumnya seperti *assessment* atau penilaian diri sendiri, bertanya kepada orang lain apa kelebihan dan kekurangan yang ada, *survey* singkat, hingga berkonsultasi dengan beberapa orang ahli.

Pembentukan *personal branding* seseorang sama seperti kita merebut pasar penjualan, hanya saja produk yang dijual berbeda. Dalam *personal branding* ini kita harus mampu menunjukkan kualitas diri yang lebih baik dan profesional dibandingkan orang lain. Sejumlah tokoh juga banyak memanfaatkan *personal branding* ini sebagai alat untuk mencapai tujuannya. Beberapa diantaranya ialah Barrack Obama yang menggunakan *personal branding* dan mengampanyekan dirinya sebagai calon presiden Amerika Serikat melalui media sosial.

Ia merupakan contoh sukses penggunaan twitter dan situs jejaring sosial lainnya dalam melakukan *personal branding* sebagai upaya kampanye politiknya. Obama berhasil menyedot animo warga Amerika Serikat untuk berinteraksi langsung melalui situs jejaring sosial.⁶ Kampanyenya melalui sosial media berusaha menyentuh sisi paling personal pendukungnya, tidak hanya sukses memperkenalkan sosok Obama, tetapi juga menggerakkan simpati para pemilih pemula dan generasi muda turut mempromosikan Obama, hingga akhirnya ia menjadi presiden berkulit hitam pertama kali di Amerika Serikat.

Tokoh lainnya yang berhasil menerapkan *personal branding* melalui media sosial ialah Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil. Ia menggunakan media sosial untuk menampilkan sosok dirinya sebagai calon Gubernur Jawa Barat pada 2018. Dia membangun *personal branding*-nya sebagai tokoh yang mempunyai gagasan dan pemikiran luas dan akrab dengan dunia kreatif para anak muda *millennials*. Mayoritas visual gagasan tersebut dipublish oleh Ridwan Kamil pada akun media sosialnya seperti Instagram maupun Facebook.

Akun media sosial merupakan salah satu media yang penting dan focal dalam proses sosialisasi kampanye dirinya.⁷ Sebuah *personal branding* akan berhasil jika seseorang mampu mengkombinasikannya dengan media dan strategi penyampaian

⁶ Dicky Septriadi, *Analisis Proses Pembentukan Personal Brand Melalui Social Media (Studi kasus proses pembentukan Personal Brand Chappy Hakim dan Yunarto Wijaya melalui Twitter)*, (Tesis) Program Pasca Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia, (Jakarta: 2012). Diakses pada 23 Desember 2020 (pukul 23:49). Hal. 62.

⁷ Puspita Yuli Pradita, *Komparasi Personal Branding Ridwan Kamil: Pemilu Walikota Bandung 2013 dan Pemilu Gubernur Jabar 2018*, Serat Rupa Journal of Design, January 2019, Vol.3, No.1: 01-24 E-ISSN: 2477-586X, ISSN: 2338-3348, (Email: puspita2805@gmail.com). Hal. 12.

pesan yang tepat untuk menggambarkan kemampuan, kredibilitas dan kharisma. Apabila *personal branding* telah tercapai secara efektif, seseorang dapat menunjukkan kepada audiens tentang siapa dirinya, apa saja keahliannya, apa yang membedakan dirinya dengan orang lain dan juga dapat mempengaruhi persepsi orang terhadap diri kita.

Namun jika seseorang tidak mampu memilih media dan memanfaatkannya dengan strategi yang benar maka hal tersebut tidak akan efektif terhadap *personal branding* yang dibangun. Ketika membangun *branding*, Audiens juga akan melihat terlebih dahulu hasil (barang/jasa) yang dalam hal ini adalah postingan yang telah ditampilkan oleh seseorang, mereka akan menilai sejauh mana kemampuan pada realita keseharian dengan isi postingannya.

Beberapa keuntungan yang didapat dari *personal branding* adalah menjadi "top of mind", meningkatkan wewenang dan kepercayaan dalam keputusan, menempatkan diri dalam peran leadership, meningkatkan prestis, mendapatkan pengakuan, mencapai tujuan.⁸ Banyaknya saingan maupun teknik-teknik yang digunakan dalam menciptakan *brand* diri, diperlukan upaya dan proses yang terus menerus dilakukan untuk menancapkan *brand* itu ke hati publik dengan berbagai cara dan proses.

Dalam hal ini penulis mengambil akun Instagram @dosielfian_smartspeaking yang menggunakan media sosial Instagram sebagai

⁸ Dyah Arini Widyastuti, Pamerdi Gili Wiloso, Seto Herwandito, *Analisis Personal Branding di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an d'Anthes di Instagram)*, Journal Binadarma, <http://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/649/345/> (Diakses pada 23 Desember 2020, pukul 22:59 WIB)

perantara interaksi dengan para pengguna instagram lainnya serta bagaimana cara mempromosikan dirinya sebagai seorang pembawa acara (*public speaker*) yang mampu bersaing dengan para *Public speaker* yang telah duluan terkenal.

Pada postingannya, akun ini juga ikut memperlihatkan citranya yang handal dalam profesi serta professional secara penampilan. Hal ini menarik perhatian dari penulis tentang bagaimana pemanfaatan media sosial instagram yang digunakan oleh akun @dosielfian_smartspeaking dalam membentuk *personal branding* terhadap profesi yang dijalankan sehingga berdampak menjadi citra positif bagi dirinya. Berdasarkan latar belakang maka penulis mengambil penelitian yang berjudul: “*Personal Branding Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking (Analisis Konten Pesan Pencitraan)*”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pembentukan personal branding pada akun instagram @Dosielfian_Smartspeaking menggunakan metode Krippendoff ?
2. Apa saja isi pesan pencitraan yang terdapat pada akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking ?

C. Tujuan Penelitian

1. Dapat mengetahui bagaimana proses pembentukan personal branding akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking menggunakan analisis isi Krippendorf.

2. Untuk mengetahui pesan pencitraan apa saja yang digunakan pada akun instagram @Dosielfian_Smartspeking ?

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis :

- a. Hasil dari penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan pengetahuan.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman dan mampu memberikan sumbangsih bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya yang terkait dengan penelitian dalam ranah komunikasi verbal dari perspektif personal branding.

2. Secara Praktis :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu komunikasi.
- b. Melatih diri dari mengembangkan pemahaman kemampuan berfikir penulis melalui penulisan skripsi ini.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan mendalam tentang bagaimana menciptakan citra diri dengan pendekatan personal branding melalui akun instagram.
- d. Sebagai kontribusi dalam menambah wawasan untuk masyarakat serta seseorang yang akan menjadi *Public speaker*.

E. Definisi Operasional

Skripsi ini berjudul Personal Branding Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeking (Analisis Konten Pesan Pencitraan) Untuk

menghindari kesalahpahaman, penyusun akan menjelaskan dan menguraikan batasan-batasan istilah yang ada pada judul skripsi di atas.

1. Personal Branding

Personal branding merupakan merek "diri anda" dibenak semua orang yang anda kenal. Ini akan membuat semua orang memandang anda secara berbeda dan unik. Orang mungkin akan lupa dengan wajah anda, namun "merek diri" anda akan selalu diingat oleh mereka. Konsistensi merupakan prasyarat utama dari personal branding yang kuat. Hal-hal yang tidak konsisten akan melemahkan personal branding anda, dimana pada akhirnya akan menghilangkan kepercayaan serta ingatan orang lain terhadap diri anda.⁹ Dalam hal ini Dosi Elfian menggunakan *platform* media sosial Instagram dengan nama akun @Dosielfian_Smartspeaking sebagai sarana untuk membentuk citra diri.

2. Instagram

Kevin System dan Mike Krieger mendefinisikan *Instagram* sebagai aplikasi yang mendukung fitur saling berbagi foto antar pengguna Instagram lainnya di seluruh dunia. Instagram menyerupai galeri foto raksasa di mana antara satu pengguna dan pengguna lain bisa saling melihat hasil karya foto dan membangun jaringan pertemanan.¹⁰ Dalam penelitian ini penulis menggunakan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking sebagai objek penelitian. Pada

⁹ Farco Siswiyanto Raharjo, *The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*, (Yogyakarta: Quadrant, 2019), hal. 4.

¹⁰ Jubile Enterprise, *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*, (Jakarta: Gramedia, 2012), hal. 2.

akun ini hal-hal yang penulis teliti ialah mengenai unsur-unsur postingan dalam membangun *personal branding* sebagai seorang *public speaker traineer*.

3. Konten

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.¹¹

4. Analisis

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengenai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu, kemudian dicari kaitannya dan ditafsir maknanya.¹²

5. Pencitraan

Citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya . Citra merupakan bayangan, lukisan, gambaran tentang sesuatu yang mungkin tercipta dalam ketidaksengajaan atau terbentuk dari perilaku yang terus-menerus sehingga pihak pemerhati kemudian memberikan persepsi yang dipengaruhi bagaimana orang memandang, pola pikir, gambaran menurut orang-perorang atau khalayak. Namun citra yang sebenarnya bersifat alami, meskipun tentu tidak eksak karena ia hanyalah lukisan dan gambaran seseorang atau segala sesuatu, sering citra termanipulasi atau justru dimanipulasi untuk sengaja dibangun (pencitraan

¹¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/konten>, (Diakses pada tanggal 9 Desember 2020, pukul 15:58 WIB).

¹² Makimuddin, dkk. *Analisis Sosial: Persepsi Dalam Advokasi Irigasi*, (Bandung: Yayasan AKATIGA, 2016), hal. 40.

diri) untuk maksud tertentu.¹³ Pencitraan berkaitan dengan personal branding yang saat ini digunakan untuk mengangkat nama orang agar menjadi populer dan dikenal orang.¹⁴ Adapun akun Instagram yang penulis gunakan untuk mengetahui proses pembentukan *personal branding* adalah @Dosielfian_Smartspeaking.



Gambar 1.1 tampilan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

¹³ Anisa Sri Restanti, *Tantangan dan Strategi untuk Mengembangkan Citra Positif Perpustakaan*, (Jawa Tengah: General Soedirman University), Record And Library Journal, e-ISSN 2442-5168, Vol 1, Nomor 2, Juli – Desember 2015, hal. 97-98.

¹⁴ Rina Handayani, *Personal Branding Pustakawan di Perpustakaan*, Pustakaloka Vol. 7. No. 1 Tahun 2015, hal. 101.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu diperlukan untuk melihat hasil analisis dan pemaparan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan juga untuk menghindari kesamaan judul penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam penelusuran penulis, penelitian tentang Personal Branding Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking (Analisis konten pesan pencitraan) termasuk penelitian aktual. Namun ada beberapa penelitian yang penulis anggap ada keterkaitan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan, yaitu:

Pertama: Skripsi dari Tisa Anindita Diandra Putri alumni Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta, dengan judul “Fenomena Selebgram Sebagai Bentuk *Personal Branding*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Peneliti menyebutkan hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa pemakaian aktivitas selebgram untuk personal branding dimaknai narasumber sebagai salah satu upaya mereka untuk dikenal orang sebagai sosok unik dan kreatif melalui aktivitas foto yang mereka unggah di Instagram, hal tersebut dimotivasi oleh keinginan mereka untuk menyalurkan hobi dan keterampilan mereka.

Penelitian ini juga menyebutkan bahwa penggunaan *platform* yang mudah dijangkau semua kalangan ini dipandang oleh mereka bermanfaat untuk

mendapatkan endorsement, teman baru, relasi, uang dan pekerjaan.¹⁵ Persamaan dalam penelitian ini dengan yang penulis teliti terletak pada sumber data yang digunakan, yaitu sumber data yang diperoleh dari *platform* media sosial Instagram.

Namun ada perbedaan yang signifikan pada penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu terletak pada metode penelitian, pendekatan fenomenologi, subjek penelitian dan objek kajiannya. Penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan mengkaji fenomena Instagram sebagai bentuk *personal branding* dengan subjek penelitian lima akun Instagram para Selebgram. Sedangkan penulis meneliti *Personal Branding* Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking (Analisis Konten Pesan Pencitraan) dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif.

Kedua: Skripsi dari Faricha Leyla Fatmasitta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dengan judul “Analisis *Personal Branding* Tasya Farasya Sebagai Beauty Influencer Melalui Youtube”. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan melibatkan dua coder untuk mencapai objektivitas penelitian, selanjutnya hasil coding dihitung menggunakan rumus Holsti. Hasil data dan persentase yang ditelitinya menunjukkan bahwa kecenderungan *personal branding* yang muncul dalam seluruh video Youtube Tasya Farasya adalah aspek spesialisasi dengan dimensi kemampuan dengan menampilkan keterampilan dan pengetahuannya mengenai dunia kecantikan dalam video-video tutorial, *how to create*, tips, dan saran-saran untuk audiensnya yang

¹⁵ Tisa Anindita Diandra Putri, *Fenomena Selebgram Sebagai Bentuk Personal Branding*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta, 2016, diakses Desember 2020.

membuat masyarakat melihat Tasya sebagai seorang yang professional dan berbakat.¹⁶

Persamaan penelitian ini dengan skripsi yang penulis tulis terletak pada objek yang diteliti yaitu *personal branding* pada media sosial. Namun perbedaan signifikannya terletak pada metode penelitian dan objek kajian, penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dengan objek kajiannya pada akun media sosial Youtube. Sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif model dari Krippendorff dan objek kajiannya pada akun media sosial Instagram @Dosielfian_Smartspeaking.

Ketiga: Skripsi berjudul “*Personal Branding Storygrapher Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Akun @Amazing Periode 1 April 2017 - 1 April 2018)*” dari Rizky Nindi Lestari, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif deskriptif. Indikator yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah berdasarkan lima skala dimensi *Five Brand Personality Traits* beserta lima belas indikatornya dan kategori *storygraphy* dengan tiga indikator yaitu foto, *caption about photo or behind the scene* (caption yang menjelaskan tentang foto atau proses dibalik pengambilan foto), dan *caption story* (caption yang bercerita).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @amazing memenuhi lima skala dimensi *five brand personality*, kategori *Sincerity* (ketulusan) mendominasi karakter yang membentuk personal branding Alex dengan persentase

¹⁶ Faricha Leyla Fatmasitta, *Analisis Personal Branding Tasya Farasya Sebagai Beauty Influencer Melalui Youtube*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019, diakses pada Desember 2020.

sebesar 26,65%. Selain itu, hasil analisis pada kategori *Storygraphy* menunjukkan akun Instagram @amazing merupakan sarana untuk membentuk *personal branding* sebagai *Storygrapher* karena Alex konsisten dengan ciri khasnya dalam merangkai caption yang bercerita sebagai pelengkap ilustrasi berupa foto, ditandai dengan adanya tagar #LetMeTellYouAStory.¹⁷

Keempat: Penelitian dari jurnal berjudul “Strategi *Personal Branding* Selebgram Non Selebriti” oleh Christoper Rafael Butar dan Dini Salmiyah Fithrah Ali, Universitas Telkom. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi *personal branding* selebgram non selebriti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan indikator terdiri dari kesebelas karakteristik *authentic personal branding* oleh Rampersad.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa *strategi personal branding* Ohim ialah memiliki nilai, karakter, kode perilaku dan moral, berfokus pada satu bidang, konsisten, memiliki relevansi, memiliki visibilitas, mendapatkan pengakuan, menerapkan hal positif, serta menjadi diri sendiri dengan tetap menjaga eksistensinya dan selalu memelihara hubungan yang terjalin baik dalam akun Instagram @ibrhmrsyd maupun kesehariannya.¹⁸

Kelima: Penelitian jurnal dari Misni Astuti yang berjudul “Konstruksi Sosial Media Terhadap Kekuatan *Personal Branding* Tri Rismaharini dalam Proses

¹⁷ Rizky Nindy Lestari, *Personal Branding Storygrapher Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Akun @Amazing Periode 1 April 2017 - 1 April 2018)*, (Skripsi) Program Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, 2018, diakses pada 6 Januari 2021.

¹⁸ Christoper Rafael Butar, Dini Salmiyah Fithrah Ali, *Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti*, Universitas Telkom, *Profesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, Volume 2, No. 2, Februari 2018, ISSN: 2541-3678. Diakses pada 7 Januari 2021

Komunikasi Politik Kontemporer (Analisis Framing Pemberitaan di Media Online Republika.co.id dan Tempo.com)”. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode framing Robert n Entman dengan mengkaji pemberitaan di media online Republika.co.id dan Tempo.co.

Adapun hasil penelitian yang ditemukan adalah bahwa kedua media tersebut mengkonstruksi dan membingkai sosok Risma sebagai tokoh politik perempuan yang memiliki *personal branding* yang baik di mata publik, dengan kepribadian yang ramah, disiplin, serta peka terhadap realita sosial di sekitarnya, mampu membuat Risma semakin dikagumi, komunikasi politik yang dibangun Risma dinilai tepat sasaran dan sangat humanis, hal ini tercermin dari kedekatannya pada masyarakat di segala lapisan.¹⁹

B. Tinjauan Personal Branding

1. Pengertian Personal Branding

Sebagaimana seperti yang penulis uraikan pada latar belakang sebelumnya, Mc Nally & Speak menyatakan bahwa *personal branding* merupakan merek "diri anda" di benak semua orang yang anda kenal. Ini akan membuat semua orang memandang anda secara berbeda dan unik. Orang mungkin akan lupa dengan wajah anda, namun "merek diri" anda akan selalu diingat oleh mereka.

Pada awalnya, *personal branding* dilihat sebagai sebuah cara bagi selebriti atau juga politisi untuk membuat dirinya lebih dikenal dengan menggunakan

¹⁹ Misni Astuti, *Konstruksi Sosial Media Terhadap Kekuatan Personal Branding Tri Rismaharini dalam Proses Komunikasi Politik Kontemporer (Analisis Framing Pemberitaan di Media Online Republika.co.id dan Tempo.com)*, STAIN Curup-Bengkulu, Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol. 1, No. 1, 2016, E-ISSN: 2548-3366 ; P-ISSN: 2548-3293. Diakses pada 7 Januari 2021

media sosial atau juga menggunakan situs website. Namun, menurut Labreque dengan adanya alat-alat daring telah memberi setiap orang kekuatan dalam membangun sebuah brand bagi dirinya, lalu memasarkan brand mereka kepada dunia melalui jaringan internet.

Personal branding ialah proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana semua itu memperoleh persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran.²⁰ Definisi *personal branding* menurut Montoya adalah sebuah seni dalam menarik dan menjaga lebih banyak klien dengan membentuk persepsi publik secara aktif.²¹

Dengan kata lain, *personal branding* dapat diartikan sebagai persepsi yang tertanam dan terpelihara dalam benak orang lain yang bertujuan memperoleh persepsi positif atau bagaimana orang lain mempunyai pandangan positif terhadap seseorang sehingga bisa berlanjut ke trust atau ke aksi-aksi lainnya, misalnya memilih sebagai caleg atau menggunakan jasanya. Konsistensi merupakan prasyarat utama dari *personal branding* yang kuat. Hal-hal yang tidak konsisten akan melemahkan *personal branding* anda, dimana pada akhirnya akan menghilangkan kepercayaan serta ingatan orang lain terhadap diri anda.

²⁰ Dewi Haroen, *Personal Branding (Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik)*, (Jakarta: PT Gramedia, 2014), hal. 13.

²¹ Rizky Nindy Lestari, *Personal Branding Storygrapher*, Hal. 19.

2. Proses Pembentukan Personal Branding

Menurut Montoya terdapat delapan konsep pembentukan *personal branding*. Adapun delapan konsep pembentukan *personal branding* sebagai pondasi dari personal brand yang kuat, yaitu:²²

a). Spesialisasi (*The Law of Specialization*)

Ciri khas dari sebuah *Personal brand* yang hebat adalah ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, keahlian, atau pencapaian tertentu.

b). Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Personal brand dilengkapi dengan sosok pemimpin yang dapat memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan memberikan suatu arahan yang jelas.

c). Kepribadian (*The Law of Personality*)

Sebuah *Personal brand* yang hebat didasari pada sosok kepribadian yang apa adanya dan hadir dengan ketidaksempurnaan. Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan pada konsep kepemimpinan (*The Law of Leadership*). Seorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus sempurna.

d). Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

Personal brand yang efektif harus ditampilkan dengan cara yang berbeda dari yang lainnya. Diferensiasi diperlukan supaya membedakan antara satu dengan lainnya. Selain itu, dengan perbedaan seorang akan lebih dikenal oleh khalayak.

²² Iin Soraya, *Personal Branding Laudya...*, Hal. 32-33.

e). Terlihat (*The Law of Visibility*)

Personal brand berarti harus dilihat secara konsisten dan terus menerus sampai *personal brand* seseorang dikenal. Maka *visibility* lebih penting dari *ability*. Supaya *visible* seseorang, seseorang perlu mempromosikan dirinya dan menggunakan setiap kesempatan untuk membuat dirinya terlihat.

f). Kesatuan (*The Law of Unity*)

Kehidupan pribadi yang berada di balik *personal brand* harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan dari brand tersebut. Kehidupan pribadi selayaknya menjadi cerminan dan citra yang diinginkan dalam *personal brand*.

g). Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Personal brand tidak bisa terjadi secara instan, ia membutuhkan waktu untuk tumbuh. Selama proses tersebut berjalan, penting untuk selalu memperhatikan tiap tahapan dan trend yang terjadi.

h). Nama Baik (*The Law of Goodwill*)

Sebuah *personal brand* akan memberikan hasil yang baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang dibelakangnya dipersepsikan dengan citra yang positif. Seorang tersebut harus diaosiasikan dengan sebuah nilai atau ide yang diakui secara umum positif dan bermanfaat.

3. Tujuan Personal Branding

Disimpulkan bahwa *personal branding* adalah tentang persepsi, sebuah proses pembentukan image tertentu dalam benak orang lain dengan

mengkomunikasikan secara konsisten kelebihan dan keunikan yang relevan dengan karakter individu untuk membedakan dirinya dengan orang lain. Membentuk *personal brand* penting karena dapat meningkatkan kepercayaan diri, kredibilitas dan karisma seseorang yang akhirnya dapat berdampak positif untuk diri mereka sendiri. Hal ini sejalan dengan tujuan dari personal branding itu sendiri yaitu membentuk persepsi yang positif dan berbeda.²³

4. Pengaruh Personal Branding

Personal branding sangatlah penting guna meningkatkan kredibilitas yang dimiliki seseorang. Seseorang perlu menampilkan hal yang istimewa sehingga lebih mudah untuk dikenali oleh audiens. Bagi pelaku bisnis, *personal branding* juga bisa membuka kesempatan-kesempatan baru untuk melakukan perjanjian bisnis maupun kemitraan pemasaran yang akan sulit didapatkan apabila seseorang itu bukanlah seorang *influencer*. Bagi orang-orang yang bermitra *personal branding* dibutuhkan untuk membangun image diri yang lebih bagus untuk membantu meningkatkan *brand awareness*.

5. Fungsi Personal Branding

Fungsi *personal branding* adalah untuk menciptakan persepsi yang menarik dan menonjol yang dapat membedakan satu individu dengan yang lain. Menurut Haroen persepsi yang tertanam dan terpelihara di benak orang lain disebut

²³ Oryza Devi Salam, *Personal Branding Digital Natives Di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram)*, (Jakarta: Faculty of Economic and Communication, Bina Nusantara University), Jurnal Becoss Vol.2 No.1, Januari 2020, e-ISSN: 2686-2557, hal. 24-25.

personal brand. *Personal brand* yang diciptakan oleh seseorang tidak boleh merendahkan dan bersifat menipu karena *personal brand* yang kuat harus merepresentasikan karakter diri orang tersebut dan dibangun berdasarkan nilai, kelebihan dan juga kekurangan diri nya sendiri.

Dengan *personal brand* yang baik, seseorang dapat dengan mudah memiliki daya tarik yang kuat dan mempertahankan audiens mereka. Sementara itu beberapa fungsi dari branding lainnya yaitu sebagai berikut:

- a). Sebagai pembeda, dimana perusahaan yang memiliki *brand* kuat akan mudah dibedakan dengan kompetitor.
- b). Promosi dan daya tarik, jika anda memiliki *brand* yang kuat maka promosi akan lebih mudah dilakukan. Klien cenderung memilih *brand* yang kuat dan loyal terhadap *brand* yang sama.
- c). Membangun citra, keyakinan, jaminan kualitas dan prestise, beberapa hal ini akan membuat bisnis/penawaran jasa anda menjadi mudah diingat.
- d). Pengendali pasar: *brand* yang kuat dapat mengendalikan pasar karena masyarakat telah mengenalnya.²⁴

C. Tinjauan New Media

1. Pengertian New Media

New media atau bisa disebut media baru merupakan media yang lahir dari hasil konvergensi media digital yang dikomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang merepresentasi media baru yaitu internet.

²⁴ Witdya Pangestika, *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*, Jurnal Entrepreneur, <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/> (diakses pada 31 Desember 2020).

Sedangkan program televisi, majalah, buku, surat kabar, dan jenis media cetak lainnya tidak termasuk media baru.²⁵ Internet merupakan salah satu bentuk media baru yang menawarkan beragam platform yang dapat dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan penggunanya.

Media sosial, sebagai salah satu bentuk media baru (*new media*) menjelma sebagai ruang yang diterjemahkan secara bebas oleh penggunanya. Media baru juga memunculkan *virtual reality*. Realitas virtual ini merupakan fenomena yang sering muncul karena *new media* memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya, memperluas jaringan seluas-luasnya, dan menunjukkan identitas yang lain dengan yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata.

Meski bukan tidak mungkin juga, bahwa identitas diri pengguna di dunia maya merupakan representasi dari identitas aslinya di dunia nyata.²⁶ Munculnya media baru disebabkan oleh lahirnya teknologi internet diiringi dengan pertumbuhan media sosial yang terus berkembang sampai saat ini, media sosial yang ada saat ini dinilai berguna untuk menyampaikan pesan pencitraan kepada audiens dalam membangun *personal branding*.

Maka, sudah sepantasnya perkembangan media sosial yang sedang digandrungi saat ini, dimanfaatkan sebaik mungkin dalam membangun *brand* diri agar pesan pencitraan yang disampaikan dapat tersebar secara mudah ke

²⁵ Andi Fachruddin, *Jurnalism Today*, (Jakarta: Kencana, 2019), Edisi I, Cetakan ke-1, hal. 38.

²⁶ Ascharisa Mettasatya Afrilia, *Personal Branding Remaja di Era Digital*, (Magelang: Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tidar), *Mediator: Jurnal Komunikasi*, Vol 11 (1), Juni 2018, hal. 21-22.

pengguna internet yang online di dunia maya. Adapun contoh media sosial yang saat ini sedang populer dan sangat digandrungi dewasa ini adalah Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram.

2. Manfaat *New Media*

Ada beberapa manfaat yang dapat digunakan melalui *new media* ini, antara lain²⁷:

a). Bidang Pendidikan

Pada bidang pendidikan *new media* sangat berperan penting. Hal ini dapat dirasakan oleh para pelajar, mahasiswa maupun dari kalangan pendidik sekalipun. Kemudahan yang diberikan oleh *new media* ini mampu membantu mereka dalam mencari bahan materi yang di perlukan, dapat mengurangi biaya dalam membeli buku dikarenakan mereka bisa *download* buku digital yang disediakan pada halaman web, serta file yang dapat disimpan pada perangkat yang tersedia.

b). Bidang Kesehatan

Dalam bidang ini akan banyak sekali manfaat yang di rasakan langsung oleh orang yang sedang sakit, ataupun orang yang ingin mencari sesuatu bahan alami untuk menjaga kesehatan. Biasanya seseorang akan mengakses website yang isinya adalah resep obat yang tradisional.

²⁷ Dwiky Andika, <https://www.it-jurnal.com/definisi-dan-manfaat-new-media/>, diakses pada tanggal 14 Juli 2021, Pukul 16:45

c). Bidang Pencarian Kerja

New Media tentunya sangat berguna bagi orang-orang yang ingin mencari pekerjaan, *lewat new media* seseorang mampu mengetahui lowongan pekerjaan, tanpa harus membeli koran atau keliling ke tempat perusahaan. Karena biasanya setiap instansi / perusahaan memiliki website.

d). Bidang Jual Beli

Bidang ini adalah bidang yang banyak sekali di akses oleh seseorang, dimana manfaatnya dapat dirasakan pembeli cukup melihat gambar atau photo barang lalu melihat kode barang dengan membuat pesan di website tersebut yang isinya adalah nama, nomor rekening, kode barang serta kode post. Transaksi pembayaran dapat di lakukan dengan cara tunai maupun non tunai, seperti melalu ATM atau E-banking.

e). Bidang Sosial

Bidang yang sekarang paling banyak digandrungi serta di pakai oleh semua kalangan masyarakat yaitu aplikasi-aplikasi media sosial yang mampu memudahkan komunikasi jarak jauh serta mampu melakukan kegiatan sosial salah satunya dapat dilakukan melalui, *Twitter, Whatsapp, Instagram* serta media sosial lainnya. Melalui website seseorang mampu melakukan silaturahmi *online* kepada keluarga.

3. Dampak *New Media*

Media baru secara sederhana adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Keberadaan media saat ini sangatlah penting, di era informasi yang serba canggih ini membuat segala aspek kehidupan tersentuh oleh digital. Ada banyak kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh new media ini, terutama kemudahan dalam mengakses informasi yang disajikan pada media elektronik. Tidak heran kalau new media ini juga memiliki efek positif maupun negatif, diantaranya yaitu :

a). Dampak Positif *New Media*

Adanya *new media* atau media baru terutama kepada masyarakat adalah mampu membuat masyarakat sebagai konsumen peminat *new media* “dimanjakan” dengan kemudahan yang diberikan oleh *new media* sendiri. Salah satunya tersedia *e-News Paper* yang mampu membuat masyarakat tidak perlu menunggu lama untuk mengetahui informasi terbaru atau *up to date*, konsumen *new media* hanya perlu mengakses situs-situs yang menyediakan layanan tersebut. Namun pengaruh *new media* terhadap kebudayaan tak sepenuhnya baik bagi umat manusia.

b). Dampak Negatif *New Media*

Dampak negatif yang ditimbulkan dari adanya *new media* adalah tersingkirnya media-media yang bersifat konvensional atau tradisional, seperti *e-Book* yang sekarang telah digencarkan. Membuat para produsen

buku yang bersifat *more paper* menjadi tersaingi karena pada *e-Book* memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh buku konvensional. Selain itu juga blog yang berisikan pengetahuan juga akan mengancam media-media tradisional seperti buku pelajaran menjadi kurang diminati.

Contoh di atas tidak selalu mengganggu kestabilan ekonomi dari media baru dan konvensional karena banyak para konsumen yang lebih menikmati media konvensional daripada media baru. Dan terkadang *new media* mampu menjadikan individu atau seseorang menjadi sulit untuk bersosialisasi.

Selain itu juga ada yang menyebutkan dengan kata "*cyber crime*" atau kejahatan internet. Beberapa contohnya adalah penipuan, pornografi dan pornoaksi serta kejahatan lainnya. Internet juga membawa dampak buruk bagi anak – anak, seperti banyaknya tersedia game-game online yang mampu melalaikan mereka untuk bersekolah maupun belajar. Hal ini dapat membuat mereka kecanduan dan dapat berpengaruh kepada pendidikan di sekolah²⁸.

4. Bentuk-Bentuk *New Media*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *internet* menjadi *new media* yang paling banyak dimanfaatkan oleh manusia. Hal tersebut dapat disebabkan oleh *pertama*, pengguna internet di seluruh dunia sangat banyak. *Kedua*, internet

²⁸ Irfan Nizam Ade Putra, <https://www.kompasiana.com/cui.komunikasi/552c0e656ea83-4153b8b4570/pengaruh-new-media-dalam-kehidupan>, (diakses pada tanggal 14 Juli 2021, pukul 20:35)

menyediakan aplikasi yang sangat beragam yang memungkinkan orang melakukan bermacam kegiatan di *internet*.

Situs jejaring sosial yang mampu menghubungkan satu atau banyaknya orang di seluruh dunia ini dapat dilakukan melalui *video call*, *game online*, *blog*, *bisnis online*, konferensi video, *e-books*, koran *online*, forum *chatting online*, milis dan lain sebagainya. Pemanfaatan *new media* dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya adalah untuk tujuan positif meskipun dalam praktiknya *internet* digunakan juga untuk tujuan negatif oleh sebagian kecil pengguna internet²⁹.

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer, *smartphone* serta *internet* secara khususnya.

Termasuk di dalamnya adalah *web*, *blog*, *online social network*, *online forum* dan lainnya yang menggunakan komputer sebagai medianya. *New media* adalah sebuah media yang memfasilitasi interaksi antara pengirim dan penerima. Teknologi komputer dan *internet* adalah hal yang mendasari munculnya istilah *new media*. Secara sederhana *new media* berasal dari kata “*new*” yang berarti

²⁹ Yesi Puspita, Jurnal Pekommas : Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay (*The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute*), Vol. 18 No. 3, Desember, 2015, Hal. 206

baru dan “media” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima

New media adalah sebuah bentuk konvergensi atau penggabungan media konvensional dengan media *digital*. Keunggulan *new media* adalah sifatnya yang *real time* dimana masyarakat dapat mengakses informasi dan layanan dengan cepat, kapan dan dimana saja selama mereka terkoneksi dengan perangkat komputerisasi jaringan *internet*. Media sosial seperti *Path* dan *Instagram* merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori *online* media.

Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring secara *online*. Tindak komunikasi melalui media sosial secara intensif dapat dilakukan diantara penggunanya. Indonesia termasuk dalam negara terbesar yang menggunakan jejaring sosial sebagai medium untuk berkomunikasi. Ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu³⁰:

- a). ***Interactivity***, diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap tawaran dari sumber/pengirim (pesan).
- b). ***Social presence (sociability)***, dialami oleh pengguna *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. *Media richness* merupakan media baru yang dapat menjembatani

³⁰ Yesi Puspita, Jurnal Pekommas : Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay..., hal. 206

adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal

- c). **Autonomy**, seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.
- d). **Playfulness**, digunakan untuk hiburan dan kenikmatan
- e). **Privacy**, diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.
- f). **Personalization**, Tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

Adapun beberapa bentuk jejaring sosial dari dampak adanya *new media* yang saat ini *Facebook, Twitter, BlackBerry Mesangger, Path, Instagram, LINE, Whatsapps,*

D. Pencitraan

1. Pengertian Pencitraan

Seperti yang sudah diuraikan penulis pada latar belakang sebelumnya bahwa pencitraan berkaitan erat dengan *personal branding* yang saat ini digunakan untuk mengangkat nama orang agar menjadi lebih dikenal dan populer. Pencitraan sendiri berasal dari kata citra yang dapat diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Citra adalah cara individu menampilkan dirinya pada orang lain untuk membentuk penilaian atau konsepsi orang lain terhadap dirinya. Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima melalui berbagai media, utamanya media massa cetak dan elektronik, yang bekerja membentuk, mempertahankan, atau

meredefinisikan citra. Menurut Nimmo, citra adalah segala hal yang berkaitan dengan situasi keseharian seseorang, menyangkut pengetahuan, perasaan dan kecenderungannya terhadap sesuatu, sehingga citra dapat berubah seiring dengan perjalanan waktu.

Teori *image building* menyebutkan bahwa, citra akan terlihat atau terbentuk melalui proses penerimaan secara fisik (panca indra), masuk ke saringan perhatian (*attention filter*), dan dari situ menghasilkan pesan yang dapat dilihat dan dimengerti (*perceived message*), yang kemudian berubah menjadi persepsi dan akhirnya membentuk citra.³¹

Citra diri menjadikan makhluk yang kharismatik, berpikir, berucap, dan bertindak secara positif, menjadi manusia yang disenangi, karena selalu menebarkan kebaikan. Pencitraan merupakan cara membentuk citra mental pribadi atau gambaran sesuatu. Bisa juga berarti sebagai suatu gambaran visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa atau kalimat.³² Oleh karenanya pencitraan menjadi sangat penting bagi seseorang atau instansi dalam menampilkan eksistensinya yang positif di persepsi khalayak.

2. Fungsi Pencitraan

Citra diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri sering dikaitkan dengan

³¹Musdalifah Dachrud, Aris Soleman, *Memahami Pencitraan Politik Melalui Pendekatan Mekanisme Pertahanan Diri*, Institut Agama Islam Negeri Manado, POTRET PEMIKIRAN – Vol.19, No. 2, Juli - Desember 2015, hal. 30.

³²Irfan Fitriadi, “*Citra Diri Pengamen Pedesaan (Studi Deskriptif Kualitatif Pencitraan Diri Warga Miskin Dukuh Kalisari, Desa Banyudono, Kecamatan Banyudono, Kabupaten Boyolali)*”, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011, hal. 30. (Diakses 7 Januari 2021)

karakteristik. Karakteristik fisik termasuk di dalamnya penampilan seseorang secara umum, Citra diri seperti yang dijelaskan oleh Hadiwibowo yang memberikan definisi citra diri sebagai gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya, terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya.

Begitu juga dengan pendapat dari Prakoso yang menjelaskan bahwa citra diri meliputi perangkat penampilan, tingkah laku, pola berpikir dan emosi, dan kepribadian secara keseluruhan. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa citra diri adalah gambaran tentang diri yang dibuat individu mengenai penampilan diri dan perasaan yang menyertainya berdasarkan penilaian dari diri sendiri maupun pandangan orang lain terhadap dirinya³³.

Fungsi secara umum citra diri adalah mampu menggambarkan kepribadian maupun internal seseorang kepada orang yang baru ditemui, serta bagaimana ia memposisikan dirinya di hadapan khalayak ramai. Fungsi citra diri juga sebagai bentuk penilaian seseorang kepada diri orang lain.

3. Pencitraan Dalam Islam

Pencitraan sebenarnya tak pernah ada dalam tradisi kepemimpinan Islam. Jangankan melakukan pencitraan diri, mengajukan diri sebagai pemimpin saja

³³ Kharina Putrie Sunastiko, Frieda N.R.H, Nofiar Aldriandy Putra, Hubungan Antara Citra Diri (*Self Image*) dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang, hal. 2

merupakan hal tabu dalam adab Islami. Nabi SAW kerap menegur para sahabatnya yang berambisi dengan kekuasaan.

Pesan Nabi SAW kepada Abdurrahman Ibnu Samurah RA, *"Janganlah engkau meminta jabatan. Sebab, jika engkau diberi kekuasaan tanpa memintanya, engkau akan ditolong untuk melaksanakannya. Tetapi, jika engkau diberi kekuasaan dengan sebab adanya permintaan daripadamu, maka engkau akan dipalingkan dari pertolongan Allah."* (HR Bukhari Muslim).

Berbeda halnya dengan alam demokrasi dan model pilkada langsung yang ada saat ini. Calon kepala daerah dituntut aktif bersosialisasi dan memperkenalkan diri kepada masyarakat. Ketika pasangan calon harus berkampanye pada masyarakat untuk memilih dirinya, agaknya idealisme yang terkandung dalam hadis ini serasa sulit diterapkan. Kendati demikian, mereka yang turun berkampanye harus memperhatikan adab-adab Islami agar tak jatuh pada perkara yang diharamkan.

Hal yang harus dijaga bukanlah tradisi orang beriman untuk menyebut-nyebut kebaikannya. Firman Allah SWT, *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menghilangkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan si penerima), seperti orang yang menafkahkan hartanya karena riya (di hadapan) manusia dan dia tidak beriman kepada Allah dan hari kemudian."* (QS al-Baqarah [2]: 264).

Ayat ini menegaskan, menyebut-nyebut kebaikan bisa menghilangkan pahala dari amal kebaikan tersebut. Yang demikian jika bertujuan untuk riya di hadapan manusia atau mengharapkan suatu imbalan tertentu. Orang yang riya ini juga

diistilahkan tidak beriman pada hari akhir. Karena, kebaikan mereka hanya sebatas ingin dilihat dan dibalas di dunia.

Bagi mereka yang berkampanye, jika penyebutan kebaikan dari calon yang diusung untuk tujuan riya, inilah yang diharamkan. Ataupun kebaikan-kebaikan tersebut dielu-elukan para pendukungnya sehingga menimbulkan rasa bangga dan sombong. Hal ini juga bermuara pada keharaman. Dalam adab Islami, seseorang hanya dituntut untuk beramal dan melahirkan karya sebaik-baiknya. Adapun hasilnya, biarlah Allah SWT, Rasul, serta orang-orang beriman lainnya yang menilai. Orang beriman tak pernah menyebut dirinya telah melakukan ini dan itu.

Jika memang perbuatannya membawakan manfaat dengan sendirinya ia akan didukung untuk memimpin. Hal yang terpenting, tak terbetik dalam hatinya untuk bangga dengan amal perbuatannya. Apalagi menjadikan amal tersebut untuk pencitraan diri dan berorientasi pada kekuasaan.

Firman Allah SWT, *"Dan katakanlah, 'Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu Dia memberitakan apa yang telah kamu kerjakan'."* (QS at-Taubah [9]: 105).

Di samping itu umat Islam juga dilarang mengultuskan diri sendiri sebagai sebagai orang suci, orang baik, orang saleh, dan sebagainya. Firman Allah SWT, *"Maka janganlah kamu sekalian menyucikan diri sendiri. Dialah yang paling mengetahui orang yang bertakwa."* (QS an-Najm [53]: 32).

Menyucikan diri sendiri maksudnya menganggap diri sebagai orang suci, orang saleh, dan sebagainya. Muhammad Said Nursi dalam Al-Maktubat mengatakan,

"Penyucian diri bukan dengan menyucikannya, melainkan dengan tidak menyucikannya." Maksudnya, seseorang dilarang menganggap dirinya suci. Hanya Allah SWT sajalah yang Maha Mengetahui apakah seseorang termasuk orang yang disucikan dan golongan orang bertakwa atau tidak.

Ulama Bagdad, Junaidi al-Baghdadi, menyebutkan, *"Tidak mungkin orang saleh mengakui dirinya saleh. Tidak ada wali Allah yang mengaku-ngaku dia adalah wali Allah."* Intinya, keimanan dan kesalehan bukan ditunjukkan dengan perkataan, melainkan perbuatan. Hakikatnya tidak ada orang yang benar-benar suci dari dosa. Sabda Nabi SAW, *"Setiap anak cucu Adam tidak lekang dari kesalahan. Dan sebaik-baiknya dari mereka yang salah adalah yang bertobat."* (HR Ibnu Majah).

Az-Zamakhsyari dalam kitabnya al-Kassyaf berpesan, soal kesucian dan ketakwaan hanya hak Allah untuk menilainya. Seseorang hanya diperintahkan untuk taat dan menjauhkan diri dari maksiat. Pengutusan calon kepala daerah sebagai orang saleh, orang suci, dan sebagainya adalah bentuk pelanggaran etika Islami.

Cukup menyebutkan program-program kerja dan hasil kerja nyata yang telah diraihnyanya tanpa bermaksud sombong atau riya. Biarkan khalayak yang menilai, apakah benar dia orang saleh atau tidak. Di samping itu setiap pencapaian keberhasilan dan lahirnya suatu karya yang diraih hendaklah disandarkan kepada Allah SWT. Menyebut suatu keberhasilan karena kepintaran dan keuletan diri sendiri adalah bentuk angkuh kepada Allah SWT. Sejatinya, apa pun keberhasilan yang diraih manusia karena hidayah dan taufik dari Allah SWT.

Setiap pujian yang tertuju kepada calon kepala daerah yang diusung hendaklah ia kembalikan kepada Allah SWT. Adab Islami selalu menyandarkan kebaikan kepada Allah dan keburukan disebabkan dosanya sendiri. Firman Allah SWT, *"Apa saja nikmat yang kamu peroleh adalah dari Allah. Dan apa saja bencana yang menimpamu, maka dari (kesalahan) dirimu sendiri."* (QS an-Nisa [4]: 79). Lantas bagaimana dengan pencitraan dalam bentuk perbuatan seperti blusukan ke masyarakat kelas bawah, menyantuni kaum dhafa, melakukan kegiatan amal dan sebagainya. Apakah pencitraan seperti ini boleh dilakukan. Hal ini kembali kepada niat orang yang melakukannya.

Sabda Nabi SAW, *"Amal itu bergantung pada niatnya, bagi seseorang (yang beramal) mendapatkan apa yang ia niatkan."* (HR Bukhari Muslim). Jika seluruh amal kebaikan hanya diniatkan untuk meningkatkan popularitas dan dikenal sebagai orang baik, tak ada nilai ibadahnya. Seluruh yang ia lakukan bernilai riya dan menjadi dosa di sisi Allah SWT. Tetapi jika amal yang dia lakukan tulus ikhlas mengharap ridha dari Allah SWT, tentu saja bernilai pahala di sisi Allah SWT. Orang lain tak bisa menilai apakah amal tersebut ikhlas atau tidak. Hanya hatinya dan Allah SWT yang lebih mengetahui.

Syariat Islam mengharamkan seseorang melakukan amal saleh jika berorientasi untuk mendapatkan manfaat duniawi. Perilaku tersebut merupakan ciri dari kaum munafik. Al-Qadhi Ibnu Atiyyah dalam kitab Al-Muharrar al-Wajiz menyebut bentuk pencitraan yang dilakukan calon pemimpin yang tengah berkampanye demi meraih simpati masyarakat. Tujuannya hanya untuk mendapatkan bangku kekuasaan.

Namun, jika amal kebaikan yang dilakukan tersebut berujung pada pencitraan dirinya oleh orang lain dan dijadikan sebagai teladan dan panutan dalam masyarakat, hal ini boleh-boleh saja. Merupakan perkara yang makruf jika masyarakat memiliki figur orang saleh dan bisa diteladani dari sosoknya. Hal yang terpenting adalah niat ikhlas dari pemilik figur itu sendiri. Amal kebaikan yang hanya berorientasi pada popularitas duniawi akan bermuara pada kehinaan nasib di akhirat.

Pesan Nabi SAW dalam sabdanya, "*Siapa yang mengenakan pakaian ketenaran di dunia, niscaya Allah akan mengenakan padanya pakaian kehinaan di hari kiamat.*" (HR Ahmad, Abu Dawud, Nasa'i dan Ibnu Majah). Kesimpulannya adalah pencitraan diri dalam adab Islami bukan tertuju untuk meraih popularitas duniawi, melainkan untuk meraih akhirat yang hakiki³⁴.

Dalam literatur komunikasi Islam, ada beberapa prinsip komunikasi Islam yang lazim dipahami yaitu, *qaulan sadida, qaulan baligha, qaulan ma'ruf, qaulan karim, qaulan layinan qaulan maysur.*

Dua dari 6 prinsip komunikasi yang dilakukan menjadi hal utama yang harus diperhatikan dalam proses politik pencitraan politik. *Pertama, qawlan sadida* (berkata dengan benar dan jujur). Pencitraan dari perpektif terminologi ini, harus dilakukan dengan menjunjung tinggi kejujuran dan kebenaran. Islam memandang komunikasi harus dilakukan dengan benar, faktual, dan tidak mengandung unsur rekayasa atau memanipulasi fakta.

³⁴ <https://republika.co.id/berita/nytkoi14/pencitraan-dalam-bingkai-islam>, (diakses pada tanggal 14 Juli 2021, Pukul : 21 : 56)

Kedua, qawlan ma'rufan (perkataan yang baik). *Qawlan ma'rufan* sebagaimana dijelaskan dapat diartikan sebagai ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik. Politik pencitraan dari perspektif komunikasi Islam harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam, yaitu memberikan pesan sesuai dengan fakta dan tidak dimanipulasi. Politik pencitraan dalam pandangan Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai yang disampaikan harus sesuai dengan ajaran Islam, cara (*how*) penyampaianya juga mengandung kejujuran, gaya bicara yang digunakan harus santun dan menjunjung etika³⁵.

E. Teori yang Relevan

Salah satu teori yang berkembang dewasa ini dalam *personal branding* ialah *Authentic Personal Branding* dikemukakan oleh Rubert K. Rampersad yang menyatakan bahwa setiap orang memiliki *brand*, namun sebagian besar orang tidak menyadarinya dan tidak mengelolanya secara *strategic*, konsisten, dan efektif.³⁶ Setiap orang harus mengambil alih kendali atas *brand* dan pesan-pesan yang disampaikan, karena hal tersebut mempengaruhi bagaimana orang lain memandangnya.

Teori ini juga menjelaskan model kerangka dan panduan untuk membangun, menerapkan, memelihara serta mengelola merek pribadi yang otentik, berbeda, relevan, konsisten, singkat, berarti, dan mudah diingat. Merek

³⁵ Anang Anas Azhar, *Analytica Islamic : Politik Pencitraan Dalam Perspektif Komunikasi Islam*, Vol. 6 No. 2 Juli-Desember, 2017, Fakultas Ilmu Sosial (FIS) UIN Sumut-Medan, hal. 13

³⁶ Dicky Septriadi, *Analisis Proses Pembentukan Personal Branding,,* hal. 51.

pribadi otentik harus selalu mencerminkan karakter asli dan harus dibangun berdasarkan nilai-nilai, kekuatan, keunikan, dan keunggulan. Berikut telah disimpulkan secara kriteria-kriteria *personal branding* menurut Hubert K. Rampersad, yaitu:

1. Keautentikan (*Autheticity*); menjadi diri sendiri. Seorang adalah CEO hidupnya, oleh karena itu brand harus dibangun dari kepribadian sejati dan harus mencerminkan karakter, perilaku, nilai, serta visi diri orang tersebut.
2. Integritas (*Integrity*); seseorang harus berpegang pada pedoman moral dan perilaku yang sudah ditetapkan oleh ambisi/keinginan pribadinya.
3. Konsistensi (*Consistency*); sangat diperlukan konsistensi dalam berperilaku. Untuk konsisten, dibutuhkan keberanian. Keberanian untuk melakukan hal-hal yang relevan secara terus menerus hingga orang lain mengandalkan dan berpegang pada kita.
4. Spesialisasi (*Specialization*); fokus pada satu bidang spesialisasi. Konsentrasi pada satu bakat, talenta, atau keterampilan unik saja. Karena menjadi generalis tanpa satupun keterampilan khusus akan membuat seseorang tidak spesial, tidak unik, dan tidak berbeda.
5. Otoritas (*Authority*); seseorang dapat dinilai dan dipandang orang lain sebagai seorang pemimpin yang efektif.
6. Keistimewaan (*Distinctiveness*); bedakan diri kita dengan orang lain berdasarkan *personal branding* kita. Personal branding perlu diekspresikan secara unik dan berbeda dari pesaing serta memberi

nilai tambah pada orang lain. *Personal branding* harus didefinisikan dengan jelas sehingga orang lain dapat dengan cepat menangkap pesan personal branding kita.

7. Relevan (*Relevant*); pesan *personal branding* seseorang harus terkait dengan sesuatu yang berguna dan dianggap penting oleh orang lain.
8. Visibilitas (*Visibility*); pesan harus disampaikan secara berulang-ulang, terus menerus, konsisten hingga dapat dilihat dan tertanam secara jelas dalam benak orang lain.
9. Ketekunan (*Persistence*); *personal branding* harus bertumbuh dan berkembang. Oleh karena itu dibutuhkan waktu yang panjang, penuh dedikasi, pengorbanan, keberanian, perencanaan, dan kesabaran untuk terus melakukannya.
10. Perbuatan baik (*Goodwill*); *personal branding* seseorang akan dikenal positif oleh orang lain oleh karena perbuatan baik dan nilai positif yang dilakukannya.
11. Kinerja (*Performance*); kinerja adalah elemen paling penting setelah *personal branding* seseorang dikenal. Bila kita tidak berbuat dan memperbaiki diri secara terus menerus, *personal branding* hanya menjadi sesuatu yang memalukan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Fokus dan Jenis Penelitian

Metodologi penelitian adalah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian, yaitu bagaimana cara seseorang untuk melakukan penelitian.³⁷ Untuk mendapatkan hasil dari sebuah penelitian karya ilmiah, penggunaan dan penentuan metode penelitian sangat penting karena hal ini menentukan efektivitas dan sistematis jalannya suatu penelitian yang dikerjakan, metode adalah langkah-langkah sistematis atau prosedur guna mendapatkan data untuk analisis dan dijadikan tulisan karya ilmiah.³⁸

Dalam menemukan dan menganalisis *personal branding* akun media sosial Instagram @Dosielfian_Smartpseaking yang sesuai dengan rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, maka penulis menggunakan metode penelitian analisis isi (kuantitatif). Metode ini dipilih karena penulis ingin mengetahui isi atau pesan komunikasi dalam pencitraan yang terlihat secara objektif. Metode ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan di antara variabel.³⁹

Analisis isi menurut Krippendorff adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan shahih datanya dengan memperhatikan konteksnya.⁴⁰ Analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai

³⁷ Husaini Usman, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), Hal. 41.

³⁸ Husaini Usman, *Metode Penelitian Sosial...*, hal. 20.

³⁹ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal. 47.

⁴⁰ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi...*, hal. 15.

suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel dan bisa direplikasi.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang penulis dapatkan langsung dari objek penelitian yang diteliti atau yang ada kaitan dengan objek yang akan penulis teliti. Data primer penulis ambil dari akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang dikumpulkan adalah unggahan visual berupa foto, video beserta caption yang ada di akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan. Adapun sumber data sekunder didapatkan dari berbagai literatur bacaan yang memiliki relevansi sesuai dengan penelitian ini seperti skripsi, artikel, jurnal ilmiah, ensiklopedia, buku bacaan dan situs internet.

C. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum yang berhubungan dengan penelitian.⁴¹ Disini penulis menggunakan dokumentasi berupa postingan gambar visual, foto-foto kegiatan dan video yang pada akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking.

2. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pengindraan, dengan cara mendatangi langsung tempat atau lokasi penelitian.⁴² Selama masa penelitian, peneliti mengobservasi atau mengamati seluruh kegiatan terkait postingan yang diupload pada akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini sampel yang peneliti pilih ialah postingan dalam periode April 2020 – April 2021. Periode ini dipilih atas dasar pertimbangan ilmiah untuk meneliti *personal branding* yang ditampilkan pada setiap postingan dalam periode tersebut. Selain itu pada periode ini dipilih juga karena pertimbangan postingan yang banyak menampilkan foto kegiatan sebanyak 31, poster sebanyak 25 dan video sebanyak 20, beserta *caption* (ketrangan teks) yang berkaitan dengan aktivitas public speaking dan promosi kegiatan yang diposting di akun

⁴¹ Nurul Zuriyah, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: Media Grafika, 2006), hal. 191.

⁴² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2017) Cetakan ke-9, hal. 118.

@Dosielfian_Smartspeaking sehingga peneliti dapat melihat personal branding yang ada di dalamnya.

Tabel 3.1 Sampel penelitian poster pada Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

No	Tanggal/Waktu	Postingan
1	19 April 2020	Poster sebagai pembawa acara pada program “Ramadhan Surganya Ramadhan” yang di gelar ACT Aceh dan MRI Aceh
2	23 April 2020	Poster sebagai pembawa acara pada Kajian Online Ramadhan yang bertema “Tetap sehat jalani Ramadhan di tengah pandemic covid-19” yang digelar ACT Aceh dan MRI Aceh
3	2 Mei 2020	Poster sebagai host dalam program Surganya Ramadhan bersama Prof. Farid Wajdi Ibrahim, M.Ag
4	6 Mei 2020	Poster sebagai host dalam program Kajian Online Ramadhan bersama Mahmadi Muhammad (Pakar Ekonomi Islam)
5	15 Mei 2020	Poster sebagai host dalam Program Kajian Online Ramadhan dengan tema “Rajin Berderma, Selalu Bahagia, Tunaikan Zakat, Selamatkan Umat”.
6	16 Juni 2020	Poster sebagai pemateri Skill Komunikasi Dasar pada program Prakuliah Online LP3I dengan tema “Suara dari Ujung Barat”
7	6 Juli 2020	Poster sebagai host acara “New Normal Tourism of Aceh Event” yang digelar Disbudpar Aceh.
8	21 Juli 2020	Poster Join Us Public Speaking Class

9	22 Juli 2020	Poster sebagai Host pada program Ngobrol Inspiratif dengan tema “Karena Cinta Aceh Dikenal Dunia” bersama Kepala Cabang ACT Aceh.
10	2 September 2020	Poster menjadi host pada pengajian Kaukus Wartawan Peduli Syariat Islam (KWPSI)
11	9 September 2020	Poster menjadi host pada pengajian Kaukus Wartawan Peduli Syariat Islam (KWPSI) bersama Prof. Farid Wajdi Ibrahim, M.A
12	19 September 2020	Poster menjadi pemateri pelatihan Public Speaking pada acara Gerakan Pramuka Kwartir Cabang Aceh Barat Daya.
13	25 September 2020	Poster menjadi pemateri kajian rutin PD PM Aceh Barat Daya bersama Dosi Elfian dengan tema “Kesuksesan Seorang Muslim” di Masjid Attaqwa Blang Pidie
14	8 Oktober 2020	Poster In House Training peningkatan sumber daya para fasilitator
15	19 November 2020	Poster menjadi pemandu acara Sosialisasi dan Publikasi Menjaga Indonesia dan Perbatasan Melalui Penyiaran Televisi Digital di Aceh yang digelar oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat.
16	27 November 2020	Poster menjadi moderator Webinar “Kuasa Rempah : Masa Lalu untuk Masa Depan” yang digelar Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
17	28 November 2020	Poster pelatihan Seminar Motivasi Public Speaking Lintas Profesi.
18	17 Desember 2020	Poster menjadi moderator pada Kajian Aktual Bulanan Majelis TASTAFI Kota Banda Aceh dan Aliansi Ormas Islam Aceh yang bertajuk “Gadai, Polemik dan Solusi dalam Islam”.

19	23 Desember 2020	Poster menjadi moderator pada Kajian Aktual Bulanan Majelis TASTAFI Kota Banda Aceh dan Aliansi Ormas Islam Aceh yang bertajuk “ Meraih Kembali Kejayaan Peradaban Islam Aceh Masa Lalu Untuk Masa Depan”.
20	25 Desember 2020	Poster menjadi narasumber pada pelatihan Master of Ceremony (MC) Dirigen dan Surat Menyurat yang digelar Korps HMI-WATI Cabang Banda Aceh.
21	11 Februari 2021	Poster program Smart Speaker on Stage
22	18 Maret 2021	Poster Ngobrol Inspirasi (Ngopi) bersama Coach Dosi Elfian dengan tema “Cara mudah menyiapkan materi dalam public speaking”
23	24 Maret 2021	Poster menjadi Host pada acara Dunia Barusa Virtual Expo
24	29 Maret 2021	Poster menjadi narasumber pada acara “Tampil Pede Depan Publik” yang disiarkan Serambi News.
25	8 April 2021	Poster menjadi pemateri pada acara GenBI Talk yang digelar Bank Indonesia dan GenBI Aceh.

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2021

Tabel 3.2 Sampel penelitian foto pada Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

No	Tanggal/Waktu	Postingan
1	29 April 2020	Foto sebagai pembawa acara pada Kajian Online Ramadhan ACT Aceh dengan tema “Tetap Sehat Jalani Ramadhan di Tengah Pandemi Covid-19” bersama dr.T. Yusriadi, Sp, BA dan Prof. Dr. Syamsul Rijal, M.Ag.
2	23 Juli 2020	Foto sedang melakukan proses syuting.
3	26 Juli 2020	Foto sedang memberikan materi kepada peserta pada program Public Speaking Class.

4	27 Juli 2020	Foto sedang memberikan materi pada program Public Speaking Class.
5	7 Agustus 2020	Foto menjadi pemateri melatih Tim inovasi PLN unit induk wilayah Aceh
6	8 Agustus 2020	Foto bersama dengan relawan MRI Aceh dan ACT Aceh pada acara “Segera Tunaikan Qurban, Penuhi Sucinya Panggilan”
7	19 Agustus 2020	Foto menjadi Pembawa Acara Gebyar Merah Putih 75 Tahun Kemerdekaan Indonesia
8	21 Agustus 2020	Foto menjadi pembawa acara pada pentas virtual bertema “Panteu Meudiwana” yang digelar oleh Pemerintah Aceh dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.
9	24 Agustus 2020	Foto menjadi pembawa acara pada ajang pemilihan Duta Generasi Berencana (GenRe) Aceh yang digelar Badan Kependudukan Keluarga Berencana (BKKBN) Aceh.
10	28 Agustus 2020	Foto dengan caption ajakan bergabung Private Class “MC” untuk belajar memandu berbagai acara
11	5 September 2020	Foto menjadi pembawa acara pada event karantina Pemilihan Agam Inong Banda Aceh 2020.
12	11 September 2020	Foto menjadi pembawa acara pada Festival Ekonomi Syariah Aceh (Fesa) 2020 digelar oleh Bank Indonesia, OJK, Masyarakat Ekonomi Syariah, Ikatan Ahli Ekonomi Islam, Asosiasi Perbankan Syariah, BKPRMI.
13	19 September 2020	Foto menjadi pemateri pelatihan Public Speaking pada acara Gerakan Pramuka Kwartir Cabang Aceh Barat Daya.
14	20 Oktober 2020	Foto menjadi pembawa acara pada pesta pernikahan

15	6 November 2020	Foto sedang melakukan aktivitas syuting.
16	8 November 2020	Foto memandu acara virtual mengenai Diseminasi Laporan Perekonomian Provinsi Aceh 2020 digelar Bank Indonesia
17	11 November 2020	Foto menjadi pembawa acara Launching Aceh Transaction Online (ACTION) Bank Aceh Syariah.
18	26 November 2020	Foto tangkapan layar sedang memandu acara Leadership & Entrepreneurship Talk bersama Sandiaga Uno yang digelar Bank Indonesia.
19	1 Desember 2020	Foto menjadi pemateri public speaking pada RAKERDA dilingkungan KANWIL BPN Provinsi Aceh.
20	8 Desember 2020	Foto menjadi pembawa acara pada peresmian Kantor Cabang BRI Insurance Syariah Aceh.
21	9 Desember 2020	Foto menjadi pembawa acara virtual bertajuk “Berkarya Dari Rumah Untuk Acehku” yang digelar Disbudpar Aceh.
22	31 Desember 2020	Foto sedang melakukan proses syuting
23	9 Januari 2021	Foto sedang duduk tersenyum dengan caption “Tak selamanya kita memotivasi dan menginspirasi, sebab ada saat dimana kita dimotivasi dan terinspirasi sebab setiap manusia terlahir spesial dan luarbiasa. Lanjut beliau. Maka, nikmati dan syukurilah setiap pertemuan.”
24	9 Februari 2021	Foto sedang memandu acara Peringatan Hari Pers Nasional (HPN) Tahun 2021.
25	21 Februari 2021	Foto menjadi pemateri training public speaking untuk para karyawan marketing Pengadaian Aceh.

26	23 Februari 2021	Foto dengan para peserta Public Speaking yang digelar @Dosielfian_Smartspeaking
27	16 Maret 2021	Foto menjadi pembawa acara Festival Kopi Kutaraja 2021 digelar oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.
28	23 Maret 2021	Foto Ketika membawakan sebuah acara dengan caption “Menjadi ramah itu mudah. Syukurlah setiap pertemuan, hargailah setiap obrolan”
29	26 Maret 2021	Foto menjadi pembawa acara dalam Festival Perkusi Aceh yang digelar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.
30	6 April 2021	Foto menjadi pembawa acara pada event Road to Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dan Karya Kreatif Indonesia Seri 1 Provinsi Aceh 2021.
31	7 April 2021	Foto menjadi narasumber pada Bimbingan Teknis Penggiat Anti Narkoba bidang P4GN yang digelar Badan Narkotika Nasional (BNN) Banda Aceh.

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2021

Tabel 3.3 Sampel penelitian video pada Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

No	Tanggal/Waktu	Postingan
1	12 Mei 2020	Video ajakan ibadah dan bersedekah dengan program “Ramadhan Surganya Dermawan”
2	23 Mei 2020	Video ucapan selamat hari raya Idul Fitri (1 Syawal 1441 Hijriah)
3	5 Juli 2020	Pengisi suara dalam video program BPNB Aceh bekerjasama dengan TVRI Aceh dengan tema “Suara dari Ujung Barat”

4	11 Juli 2020	Video yang menampilkan sebagai host pada event virtual “ <i>New Normal Tourism of Aceh</i> ”
5	13 Agustus 2020	Pengisi suara dalam video program BPNB Aceh bekerjasama dengan TVRI Aceh dengan tema “Gebyar Merah Putih”.
6	15 Agustus 2020	Video motion graphics promosi acara Panteu Meudiwana dengan tema “ <i>Aceh’s Virtual Art Music Performance for the World</i> ” dipandu oleh Dosi Elfian.
7	20 Agustus 2020	Video promosi acara Pameran Daring Saweu Cagar Budaya oleh BPNB Aceh yang dipandu oleh Dosi Elfian
8	30 Agustus 2020	Video menjadi pemandu acara Pameran Daring Cagar Budaya
9	31 Agustus 2020	Video menjadi Voice Over pada promosi acara Kreasi Busana Karya
10	6 September 2020	Video menjadi Voice Over 3D Motion Graphic Modul Promotion dari Bank Indonesia
11	10 September 2020	Video menjadi pemateri dalam pelatihan public speaking bagi Tim Inovasi PLN Unit Induk Wilayah Aceh.
12	13 September 2020	Video menjadi Voice Over pada ulang special Kapolda Aceh, Irjen. Pol. Drs. Wahyu Widada, M.Phil
13	15 September 2020	Video Cuplikan menjadi pemateri pada pelatihan Public Speaking.
14	21 September 2020	Video kedua yang menjadi host dalam acara Pameran Daring Cagar Budaya
15	29 September 2020	Video Menjadi pemateri Public Speaking untuk para santri di Dayah Babul Maghfirah, Aceh Besar

16	6 Oktober 2020	Video menjadi pemteri saat melatih Tim Serambi News Tv di Private Class bertajuk “ Menjadi Presenter Itu Mudah. Benarkah?”
17	14 Oktober 2020	Video cuplikan menjadi pemateri Public Speaking dalam melatih anggota Pramuka Kwartir Cabang (Kwarcab) Aceh Barat Daya.
18	16 November 2020	Video cuplikan menjadi pemateri pada Workshop Public Speaking dan Motivation bagi petugas promosi Kesehatan (Promkes) Aceh Barat Daya.
19	30 Desember 2020	Video cuplikan sedang memandu acara virtual bertajuk “Suatu Ketika di Bandar Lamuri” yang digelar oleh BPNB Aceh.
20	15 Februari 2021	Video cuplikan acara Motivasi Public Speaking Lintas Profesi.

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2021

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.⁴³ Sedangkan deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.⁴⁴

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 8.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 11.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis isi berdasarkan cara dari Krippendorf. Langkah yang penting dalam analisis isi adalah dengan menentukan unit analisis. Krippendorf mendefinisikan unit analisis sebagai hal apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memilah menurut batas-batasan dan digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang diteliti maupun dipakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Bagian dari isi tersebut dapat berupa kata, kalimat, foto, *scene* (potongan adegan video), paragraf.

Dari berbagai jenis unit analisis yang ada pada analisis isi, unit analisis dapat dibagi tiga bagian besar yaitu unit sampel, unit pencatatan dan unit konteks. Unit pencatatan menganalisis bagian isi yang akan dicatat, dihitung dan dianalisis.

Setidaknya ada lima jenis unit pencatatan menurut Krippendorf yaitu unit fisik (*physical units*), unit sintaksis (*syntactical units*), unit referensial (*referential units*), unit proporsional (*proportional units*) dan unit tematik (*thematical units*).⁴⁵

1. *Unit fisik* ialah unit pencatatan yang didasarkan pada ukuran fisik dari suatu teks. Bentuk ukuran fisik ini sangat tergantung kepada jenis teks. Ada dua aspek penting yang harus diperhatikan Ketika mengambil unit analisis ini. *Pertama*, merumuskan ukuran fisik apa yang dipakai (apakah memakai milimeter ataukah sentimeter). Jika suatu iklan diukur dengan satuan detik, maka iklan tersebut harus diukur dengan durasi detik juga. Dengan cara ini, maka masing-masing teks dapat saling diperbandingkan ukurannya. *Kedua*, peneliti memakai alat yang reliabel dalam mengukur fisik dari suatu teks.

⁴⁵Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi*,, hal. 59-60.

2. *Unit sintaksis* merupakan unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi. Elemen bahasa ini sangat tergantung kepada jenis teks. Untuk bahasa tertulis unit bahasa ini dapat berupa kata, ayat, kalimat dan anak kalimat. Sedangkan untuk bahasa gambar dapat berupa potongan adegan dan sebagainya. Dalam unit sintaksis, peneliti menghitung frekuensi dari unit bahasa (kata, kalimat) dalam teks.
3. *Unit referensial* merupakan perluasan dari unit sintaksis. Pada unit sintaksis yang dicatat dan dihitung ialah pemakaian dari kata atau kalimat dengan masing-masing kata dilihat secara eksplisit. Kata yang berbeda dihitung dan dicatat sebagai suatu satuan yang berbeda. Namun pada unit referensial, kata-kata yang mirip, sepadan, atau punya arti dan maksud yang sama dicatat sebagai satu kesatuan. Weber menyebut unit referensial sebagai *word sense* yakni kata berbeda tapi mempunyai maksud dan merujuk pada sesuatu hal yang sama. Sedangkan Krippendorf menyebut unit referensial ini sebagai unit kategoris.
4. *Unit Proporsional* ialah unit analisis yang menggunakan pernyataan (proposisi). Peneliti menghubungkan dan mempertautkan satu kalimat dan kalimat lain dan menyimpulkan pernyataan yang terbentuk dari rangkaian antarkalimat.
5. *Unit Tematik* merupakan unit analisis yang lebih melihat tema (topik) pembicaraan dari suatu teks. Unit ini secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara mengenai apa.” Menurut Krippendorf cara menentukan tema berita ialah dengan melihat kesesuaiannya dengan definisi struktural tentang isi cerita dan penjelasannya. Tema berita tidak ditentukan oleh subjek dalam suatu teks, tetapi lebih ditentukan oleh ide, gagasan yang ada dalam isi cerita.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Dosielfian Smartspeaking

Dosielfian Smartspeaking merupakan salah satu tim yang bergerak dalam bidang pelatihan skill komunikasi dan *public speaking* di Aceh, Indonesia. Tim ini lebih terkenal dengan adanya sosok Dosi Elfian, yakni seorang coach atau trainer yang berkecimpung langsung dengan dunia *public speaking*. Dosi Elfian ialah seorang presenter muda yang berbakat dan menjadi pembawa acara sejak 2003 lalu. Namanya cukup terkenal dalam dunia panggung sebagai seorang MC baik ketika acara pemerintah maupun non-pemerintah.



Gambar 4.1 Postingan akun instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Dengan penampilannya yang formal dan bergaya menarik seperti anak muda, ia sering membawakan sejumlah acara yang bergengsi. Hal ini terlihat beberapa acara yang pernah dipandu olehnya sebagai pembawa acara ataupun sebagai pelatih *public speaking* yakni acara Agam Inong Banda Aceh 2020, Ajang Pemilihan Duta

Generasi Berencana 2020 yang digelar Badan Kependudukan Keluarga Berencana (BKKBN) Aceh, Acara bertajuk “*Panteu Meudiwana*” 2020 yang digelar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, Gebyar Merah Putih Semangat Untuk Negeri yang digelar Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Aceh dan TVRI, RAKERDA dilingkungan KANWIL BPN Aceh sebagai pemateri dasar-dasar Komunikasi Publik, dan lainnya.

Selain itu, Dosi Elfian juga berkecimpung dalam dunia pertelevisian dan radio di Aceh. Saat ini, ia dipercaya menjadi Manager Operasional dan Program Kompas TV Aceh. Profesi yang dijalankan Dosi Elfian sebagai pembawa acara dan pelatih *public speaking* tersebut tentunya berkaitan erat dengan proses terciptanya citra diri maupun *personal branding*. Dalam membangun sebuah citra diri yang baik dan dikenal oleh semua orang, perlu adanya pendukung baik secara internal maupun eksternal, seperti adanya media yang mampu mempromosikan diri seseorang.

B. Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking digunakan oleh Dosi Elfian bersama dengan timnya dalam membangun dan menciptakan *personal branding*. Akun ini mulai dibentuk pada tahun 2017 yang dikelola oleh tim management Dosi Elfian Smartspeaking, dan sampai saat ini sudah banyak memposting foto, video serta poster yang mampu membentuk *personal branding* dari sosok Dosi Elfian yang bergerak pada bidang *Public Speaking*. Dalam postingan instagramnya sering dijumpai berbagai kegiatan terkait dunia *public speaking* yang dijalankan oleh Dosi Elfian, beberapa diantaranya seperti postingan ketika sedang membawakan suatu

acara maupun event-event besar baik dari acara pemerintah juga acara dari non-pemerintah.



Gambar 4.2 kolase postingan pada akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Foto-foto, video dan juga poster yang diunggah pada akun ini juga disertai dengan caption yang menjelaskan mengenai suatu kegiatan tersebut. Tak jarang juga ditemukan sejumlah penggunaan tagar yang mengaitkan mengenai sebuah *brand* yang dibangun dari nama Dosielfiansmartspeaking itu sendiri. Secara gaya penulisan captionnya terlihat lebih santai dan formal, namun uniknya dari keseluruhan postingan terdapat tulisan *bismillah* pada caption yang ditulis.

Per tanggal 2 Juli 2021, akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking tercatat memiliki followers sebanyak 3,057 dan telah memposting sejumlah 266 konten baik berupa foto, video dan poster. Akun ini mengidentifikasikan dirinya sebagai akun Edukasi. Hal ini terlihat dari kategori yang dicatutkan olehnya pada kolom dibawah nama.

Pada biografi mini dalam Instagramnya, akun @dosielfian_smartspeaking ini juga menuliskan kalimat, "*Kami adalah fasilitator pelatihan/training dan seminar teknik berbicara di depan umum pertama di Aceh*". Dalam kolom tersebut, akun ini ingin menegaskan seolah unggahan postingan yang ada di akun @dosielfian_smartspeaking mempunyai kapasitas dalam pelatihan public speaking maupun kompeten dalam bidang teknik komunikasi di depan umum.

C. Analisis Isi Proses Pembentukan Personal Branding Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Pada sub bab ini penulis menguraikan analisis isi berdasarkan model dari Krippendorff dalam proses pembentukan personal branding pada akun instagram @Dosielfian_Smartspeaking. Dalam hal ini unit analisis yang digunakan ada lima berdasarkan model dari Krippendorff, yakni unit fisik, referensial, sintaksis,

proposisional, dan tematik. Postingan yang diambil dalam penelitian ini merupakan konten berupa foto, video, poster dan juga keterangan teks (*caption*) yang terdapat pada setiap postingan.

Pada penelitian ini, postingan yang diambil untuk dianalisis ialah keseluruhan populasi selama setahun yaitu dalam periode April 2020 - April 2021. Pemilihan periode ini didasarkan atas pertimbangan karena postingan selama periode tersebut banyak menampilkan kegiatan-kegiatan dari akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking. Dalam periode ini terdapat banyak postingan terkait aktivitas *public speaking* yang diposting, yaitu sebanyak 31 postingan foto, 25 poster, dan 20 video.

1. Analisis Unit Fisik

Unit Fisik adalah unit pencatatan yang didasarkan pada ukuran fisik dari suatu teks, bentuk ukuran fisik ini sangat tergantung pada jenis teks.⁴⁶

Tabel 4.1 Analisis unit fisik pada postingan video akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Jenis Postingan Video	Frekuensi Postingan Video	Durasi (menit, detik) Postingan Video	Persentase Durasi
Pelatihan Public Speaking	7	6,38	20%
Pembawa Acara (MC)	4	16,68	52%
Pengisi Suara (<i>Dubbing</i>)	7	7,36	23%
Ajakan/Promosi	2	1,55	5%
Total	20	31,97	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2021

⁴⁶ Eriyanto, Analisis Isi: *Pengantar Metodologi...*, hal.64

Total dilihat dari alokasi waktu, postingan video pembawa acara (MC) lebih mendominasi, yaitu diposting sebanyak 52% dari semua alokasi postingan video yang ada pada akun instagram @dosielfian_smartspeaking dalam periode April 2020 – April 2021. Postingan video mengenai pembawa acara (MC) diposting dengan alokasi waktu yang paling panjang dalam satu video yaitu 7 menit. Selanjutnya jenis postingan video terkait *pelatihan public speaking* ditemukan 20%, Pengisi suara (*dubbing*) sebanyak 23%, dan video terkait ajakan promosi hanya 5%.

Berdasarkan data ini, akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking memiliki nilai autentik dalam membangun *personal branding* seperti yang diutarakan oleh Rubert K. Rampersad yang menyatakan bahwa setiap orang memiliki brand dan setiap orang harus mengambil alih kendali atas *brand* dan pesan-pesan yang disampaikan, karena hal tersebut mempengaruhi bagaimana orang lain memandangnya.

Akun @Dosielfian_Smartspeaking dengan jelas menampilkan kekuatan dari kriteria *personal branding* yaitu spesialisasi, yakni fokus pada satu bidang spesialisasi dan konsentrasi pada satu bakat, talenta, atau keterampilan khusus. Hal itu sangat relevan dengan yang ditampilkan akun ini, yaitu menampilkan sosok Dosi Elfian dengan nilai talenta dan keterampilannya dalam membawakan suatu acara-acara atau event besar di Aceh.

Selain itu, akun tersebut juga memperlihatkan kriteria personal branding keistimewaan (Distinctiveness), yaitu membedakan diri dengan orang lain berdasarkan personal branding yang dibangun. Personal branding perlu diekspresikan secara unik dan berbeda dari pesaing serta memberi nilai tambah pada orang lain. Personal branding harus didefinisikan dengan jelas sehingga orang lain dapat dengan cepat menangkap pesan personal branding itu.

Akun @Dosielfian_Smartspeaking dalam membangun personal brandingnya menampilkan Video kegiatan menjadi MC yang lebih dominan, hal ini memberikan kesan dan pesan terhadap para audiens bahwa sosok Dosi Elfian ialah seorang MC yang handal dan berkompeten, ditambah lagi dengan kinerja para tim @Dosielfian_Smartspeaking dalam membangun citra melalui video-video yang sangat berbeda dengan kompetitor lainnya pada bidang tersebut.

Hal ini tentu saja terlihat dari postingan video berdasarkan persentase yang ditampilkan, yaitu lebih dominan dalam postingan dengan jenis kegiatan berkaitan dengan sosok Dosi Elfian yang menjadi pembawa acara (MC) pada angka 52%.

2. Analisis Unit Sintaksis

Unit Analisis Sintaksis merupakan unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi. Elemen bahasa ini sangat tergantung kepada jenis teks. Untuk bahasa tertulis unit bahasa ini dapat berupa kata, ayat, kalimat dan anak kalimat. Sedangkan untuk bahasa gambar dapat berupa potongan adegan dan

sebagainya. Dalam unit sintaksis, peneliti menghitung frekuensi dari unit bahasa (kata, kalimat) dalam teks.⁴⁷

Tabel 4.2 Analisis unit sintaksis berdasarkan kosakata pada caption di postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Kosakata yang terdapat Pada Caption Instagram @Dosielfian_Smartspeaking	Caption Postingan Foto	Caption Postingan Poster	Caption Postingan Video	Jumlah Kosakata
Dosielfian / #dosielfiansmartspeaking	57	37	43	137
Aceh	50	16	29	95
Bismillah	30	25	18	73
Coach	21	9	17	47
Acara/Kegiatan/Program	22	13	6	41
Akan	6	9	5	20
Public Speaking	4	6	6	16
Yuk/Ikuti/Mari	4	7	2	13
Sukses	7	3	2	12
Semangat	7	1	4	12
Latihan/Pelatihan	3	2	6	11
Islam	2	9	0	11
Alhamdulillah	5	3	3	11
Memandu	8	0	1	9
Baik/Kebaikan/Terbaik	0	6	2	8
Percaya/Dipercayakan/Kepercayaan	4	1	3	8
Berkah	0	6	1	7
Seru	1	2	3	6
Syukur/Bersyukur	3	2	0	5
Terimakasih	2	0	2	4

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2021

Total dilihat dari keseluruhan keterangan teks (*caption*) yang terdiri dari 3.964 kata dari semua postingan yang ada pada akun instagram

⁴⁷ Eriyanto, Analisis Isi: *Pengantar Metodologi...*, hal.71

@dosielfian_smartspeaking dalam periode April 2020 – April 2021, terdapat kata “Dosielfian” dan “#dosielfiansmartspeaking” sebanyak 137, kemudian kata “Aceh” dituliskan sebanyak 95 kali, kata “Bismillah” terdapat sebanyak 73, kata “Coach” terdapat sebanyak 47, kata “acara, kegiatan dan program” terdapat sebanyak 41, kata “akan” terdapat 20, kata “public speaking” terdapat 16, kata “yuk, ikut dan mari” terdapat 13, kata “Sukses” sebanyak 12, kata “semangat” sebanyak 12, kata “latihan dan pelatihan” terdapat 11, kata “Islam” sebanyak 11, kata “Alhamdulillah” sebanyak 11, sementara sejumlah kata lainnya hanya terdapat dibawah dari 10 kosakata.

Berdasarkan analisis unit sintaksis ini, akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking menerapkan nilai dari personal branding visibilitas (visibility) yaitu pesan disampaikan secara berulang-ulang, terus menerus, konsisten hingga dapat dilihat dan tertanam secara jelas dalam benak audiens. Dalam hal ini, akun tersebut secara terus menerus menyebutkan nama brand nya yakni, Dosielfian dan juga tagar #dosielfiansmartspeaking sebanyak 137 kali dengan rincian pada caption foto terdapat 57, pada caption poster 37 dan 43 kali pada caption video. Dengan penyebutan kata tersebut berulang kali dan terus-menerus dituliskan, maka target audiens dari @Dosielfian_Smartspeaking akan langsung teringat dengan nama brand yang dibangun tersebut.

Sementara, kosakata "Aceh" terus menerus dituliskan sebanyak 95 kali. Hal ini menandakan akun tersebut ingin menyampaikan pesan kepada audiens bahwa Dosielfian Smartspeaking sangat eksis dalam bidang pembawa acara atau MC di Aceh.

Uniknya, hampir setiap postingan dari akun @Dosielfian_Smartspeaking terdapat penyebutan kata "Bismillah" yaitu suatu kosakata yang begitu dekat dengan para muslim, ada sebanyak 73 kali penyebutan kata "Bismillah" dari total keseluruhan postingan yang dianalisis. Dari penyebutan kata ini ada suatu pesan yang ingin dibangun pada akun tersebut, yaitu nilai identitas diri sebagai pribadi muslim yang selalu menjunjung nilai-nilai agama. Dalam personal branding, kriteria ini masuk dalam nilai kategori perbuatan baik (*Goodwill*), yaitu ketika seseorang membangun personal branding yang akan dikenal positif sebagai sosok yang baik karena perbuatan dan nilai positif yang dilakukannya.

Namun, kata "coach" hanya terdapat 47 kali penyebutan pada keseluruhan caption yang dianalisis, kosakata "public speaking" juga hanya terdapat 16 kali penyebutan dan "latihan/pelatihan" hanya disebutkan 11 kali saja. Hal ini tidak lebih banyak daripada penyebutan brand nama brand @Dosielfian ataupun #dosielfiansmartspeaking itu sendiri.

3. Analisis Unit Referensial

Pada unit sintaksis yang dicatat dan dihitung ialah pemakaian dari kata atau kalimat dengan masing-masing kata dilihat secara eksplisit. Kata yang berbeda dihitung dan dicatat sebagai suatu satuan yang beda. Namun pada unit referensial, teks yang mirip, sepadan, atau punya arti dan maksud yang sama dicatat sebagai satu kesatuan.⁴⁸ Weber menyebut unit referensial sebagai *word sense* yakni teks

⁴⁸ Eriyanto, Analisis Isi: *Pengantar Metodologi...*, hal.75

berbeda tapi mempunyai maksud yang merujuk pada sesuatu hal yang sama. Sementara Krippendorf menyebut unit referensial ini sebagai unit kategoris.

Tabel 4.3 Analisis unit referensial berdasarkan kategori pada postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Kategori	Foto	Video	Poster	Jumlah
Pembawa Acara (MC)	15	4	5	24
Pemateri	7	7	8	24
Postingan Religi dan Host Acara Religi	2	2	9	13
Promosi/Ajakan	6	2	2	10
Pengisi Suara	0	5	0	5
			TOTAL	76

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2021

Dari total keseluruhan postingan akun Instagram @dosielfian_smartspeaking selama periode April 2020 – April 2021 terdapat 76 postingan, 24 diantaranya sebagai postingan Pembawa Acara (MC), 13 postingan terkait kegiatan religi dan host religi, pengisi suara sebanyak 5, postingan menjadi pemateri sebanyak 24, serta postingan lainnya berupa promosi atau ajakan sejumlah 10 kali posting.

Dalam analisis unit referensial ini, akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking memiliki keautentikan (*authenticity*) yang menjadi diri sendiri dan mencerminkan karakter, nilai serta visi dirinya. Terlihat jelas berdasarkan analisis dari unit referensial ini, bahwa postingan paling dominan yaitu terkait pembawa acara (MC). Terdapat 15 postingan foto terkait dengan MC, dari

foto-foto yang ditampilkan tersebut nilai personal branding keautentikan menjadi yang paling menarik, yaitu banyak foto dengan pose gaya menjadi MC pada acara-acara yang besar dari pemerintah ataupun non-pemerintah. Selain itu juga memiliki kriteria personal branding dalam hal integritas (*integrity*) yaitu berpegang pada pedoman moral dan perilaku yang sudah ditetapkan oleh ambisi/keinginan pribadinya.

Hal yang sama juga terlihat pada kategori postingan terkait Dosi Elfian menjadi pemateri dalam sebuah acara. Dalam hal ini kriteria personal branding berdasarkan nilai relevan (*relevant*) juga sama banyaknya ditampilkan dengan kategori MC. Nilai relevan dalam personal branding ini ialah pesan dari personal branding seseorang harus terkait dengan sesuatu yang berguna dan dianggap penting oleh orang lain. Ini menandakan antara kegiatannya terkait MC dan Pemateri sangat saling berkaitan dan relevan. Dosi Elfian yang merupakan seorang ahli spesialisasi dalam bidang MC juga banyak memposting dirinya menjadi Pemateri juga, inilah yang masuk kedalam nilai relevan dan berguna terhadap apa yang diperlukan orang lain.

4. Unit Analisis Proporsional

Unit Proporsional merupakan unit analisis yang menggunakan pernyataan (proposisi). Peneliti menghubungkan dan mempertautkan satu kalimat dan kalimat lain dan menyimpulkan pernyataan yang terbentuk dari rangkaian antarkalimat.⁴⁹ Pada unit analisis proporsional ini peneliti menganalisis kalimat dan kata dalam

⁴⁹ Eriyanto, Analisis Isi: *Pengantar Metodologi...*, hal.80

keterangan teks (*caption*) yang terdapat dalam postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking..

Tabel 4.4 Analisis unit proposisional berdasarkan kalimat dan kata pada caption postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Kalimat dan kata pada keterangan postingan	Jumlah	Persentase
Penggunaan tagar #dosielfiansmartspeaking	76	31,8%
Penyebutan kata Dosielfian	61	25,5%
Kalimat dengan nuansa Islam	18	7,5%
Kalimat motivasi dan penyemangat	23	9,6%
Kalimat terkait kesuksesan dalam memandu sebuah kegiatan	35	14,6%
Ajakan mengikuti pelatihan public speaking	17	7,1%
Ajakan mengikuti kegiatan pengajian dan kegiatan religi	9	3,8%
TOTAL	239	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2021

Dalam teks keterangan (*caption*) dari setiap postingan akun Instagram @dosielfian_smartspeaking selama periode April 2020 – April 2021 terdapat 76 penggunaan tagar #dosielfiansmartspeaking, 61 penyebutan Dosielfian, 35 kalimat yang menyatakan kesuksesan dalam memandu sebuah kegiatan, 23 mengenai kalimat motivasi dan penyemangat, terdapat juga 18 kalimat bernuansa Islam, 17 kalimat dengan maksud ajakan mengikuti pelatihan public speaking, dan 9 kalimat yang menyatakan untuk mengikuti kegiatan pengajian dan religi.

Pada analisis unit Proposisional, akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking memiliki nilai dominan dengan tagar #dosielfiansmartspeaking yakni, 31,8% atau

76 kali, sedangkan penyebutan kata Dosielfian sejumlah 25,5%, Kalimat terkait kesuksesan dalam memandu kegiatan selama postingan.

Dalam unit analisis proposisional ini terdapat pembentukan personal branding dengan kriteria konsistensi (consistency) dan visibilitas (visibility) yaitu secara terus menerus menuliskan tagar #Dosielfian_Smartspeaking pada setiap postingannya selama April 2020 - April 2021. Tagar ini sangat berpengaruh dalam menancapkan nama *brand* tersebut kepada para audiens.

5. Unit Analisis Tematik

Unit Tematik merupakan unit analisis yang lebih melihat tema (topik) pembicaraan dari suatu teks. Unit ini secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara mengenai apa.” Unit ini tidak berhubungan dengan kandungan kata atau kalimat seperti halnya unit sintaksis, proposional, dan referensial. Menurut Krippendorf cara menentukan tema berita ialah dengan melihat kesesuaiannya dengan definisi struktural tentang isi cerita dan penjelasannya. Tema berita tidak ditentukan oleh subjek dalam suatu teks, tetapi lebih ditentukan oleh ide, gagasan yang ada dalam isi cerita.⁵⁰ Dalam hal ini, penulis melihat tema dari sisi postingan kegiatan, baik berupa foto, poster, video dan keterangan teks yang ada pada akun Instagram @Dosielfian_smartspeaking.

⁵⁰ Eriyanto, Analisis Isi: *Pengantar Metodologi...*, hal.86

Tabel 4.5 Analisis unit tematik berdasarkan tema pada postingan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Tema	Foto	Poster	Video	Total
Public Speaking	31	25	20	76
Pelatihan dan cara menjadi public speaker	9	10	8	27
Keislaman	2	11	2	15
Budaya dan Pariwisata	7	1	7	15
Ekonomi	5	2	0	7

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2021

Dari setiap postingan akun Instagram @dosielfian_smartspeaking selama periode April 2020 – April 2021, terdapat total 76 postingan berkaitan dengan tema *Public Speaking*, 15 postingan terkait Budaya dan Pariwisata, 7 postingan dengan tema ekonomi, tema keislaman terdapat 15 postingan, dan 27 postingan bertemakan Pelatihan dan cara menjadi *public speaker*.

Berdasarkan hal ini, akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking memiliki nilai personal branding yang sesuai dengan kriteria konsistensi, yang mana dalam kriteria ini akun tersebut secara terus menerus membrandingkan sosok Dosi Elfian yang relevan dengan kegiatannya pada bidang public speaking dan MC di sejumlah acara maupun event di Aceh. Pada personal branding yang ingin dibangun, nilai kriteria spesialisasi juga termasuk kedalam tema yang paling banyak diposting yaitu terkait konsentrasi bakat, talenta dan keterampilannya pada bidang public speaking. Kedua dari nilai kriteria personal branding tersebut terlihat dari tema yang sering

diposting oleh akun @Dosielfian_Smartspeaking yaitu dengan unggahan 76 terkait public speaking dan 27 unggahan terkait pelatihan dan cara menjadi public speaker.

Sementara itu, personal branding dengan kriteria perbuatan baik (*goodwill*) juga ditemukan dalam tema Keislaman yang sering diposting pada akun tersebut. Nilai *goodwill* ini terus dibangun untuk menciptakan citra diri agar dikenal positif oleh orang lain terhadap perbuatan baik dan nilai positif yang dilakukannya. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah unggahan terkait tema Keislaman yang diposting sebanyak 15 kali.

Personal branding dengan nilai dari kriteria ketekunan (*persistence*) juga terdapat dalam tema yang sering diposting pada akun @Dosielfian_Smartspeaking. Nilai ketekunan ini ialah pertumbuhan dan perkembangan dari apa yang dilakukan seseorang dalam membangun personal brandingnya. Dibutuhkan waktu yang panjang, penuh dedikasi, pengorbanan, keberanian, perencanaan dan kesabaran untuk terus melakukannya. Dalam hal tersebut akun @Dosielfian_Smartspeaking membangun personal branding dengan nilai ketekunan ini yang dapat dilihat dari total tema terkait Keislam 15 postingan, Budaya dan Pariwisata 15 postingan, serta Ekonomi 7 postingan.

Dari tema-tema tersebut, akun ini memberikan kesan kepada audiens bahwa sosok Dosi Elfian tidak hanya kompeten pada bidang pelatihan menjadi *public speaker* ataupun ahli dalam bidang *public speaking* seperti MC pada kegiatan-kegiatan formal pemerintahan saja, akan tetapi terus berkembang seperti tema postingan yang diunggah terkait dirinya yang menjadi MC pada tema-tema

Keislaman, Budaya dan Pariwisata, serta MC pada kegiatan-kegiatan bertema ekonomi. Hal inilah yang sesuai dengan kriteria pembentukan *personal branding* dengan nilai ketekunan tersebut.

D. Pesan Pencitraan Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking

Pencitraan berasal dari kata citra yang dapat diartikan sebagai kesan seseorang atau individu terhadap sesuatu hal yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Pencitraan menjadi penting bagi seseorang atau instansi dalam menampilkan eksistensi positifnya di persepsi khalayak. Dalam pesan pencitraan setidaknya ada dua hal yang penting yaitu *image building* (membangun citra) dan kekuatan dari sebuah pesan.

1. Pesan Image Building

Image Building merupakan upaya yang dilakukan dalam menciptakan citra positif pada suatu perusahaan atau instansi. Menurut M. Wayne De Lozier, Teori *image building* menyebutkan bahwasanya citra akan terlihat dan terbentuk melalui proses penerimaan secara fisik, masuk ke saringan perhatian (*attention filter*), kemudian menghasilkan pesan yang terlihat dan dapat dipahami (*perceived message*), lalu menjadi persepsi dan terakhir membentuk sebuah citra.⁵¹

Pesan *image building* di akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking adalah melalui postingan-postingan yang rutin di unggah. Ini menunjukkan usaha-usaha yang dilakukan dalam membangun sebuah citra positif terhadap akun tersebut.

⁵¹ Kamaruddin Hasan, *Komunikasi Politik dan Pencitraan (Analisis Teoritis Pencitraan Politik di Indonesia)*, Universitas Malikussaleh Lhokseumawe, Jurnal ISSN: 1979 – 0899X, Vol. 2, No. 4 (2009), hal. 28

Adapun unggahan yang membentuk citra tersebut ialah terkait dengan sejumlah kegiatan dari sosok Dosi Elfian yang berprofesi sebagai MC dan juga *public speaker* pada event-event besar di Aceh.

Dalam unggahan tersebut juga terdapat sejumlah *caption* yang memperkuat *image* dari *brand* Dosielfian Smartspeaking sebagai salah satu fasilitator pelatihan ataupun training public speaking dan seminar teknik berbicara di depan umum di Aceh. Hal yang patut dicermati ialah akun tersebut membangun kekuatan brandnya dengan postingan baik berupa foto, video, poster dan *caption* yang dominan terkait *Public Speaking* yaitu berdasarkan dari unit analisis tematik terdapat sebanyak 76 unggahan yang bertemakan *Public Speaking*, hal ini berarti total keseluruhan unggahannya ialah berkaitan dengan *Public Speaking*.

Inilah yang membuat citra dari Dosi Elfian melalui *brand* yang dibangun pada akun @Dosielfian_Smartspeaking tersebut memiliki nama positif dan dikenal sebagai seorang MC handal yang berkompeten dan juga fasilitator pelatihan dan seminar *public speaking*.

2. Kekuatan Pesan

Ciri khas terbentuknya personal branding yang hebat yaitu melalui ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, keahlian, atau pencapaian tertentu.

Dalam hal ini untuk menciptakan sebuah *brand* nama yang kuat, dan mudah diingat, akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking lebih menonjolkan sosok dari Dosi Elfian yang terkenal sebagai MC dan memiliki keahlian spesialisasi pada

bidang *public speaking* menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini karena dalam akun tersebut ditampilkan beragam kegiatan terkait aktivitas dari Dosi Elfian. Selain itu, kunci utama dalam membangun kekuatan citra yang mudah diingat adalah sebuah *brand* harus merefleksikan identitas dari tujuan perusahaan. Maka akun tersebut menggunakan tagar #dosielfiansmartspeaking sebagai pesan pencitraan yang ingin dibangun pada keseluruhan postingan instagramnya. Penggunaan tagar itu sendiri dituliskan sebanyak 76 kali, yang berarti keseluruhan postingannya dalam periode April 2020 – April 2021 menggunakan tagar tersebut.

Dilihat dari unit analisis sintaksis, penulisan kata Dosi Elfian dan penggunaan tagar #dosielfiansmartspeaking ialah sebanyak 137 kali dari total 76 unggahan. Hal ini menandakan pesan pencitraan yang disampaikan melalui akun tersebut sangatlah kuat sebagai sebuah *merk (brand)*.

E. Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan data-data diatas, proses pembentukan *personal branding* menurut teori dari Hubert K. Rampersad serta pesan pencitraan yang terdapat pada akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking ialah sebagai berikut:

1. Keautentikan (*Autheticity*);

Dalam analisis unit referensial, akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking memiliki keautentikan (*authenticity*) yang menjadi diri sendiri dan mencerminkan karakter, nilai serta visi dirinya. Terlihat jelas berdasarkan analisis dari unit referensial ini, bahwa postingan paling dominan yaitu terkait pembawa acara (MC). Terdapat 24 postingan

foto terkait dengan MC dan 24 postingan juga terkait menjadi pemateri pelatihan public speaking, dari foto-foto yang ditampilkan tersebut nilai personal branding keautentikan menjadi yang paling menarik, yaitu banyak foto terkait menjadi pemateri public speaking dan MC pada acara-acara yang besar dari pemerintah ataupun non-pemerintah.

2. Integritas (*Integrity*);

Berdasarkan nilai integritas dalam kriteria pembentukan personal branding, Akun @Dosielfian_Smartspeaking menunjukkan kesesuaian antara postingannya terkait profesi yang dijalankan dengan citra diri sebagai seorang ahli dalam bidang MC, namun pada bidang melatih *public speaking* masih terlihat tidak lebih dominan daripada profesi MC yang dijalanannya tersebut. Nilai dari integritas sendiri ialah bagaimana seseorang berpegang pada pedoman moral dan perilaku yang sudah ditetapkan oleh ambisi/keinginan pribadinya. Dalam hal ini, postingan video yang ditampilkan pada akun tersebut terlihat lebih banyak mendominasi terkait kegiatan Dosi Elfian ketika menjadi pemandu acara atau MC. Ini menunjukkan bahwasanya integritas yang ditonjolkan melalui video pada akun tersebut dalam Instagram @Dosielfian_Smartspeaking ialah sebagai MC, akan tetapi nilai integritas sebagai pelatih *public speaking* masih agak kurang.

Hal tersebut tentu saja dapat dilihat berdasarkan unit analisis fisik, yaitu total dilihat dari alokasi waktu, postingan video pembawa acara (MC) diposting sebanyak 52% dari semua alokasi postingan video yang ada pada

akun instagram @dosielfian_smartspeaking dalam periode April 2020 – April 2021. Postingan video mengenai pembawa acara (MC) diposting dengan total keseluruhan alokasi waktunya yang paling panjang yaitu pada angka 17 menit 8 detik.

Sedangkan alokasi waktu pada postingan video terkait pelatihan public speaking dalam periode tersebut hanya diposting sebesar 20% yang berarti total alokasi waktunya cuma 6 menit 38 detik saja.

3. Konsistensi (*Consistency*);

Pada unit analisis tematik ditemukan kesesuaian nilai kriteria konsistensi yaitu secara terus menerus membrandingkan sosok Dosi Elfian yang relevan dengan kegiatannya pada bidang public speaking dan MC di sejumlah acara maupun event di Aceh. Yaitu sebanyak 76 unggahan.

Dengan menggunakan unit analisis proposisional, terdapat kesesuaian pada pembentukan personal branding dengan kriteria konsistensi (*consistency*) dan visibilitas (*visibility*) yakni secara terus menerus menuliskan identitas tagar #Dosielfian_Smartspeaking pada setiap postingannya selama April 2020 - April 2021, dengan menggunakan unit analisis proposisional total 76 kali penyebutan.

4. Spesialisasi (*Specialization*)

Akun @Dosielfian_Smartspeaking dengan jelas menampilkan kekuatan dari kriteria personal branding yaitu spesialisasi, yakni fokus pada satu bidang spesialisasi dan konsentrasi pada satu bakat, talenta, atau keterampilan khusus. Hal itu sangat relevan dengan yang ditampilkan akun

ini, yaitu menampilkan sosok Dosi Elfian dengan nilai talenta dan keterampilannya dalam membawakan acara-acara atau event besar di Aceh.

Hal ini tentu saja terlihat dari postingan video berdasarkan persentase dari unit analisis fisik, yaitu lebih dominan dalam postingan dengan jenis kegiatan berkaitan dengan sosok Dosi Elfian yang menjadi pembawa acara (MC) pada angka 52%.

Dengan menggunakan unit analisis referensial, Postingan terkait kategori pembawa acara terdapat sebanyak 24 unggahan, dan 24 unggahan juga menampilkan dirinya menjadi pemateri, serta postingan menjadi host acara religi sebanyak 13 unggahan.

Sedangkan menggunakan unit analisis tematik juga ditemukan dari sisi kategori tema yang sering diposting oleh akun @Dosielfian_Smartspeaking yaitu dengan unggahan 76 terkait public speaking dan 27 unggahan terkait pelatihan cara menjadi public speaker.

5. Otoritas (*Authority*);

Terkait personal branding dengan kategori nilai otoritas, dapat dikatakan bahwa akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking memiliki kesesuaian dengan nilai otoritas personal branding ini. Tentu saja dapat dilihat pada unit analisis referensial, dari 76 kategori postingannya, terdapat 24 kategori terkait Dosi Elfian menjadi pembawa acara atau MC, hal yang sama juga terdapat pada postingan dirinya dalam kategori pemateri pada pelatihan public speaking, yaitu sebanyak 24 kategori. Sehingga jika ditotalkan ada 48 postingan yang sangat dominan dan sesuai menurut nilai

otoritas personal branding. Yaitu dalam nilai otoritas ini yang dinilai ialah bagaimana seseorang dapat dilihat dan dipandang orang lain sebagai seorang pemimpin yang efektif. Dalam 48 postingan tersebut menunjukkan karakter dari sosok Dosi Elfian yang memiliki jiwa pemimpin dalam memimpin dan memandu suatu acara serta memimpin dalam memberikan materi-materi terkait public speaking.

6. Keistimewaan (*Distinctiveness*);

Akun @Dosielfian_Smartspeaking juga memperlihatkan kesesuaian dengan kriteria personal branding keistimewaan (*Distinctiveness*), yaitu membedakan diri dengan orang lain berdasarkan personal branding yang dibangun. Personal branding perlu diekspresikan secara unik dan berbeda dari pesaing serta memberi nilai tambah pada orang lain. Personal branding harus didefinisikan dengan jelas sehingga orang lain dapat dengan cepat menangkap pesan personal branding itu.

Hal ini terlihat berdasarkan dari unit analisis referensial, yaitu jumlah postingannya pada kategori pembawa acara (MC) yaitu sebanyak 24 unggahan, hal yang sama juga terdapat pada kategori menjadi pemateri yaitu 24 unggahan dan pada kategori host acara religi sebanyak 13 postingan.

7. Relevan (*Relevant*);

Dalam unit analisis referensial, kriteria personal branding berdasarkan nilai relevan (*relevant*) juga sama banyaknya ditampilkan dengan kategori MC yaitu sebanyak 24 kali. Nilai relevan dalam personal branding ini ialah pesan dari personal branding seseorang harus terkait dengan sesuatu yang

berguna dan dianggap penting oleh orang lain. Ini menandakan antara kegiatannya terkait MC dan Pemateri sangat saling berkaitan dan relevan.

8. Visibilitas (*Visibility*);

Dalam unit analisis proposisional ini terdapat kesesuaian pada pembentukan personal branding dengan kriteria konsistensi (*consistency*) dan visibilitas (*visibility*) yaitu secara terus menerus menuliskan tagar #Dosielfian_Smartspeaking pada setiap postingannya selama April 2020 - April 2021, dengan menggunakan unit analisis proposisional total 76 kali penyebutan. Tagar ini sangat berpengaruh dalam menancapkan nama *brand* tersebut kepada para audiens.

9. Ketekunan (*Persistence*);

Personal branding dengan nilai dari kriteria ketekunan (*persistence*) juga terdapat dalam tema yang sering diposting pada akun @Dosielfian_Smartspeaking. Berdasarkan unit analisis tematik, akun @Dosielfian_Smartspeaking membangun personal branding dengan nilai ketekunan ini yang dapat dilihat dari total tema terkait Keislaman 15 postingan, Budaya dan Pariwisata 15 postingan, serta Ekonomi 7 postingan.

Dari sejumlah tema tersebut, akun ini memberikan kesan kepada audiens bahwa sosok Dosi Elfian tidak hanya mempunyai kompetensi pada bidang pelatihan menjadi *public speaker* ataupun ahli dalam bidang *public speaking* seperti MC dalam kegiatan-kegiatan formal pemerintahan saja, akan tetapi terus berkembang seperti tema postingan yang diunggah terkait dirinya yang menjadi MC pada beberapa acara bertema Keislaman,

Budaya dan Pariwisata, serta MC pada kegiatan-kegiatan bertema ekonomi. Hal inilah yang sesuai dengan kriteria pembentukan *personal branding* dengan nilai ketekunan tersebut.

10. Perbuatan baik (*Goodwill*);

Hampir setiap postingan dari akun @Dosielfian_Smartspeaking terdapat penyebutan kata "Bismillah" yaitu suatu kosakata yang begitu dekat dengan para muslim, Berdasarkan unit analisis sintaksis terdapat sebanyak 73 kali penyebutan kata "Bismillah" dari total keseluruhan postingan yang dianalisis. Sementara itu, dilihat dari analisis tematik juga ditemukan nilai goodwill dengan jumlah unggahan terkait tema Keislaman yang diposting sebanyak 15 kali.

Dari penyebutan kata ini ada suatu pesan yang ingin dibangun pada akun tersebut, yaitu nilai identitas diri sebagai pribadi muslim yang selalu menjunjung nilai-nilai agama. Dalam personal branding, kriteria ini sangat relevan dengan nilai kategori perbuatan baik (*Goodwill*), yaitu ketika seseorang membangun personal branding yang akan dikenal positif sebagai sosok yang baik karena perbuatan dan nilai positif yang dilakukannya.

11. Kinerja (*Performance*);

Dalam setiap postingan yang terdapat pada Akun @Dosielfian_Smartspeaking, terlihat bagaimana performa dan kinerja sosok dari Dosi Elfian bersama tim dalam membangun personal brandingnya. Banyak konten yang menampilkan Video kegiatan menjadi MC yang lebih dominan, hal ini memberikan kesan dan pesan terhadap para

audiens bahwa sosok Dosi Elfian ialah seorang pembawa acara yang handal, ditambah lagi dengan kinerja para tim @Dosielfian_Smartspeaking dalam membangun citra melalui video-video yang sangat berbeda dengan kompetitor lainnya pada bidang tersebut.

Berdasarkan unit analisis fisik, persentase yang ditampilkan dalam unggahan video yaitu lebih dominan pada postingan dengan jenis kegiatan berkaitan dengan sosok Dosi Elfian yang menjadi pembawa acara (MC) yaitu pada angka 52%.



Gambar 4.3 Proses pembentukan personal branding @Dosielfian_Smartspeaking
Sumber: Hasil penelitian, 2021

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang diajukan serta juga hasil analisis isi dari "Personal Branding Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking (Analisis Konten Pesan Pencitraan)" Penulis menyimpulkan sejumlah hal sebagai berikut:

1. Proses pembentukan personal branding yang dilakukan akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking mempunyai kesesuaian dengan 11 kriteria dalam teori personal branding yang dikemukakan oleh Hubert K Rampersad yaitu keautentikan, integritas, konsistensi, spesialisasi, otoritas, keistimewaan, relevansi, visibilitas, ketekunan, perbuatan baik, kinerja. Dalam membentuk personal brandingnya hal yang paling menonjol ditampilkan ialah terkait postingan sosok dari Dosi Elfian yang memandu sebuah acara atau menjadi MC, profesi MC inilah yang menjadi citra kuat dirinya yang dibangun melalui akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking. Namun ada sisi kelemahan yang terdapat pada postingan video yang ditampilkan akun @Dosielfian_Smartspeaking tersebut. Yaitu nilai integritasnya yang menjadi sebagai pemateri public speaking, hal ini karena persentase postingan yang menampilkan ketika menjadi Pemateri Pelatihan *Public Speaking* hanya sebanyak 20% saja, sedangkan menjadi MC ditampilkan sebanyak 52% dari total keseluruhan alokasi durasi pada postingan video. Dan jika dilihat dari penggunaan tagar, maka terdapat tagar khusus yang selalu dituliskan pada

setiap postingannya yaitu #dosielfiansmartspeaking, tagar ini dituliskan sebanyak 76 kali. Tagar tersebut sangat relevan dengan kegiatan dan postingannya, sehingga menjadi hal yang sangat spesial karena dapat membangun identitas *personal branding* yang kuat. Selain itu, dalam membangun *personal branding*nya juga terdapat 73 kata “Bismillah” dari total 76 postingan. Dan diantaranya ada 15 postingan yang terkait tema Keislaman, ini menandakan bahwa dalam membangun *personal branding*, akun @Dosielfian_Smartspeaking ingin membangun citra melalui nilai-nilai kebaikan dan wujud rasa syukur serta identitas diri sebagai seorang muslim yang baik.

2. Pesan pencitraan yang terdapat pada akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking dibangun menggunakan *image building* yaitu melalui postingan-postingan yang rutin diunggah. Usaha-usaha postingan mengenai sosok Dosi Elfian menjadi MC dan juga *public speaker* di event-event besar yang ada di Aceh ini dilakukan dalam upaya mencapai citra positif terhadap akun tersebut. Pada caption postingan instagram di akun tersebut juga terdapat sebuah pesan pencitraan yang kuat yaitu penggunaan tagar #dosielfiansmartspeaking yang dituliskan pada setiap postingannya. Hal lain yang patut dicermati ialah akun ini membangun kekuatan pesan pencitraan dari *brand*-nya juga dengan postingan yang menampilkan sosok Dosi Elfian yang handal dalam bidang MC. Dilihat dari unit analisis sintaksis, penulisan kata Dosi Elfian dan penggunaan tagar #dosielfiansmartspeaking yaitu sebanyak 137 kali dari total postingan 76 unggahan. Ini juga menjadi salah satu faktor

pesan pencitraan yang disampaikan akun tersebut sangatlah kuat dalam membangun citra dari merk (brand) akun @Dosielfian_Smartspeaking.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang sudah diuraikan sebelumnya, maka penulis mempunyai beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi tim @Dosielfian_Smartspeaking, perlu meningkatkan performa dalam membangun *branding* melalui media sosial Instagram. Pada postingan video mengenai pelatihan *public speaking* agar kiranya dapat ditingkatkan baik secara kualitas dan kuantitas. Hal ini karena sebelumnya pada periode yang penulis teliti masih sekitar 20% postingan dari alokasi durasi video terkait pemateri pelatihan *public speaking*.
2. Diharapkan juga agar upaya pembentukan personal branding pada akun instagram @Dosielfian_Smartspeaking kedepannya dapat lebih optimal dan sebaiknya selalu mengevaluasi serta memperhatikan dan mengimplementasikan 11 kriteria pembentukan *personal branding* yaitu keautentikan, integritas, konsistensi, spesialisasi, otoritas, keistimewaan, relevansi, visibilitas, ketekunan, perbuatan baik, dan kinerja.
3. Kepada peneliti selanjutnya, penulis menyarankan agar meneliti *personal branding* dari sosok Dosi Elfian ataupun publik figure lainnya lebih mendalam lagi dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang belum sama sekali penulis angkat dalam penelitian ini, sehingga hal tersebut dapat memperluas studi komunikasi terkait *personal branding*.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

A. Buku

- Burhan Bungin, 2017, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*, Cetakan ke-9, Jakarta: Kencana.
- Eriyanto, 2011, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Farco Siswiyanto Raharjo, 2019, *The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*, Yogyakarta: Quadrant.
- Husaini Usman, 2019, *Metode Penelitian Social*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Jubile Enterprise, 2012, *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*, Jakarta: Gramedia
- Makimuddin, dkk. 2016, *Analisis Sosial: Persepsi Dalam Advokasi Irigasi*, Bandung: Yayasan AKATIGA.
- Nurul Zuriah, 2006, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: Media Grafika.
- Rulli Nasrullah, 2016, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, Jakarta: Prenadamedia Group, edisi 1, cetakan ke 2
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

B. Jurnal

- Anisa Sri Restanti, *Tantangan dan Strategi untuk Mengembangkan Citra Positif Perpustakaan*, (Jawa Tengah: General Soedirman University), Record And Library Journal, e-ISSN 2442-5168, Vol 1, Nomor 2, Juli – Desember 2015

- Dita Rachmawati, Dini Salmiyah Fithrah Ali, *Analisis Personal Branding Selebgram Nonselebri Akun Instagram @Lippielust*, Warta ISKI, p-ISSN: 0853-4470 - Vol. 01, No. 01 (2018), pp. 34-40.
- Dyah Arini Widyastuti, Pamerdi Gili Wiloso, Seto Herwandito, *Analisis Personal Branding di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an d'Anthes di Instagram)*, Journal Binadarma, <http://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/649/345/> (Diakses pada 23 Desember 2020, pukul 22:59 WIB)
- Dicky Septriadi, *Analisis Proses Pembentukan Personal Brand Melalui Social Media (Studi kasus proses pembentukan Personal Brand Chappy Hakim dan Yunarto Wijaya melalui Twitter)*, (Tesis) Program Pasca Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia, (Jakarta: 2012). Diakses pada 23 Desember 2020 (pukul 23:49)
- Franzia, Elda, “*Personal Branding Melalui Media Sosial*”, Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Trisakti, Seminar Nasional Pakar ke 1 Tahun 2018, ISSN (P) : 2615 – 2584.
- In Soraya, *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)*, (Jakarta Timur: Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika Jakarta, 2017), Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 2, September 2017.
- Puspita Yuli Pradita, *Komparasi Personal Branding Ridwan Kamil: Pemilu Walikota Bandung 2013 dan Pemilu Gubernur Jabar 2018*, Serat Rupa Journal of Design, Vol.3, No.1: 01-24 E-ISSN: 2477-586X, ISSN: 2338-3348, (Email: puspita2805@gmail.com). January 2019.
- Rina Handayani, *Personal Branding Pustakawan di Perpustakaan*, Pustakaloka Vol. 7. No. 1 Tahun 2015.

C. Referensi Lain

- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/konten>, (Diakses pada tanggal 9 Desember 2020, pukul 15:58 WIB)

LAMPIRAN

Lampiran 1: Sampel Postingan Foto Instagram @Dosielfian_Smartspeaking
Periode April 2020 - April 2021





dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah... Alhamdulillah, 75 tahun kemerdekaan Indonesia "Satukan semangat, menyongsong Indonesia bahagia".

Balai Pelestarian Nilai Budaya Aceh dan TVRI sukses menggelar GEBYAR MERAH PUTIH SEMANGAT UNTUK NEGERI. Dipandu Coach @dosielfian Dan @lisashahab13 Serta menghadirkan para musisi peduli budaya: @cutzuhra official

Liked by burnawi_sy and 145 others
AUGUST 19, 2020

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah... Pemerintah Aceh melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kembali menggelar pentas virtual. Acara yang dipandu oleh Coach @dosielfian dan @nabillanebi ini bertajuk "Panteu Meudiwana".

Kegiatan yang tak hanya menampilkan Artis Lokal tapi juga Nasional ini merupakan upaya membangkitkan industri pariwisata Aceh yang terpuruk akibat pandemi Covid-19.

Sampai jumpa di Evant/Acara Virtual berikutnya...

Liked by samsulbahryy and 174 others
AUGUST 21, 2020

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Hermes Palace Hotel

dosielfian_smartspeaking Bismillah... Alhamdulillah, Ajang pemilihan Duta Generasi Berencana (GenRe) Aceh tahun 2020 yang diselenggarakan Badan Kependudukan Keluarga Berencana (BKKBN) perwakilan Aceh sukses digelar.

Coach @dosielfian dan @aqshaanna dipercaya memandu malam bersejarah bagi Putra dan Putri perwakilan PIK R (Pusat Informasi Konseling Remaja) dari berbagai daerah di Aceh itu.

Liked by samsulbahryy and 145 others
AUGUST 24, 2020

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Ayo...merasakan pengalaman baru belajar memandu berbagai acara di Private Class "MC".
Makin seru dan menyenangkan karena dilatih langsung oleh Coach @dosielfian

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangattmenebarmanfaat
#masterofceremony
#mc
#bandaaceh

Liked by samsulbahry and 103 others
AUGUST 28, 2020

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking Bismillah

#Repost @agaminongbna

Assamu'alaikum rakan!

Masih dari agenda hari pertama Karantina Pemilihan Agam Inong Banda Aceh 2019, finalis juga mengikuti kelas grooming yang dipandu oleh @bestbarber.ba serta beauty class oleh @pixylhokseumawe

Finalis juga telah mendapatkan pembekalan materi Marketing dan Branding Pariwisata oleh Ibu @riskandaa S. Pd, M.Si, materi Sejarah dan Kebudayaan oleh Bapak Yudi Andika, S.S, serta Public Speaking

Liked by samsulbahry and 114 others
SEPTEMBER 5, 2020



dosielfian_smartspeaking
Kyriad Aceh

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Segala puji bagi Allah SWT...
Coach @dosielfian dan @nabillanebi sukses memandu Festival Ekonomi Syariah Aceh (FESA) 2020.

Acara yang dipersembahkan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Aceh bersinergi dengan Pemerintah Provinsi Aceh, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAE), Asosiasi Perbankan Svariah (ASBISINDO), dan

Liked by ariyandas3 and 160 others
SEPTEMBER 11, 2020

Add a comment... Post



BERITA ABDYA
Puluhan Anggota Pramuka Abdya Ikuti Public Speaking, Hadirkan Dosi Elfan sebagai Pemateri

@berita_abdya kabarabdya berita abdya

dosielfian_smartspeaking
Abdya

dosielfian_smartspeaking #Repost @berita_abdya

Blangpidie

BLANGPIDIE -Puluhan anggota Pramuka Kwartir Cabang (Kwarcab) Aceh Barat Daya (Abdya) mengikuti kegiatan public speaking, Sabtu (19/9/2020), di aula Bappeda setempat.

Kegiatan yang melibatkan peserta dari tingkat penggalang dan penegak itu dibuka langsung Kakwarcab Pramuka Abdya, Muslizar MT yang juga Wakil Bupati Abdya.

Kakwarcab Pramuka Abdya, Muslizar

Liked by arifinjaris and 123 others

SEPTEMBER 19, 2020

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Mewujudkan KEBAHAGIAN di hari BAHAGIA.

Bersama @zr.weddingplanner "Planning With Love"

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatemenebarmanfaat
#resepsipernikahan
#akadnikah
#aceh
#bahagia

39w

Liked by samsulbahry and 161 others

OCTOBER 20, 2020

Add a comment... Post



DOSELI FIAN
Smart
SPEAKING

DESSTV.COM f Dosi Elfan @dosielfian @dosielfian_smartspeaking

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

"Kemampuan Adalah Anugerah,
Pekerjaan Adalah Karya"
(Coach @dosielfian)

Tunggu kejutan selanjutnya...

by @ariekalu

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemanqatmenebarmanfaat

Like Comment Share

Liked by samsulbahry and 155 others

NOVEMBER 6, 2020



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Bagi setiap Public Speaker, persiapan
adalah hal utama. Salah satunya,
mengenal dan merasakan tempat
acara atau dalam teknik public
speaking disebut "Know The Room".

Hal itu yang sedang dipraktikkan
Coach @dosielfian di kegiatan
Diseminasi Laporan Perekonomian

Like Comment Share

Liked by samsulbahry and 125 others

NOVEMBER 8, 2020

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Hermes Palace Hotel

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Bank Aceh Syariah terus berupaya
memanjakan nasabahnya dengan
meningkatkan pelayanan dan
menambah akses keuangan.

Kemudahan terbaru yang diberikan
bank milik daerah ini adalah
menyediakan fasilitas atau aplikasi
mobile banking yang diberi nama

Like Comment Share

Liked by samsulbahry and 153 others

NOVEMBER 11, 2020

Add a comment... Post



dosieflian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosieflian_smartspeaking Bismillah...

Ayo berani mencoba, bekerja cerdas dan berdedikasi. Karena dengan hal itu sebuah karya insyaAllah akan lahir.

Terimakasih mas @sandiuno atas kesempatannya untuk berdiskusi langsung dalam acara Leadership Camp.

Liked by samsulbahry and 138 others

NOVEMBER 26, 2020



dosieflian_smartspeaking
Hermes Palace Hotel

dosieflian_smartspeaking Bismillah...

#Repost @kanwilbpnaceh

Hai #SobATRBPN, RAKERDA dilingkungan KANWIL BPN Provinsi Aceh yang diselenggarakan pada Gelombang II hari pertama (30/11/2020) menggelar acara untuk para milenial bersama Coach @dosieflian (Pemateri Dasar-dasar Komunikasi Publik).

Rangkaian kegiatan sesi milenial dalam RAKERDA bertujuan untuk meningkatkan rasa percaya diri para milenial dilingkungan KANWIL BPN Provinsi Aceh sehingga mempunyai karakter moral dan juga karakter kinerja, berpikir kritis, kreatif dan juga komunikatif.

Liked by samsulbahry and 146 others

DECEMBER 1, 2020



dosieflian_smartspeaking
Hermes Palace Hotel

dosieflian_smartspeaking Bismillah...

#Repost @syaimaatika

#kilasbalik MC di acara Peresmian Kantor Cabang BRI Insurance Syariah Aceh bersama @dosieflian_smartspeaking

What a great opportunities to become a part of this ceremony 🌟

#dosiefliansmartspeaking

Liked by samsulbahry and 90 others

DECEMBER 8, 2020





dosielfian_smartspeaking Aceh ...

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
"Tak selamanya kita memotivasi dan menginspirasi, sebab ada saat di mana kita dimotivasi dan terinspirasi" kata Coach @dosielfian .
Sebab setiap manusia terlahir spesial dan luarbiasa. Lanjut beliau.
Maka, nikmati dan syukurilah setiap pertemuan

Liked by samsulbahry and 86 others
JANUARY 9



Add a comment... Post

dosielfian_smartspeaking Anjong MonMata Banda Aceh ...

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
#Repost @syaimaatika
.....
Anjong MonMata Banda Aceh
Diberi kesempatan untuk memandu acara Peringatan Hari Pers Nasional (HPN) Tahun 2021 bersama coach @dosielfian_smartspeaking

Liked by ariyandas3 and 185 others
FEBRUARY 9



Add a comment... Post

dosielfian_smartspeaking Cabang Pegadaian Banda Aceh ...

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Segala puji bagi Allah SWT...
Coach @dosielfian dan Trainer @ida_azwan beserta Tim Dosielfian Smart Speaking sukses berbagi semangat membangun komunikasi efektif dengan para karyawan di @marketing_pegadaian_aceh
Tunggu kami di Instansi atau lembaga anda segera... 🙏
#dosielfiansmartspeaking

Liked by samsulbahry and 83 others
FEBRUARY 21



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

"Seperti olahraga, tak ada latihan yang sia-sia selama anda percaya."
Coach @dosielfian

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat
#publicspeaking
#komunikasiruemeh
#smartspeakingcommunity

Like by machfudridha and 82 others

FEBRUARY 23

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Coach @dosielfian dan @hafsariayu.mc memandu Festival Kopi Kutaraja 2021 yang dilaksanakan Pemerintah Aceh melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat
#smartspeakingcommunity
#publicspeaking
#komunikasiruemeh
#bandaaceh
#aceh

18w

ernafitria31 Keren 🍷

Like by muftitamren and 127 others

MARCH 16

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Manjadi ramah itu mudah.

"Syukurilah setiap pertemuan, hargailah setiap obrolan"
Coach @dosielfian

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat
#komunikasiruemeh

Like by wirzaini.usman and 81 others

MARCH 23

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Sejumlah grup band lokal dan sanggar seni di Banda Aceh berhasil menggebrak panggung taman budaya, dalam acara bertajuk Festival Perкуси Aceh yang digelar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.

Festival yang dipandu Coach



Liked by wahyuhypnoticpublicspeaking and 72 others

MARCH 26

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Bank Indonesia (BI) Banda Aceh

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Coach @dosielfian dan @nabillanebi sukses memandu acara Road to Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dan Karya Kreatif Indonesia Seri 1 Provinsi Aceh 2021 di Kantor BI Aceh.

kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat akselerasi transformasi digital UMKM, memperkuat



Liked by samsulbahryy and 172 others

APRIL 6

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Grand Arabia Hotel

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

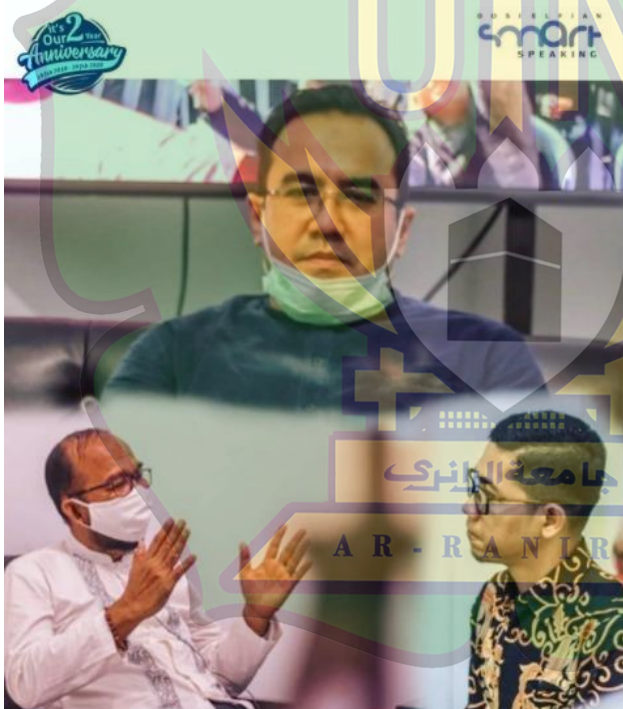
Dalam rangka mendukung keberhasilan program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN), Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Banda Aceh / @infobnn_kota_bandaaceh kembali menyelenggarakan kegiatan Bimbingan Teknis Penaqiat Anti



Liked by samsulbahry and 109 others

APRIL 7

Add a comment...



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Dari Tempat yang berbeda, dengan cara yang tak bisa, tetapi dakwah harus tetap ada.

Kajian Online Ramadhan @act_aceh

Dengan tema "Tetap Sehat Jalani Ramadhan di Tengah Pandemi Covid-19" bersama dr. T. Yusriadi, Sp, BA dan Prof. Dr. Syamsul Rijal, M.Ag.

Jepretan kece @ariyandas3



Liked by ariyandas3 and 83 others

APRIL 29, 2020

Add a comment...

Dosi Elfian @dosielfian @dosielfian_smartspeaking

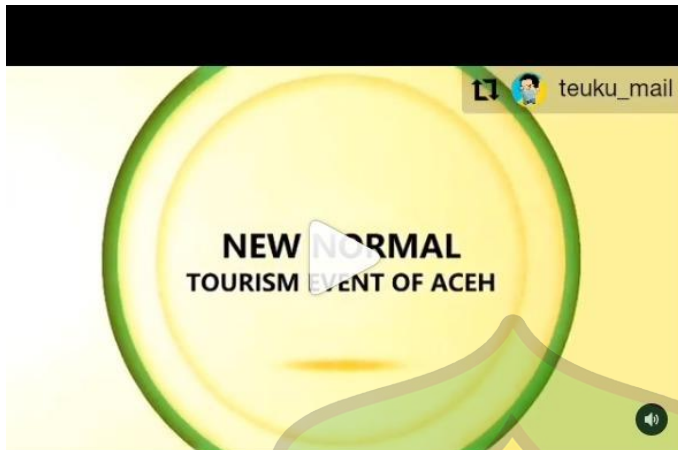
Post

Lampiran 2: Sampel Postingan Video Instagram @Dosielfian_Smartspeaking
 Periode April 2020 - April 2021

Post 1:
 Influencer **Dosi Elfian**
 Senang sekali saya Dosi Elfian Founder Smart Speaking
 547 views
 MAY 12, 2020
 Caption: Bismillah... Sahabat dermawan, bulan Ramadhan penuh berkah dan berlipat ganda atas setiap amalan kebaikan. Jangan pernah sia-siakan bulan Ramadhan. Ia hanya datang sebulan dalam setahun. Mari tingkatkan kepedulian kita di bulan suci ini bersama Coach @dosielfian , Founder DosiElfian Smartspeaking dengan mengirirkan

Post 2:
 442 views
 MAY 23, 2020
 Caption: Bismillah... Alhamdulillah, Allah telah memberikan kita kesempatan untuk menikmati indahnya Ramadhan. Semoga kita termasuk orang-orang yang Bertakwa. Kini saatnya kita bergembira menyambut Hari Raya Idul Fitri. ----- Dosielfian Smart Speaking beserta seluruh Tim : Founder @dosielfian beserta istri

Post 3:
 379 views
 JULY 5, 2020
 Caption: Bismillah... Pengisi Suara memiliki peran penting dalam sebuah video. Peran utama dari seorang Pengisi Suara Video yaitu membuat suara khusus atau khas agar sesuai dengan karakter dan dapat menyampaikan pesan sesuai dengan tujuan dari video tersebut. Dengan olah vokal yang khas dari Coach @dosielfian , video karya



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking #Repost @teuku_mail
.....
Malam Ini
New Normal Tourism Event Of Aceh.
Event Virtual, nanti malam saya ditemani oleh abang Meukeutam @dosielfian_smartspeaking akan tampil live di YouTube.

364 views
JULY 11, 2020

Add a comment... Post



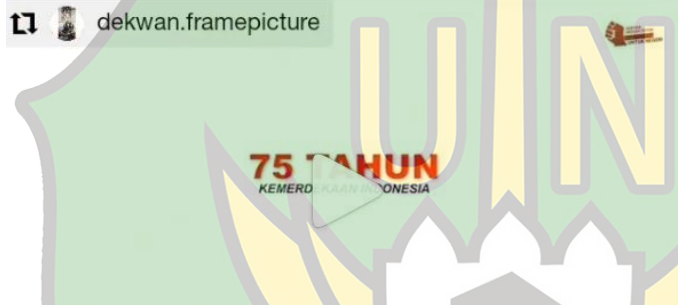
dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Ayo saksikan "Gebyar Merah Putih" Menampilkan Artis-Artis Lokal Populer dan spesial dipandu langsung oleh Coach @dosielfian.

Video Official teaser Gebyar Merah Putih kece karya @dekwon.framepicture Dengan paduan suara keren

354 views
AUGUST 13, 2020

Add a comment... Post



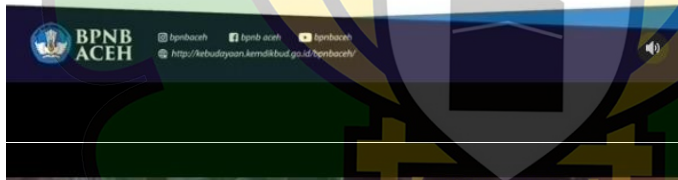
dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking #Repost @rahmadhani_sulaiman
.....
Banda Aceh, Indonesia
| Panteu Meudiwana, Aceh's Virtual Art Music Performance for the World

We are still living in the CoronaVirus pandemic or Covid-19. It has been around 6 months since the virus

358 views
AUGUST 15, 2020

Add a comment... Post



Visit the COVID-19 Information Center.

Post 1:
User: dosielfian_smartspeaking
Caption: Bismillah... Hallo Sahabat Budaya!!!! Dalam rangka Hari Kemerdekaan RI yang ke 75, kami ingin membangkitkan kembali semangat juang rakyat Aceh melawan kolonialisme melalui Pameran Daring Cagar Budaya...
Penasaran tentang Pameran Daring Saweu Cagar Budaya?? Penasaran
Views: 495 views
Date: AUGUST 20, 2020

Post 2:
User: dosielfian_smartspeaking
Caption: Bismillah... Hallo Sahabat Budaya!!!! ini dia slalah satu Video dalam Pameran Daring Cagar Budaya. Acara yang dipandu Coach @dosielfian ini sarat ilmu, informasi dan manfaat. nikmati versi lengkapnya di channel youtube @bpcbaceh ya...
#cagarbudayaacehsumut #75tahunindonesiamerdeka #kemdikbud #IndonesiaMaju #BangkitUntukIndonesiaMaju #hutri75 #dosielfiansmartspeaking #ayosemangatmenebarmanfaat
Views: 307 views
Date: AUGUST 30, 2020

dosielfian smart SPEAKING

hollabackfilms

DESSTV.COM | Dosi Elfian | @dosielfian | @dosielfian_smartspeaking

0:04 / 2:40

dosielfian_smartspeaking Kreasi Busana karya @azf.id

Bismillah...
Video kece by @hollabackfilms
Mua by @pashacute
In frame @raihanjeffrisanii dengan "balutan" Voice by Coach @dosielfian

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat
#voiceover
#narasi

47w

hollabackfilms Memang the best bg dosie juara kalo isi narasi mmg

276 views
AUGUST 31, 2020

Add a comment...

dosielfian smart SPEAKING

3D BO MOTION CLIENT BANK INDONESIA

جامعة الرانيري
AR-RANIRY

dosielfian_smartspeaking Bismillah

#Repost @feris.dgsn
.....
Banda Aceh, Indonesia

3D Motion Graphic Modul Promotion
Big Thanks @menara.visual.media
Klien @bank_indonesia_aceh
Spesial Voice over Coach @dosielfian

338 views
SEPTEMBER 6, 2020



dosielfian_smartspeaking ...

dosielfian_smartspeaking Pelatihan Public Speaking bagi Tim Inovasi PLN Unit Induk Wilayah Aceh.

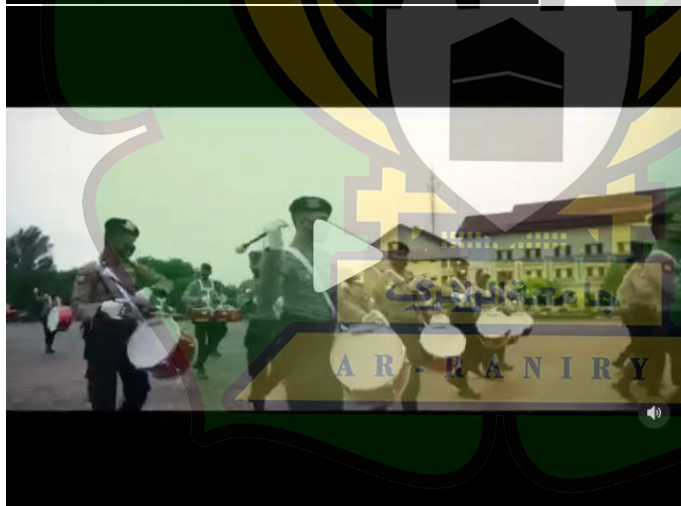
Bismillah...
Alhamdulillah pelatihan yang berlangsung selama 3 hari penuh di PLN Unit Induk Wilayah Aceh berlangsung lancar dan sukses.

terlihat dalam video Coach @dosielfian Founder @dosielfian_smartspeaking dan Executive Director kak @ida_azwan serta para inovator, sangat menikmati pelatihan tersebut.

Sampai jumpa di pelatihan selanjutnya dengan peserta yang berbeda 🙏

👍 💬 📌
312 views
SEPTEMBER 10, 2020

😊 Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking Polda Aceh ...

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Sebuah kehormatan Coach @dosielfian menjadi bagian penyelesaian pembuatan video spesial ulang tahun Kapolda Aceh, Irjen. Pol. Drs. Wahyu Widada, M.Phil.

Suara khas Coach, menjadikan video ini memiliki kekuatan tersendiri ketika disaksikan.

👍 💬 📌
508 views
SEPTEMBER 13, 2020

😊 Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking Bismillah...

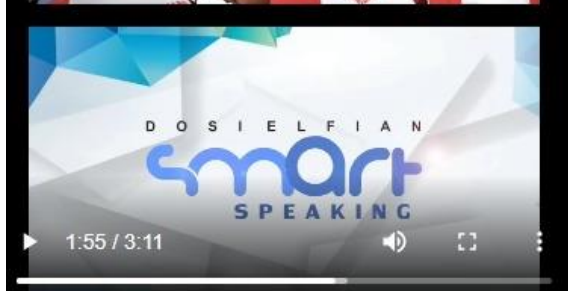
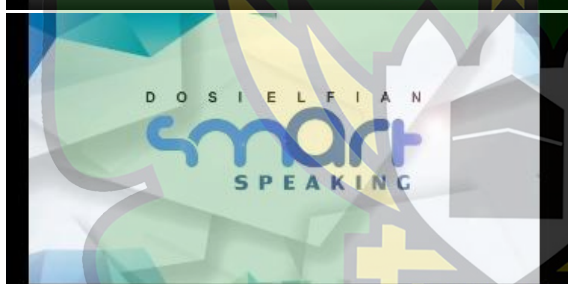
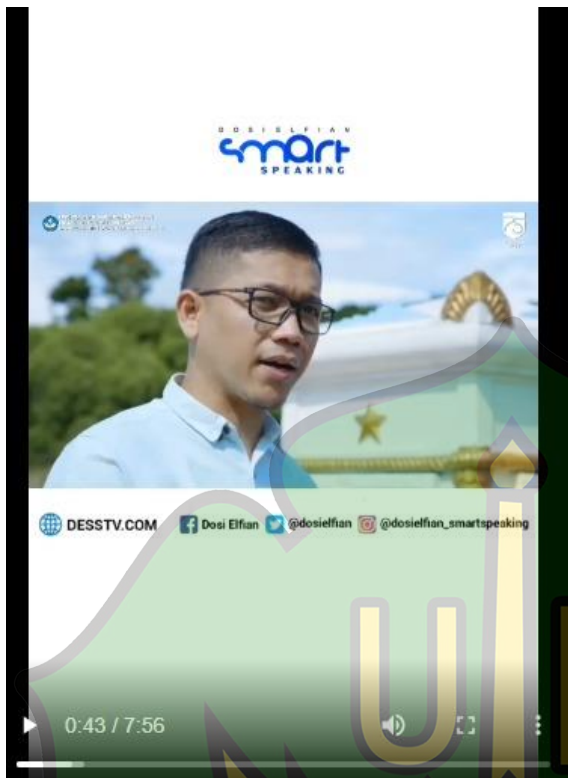
Selalu saja ada keseruan berdeda dalam kelas yang kita laksanakan.


Semangat para peserta, menjadi motivasi bagi kami untuk untuk membagi keseruan ini ke peserta berikutnya.





#dosielfiansmartspeaking


👍 💬 📌
708 views
SEPTEMBER 15, 2020

😊 Add a comment... Post



 dosielfian_smartspeaking Bismillah...
 Hallo Sahabat Budaya!!!!
 ini adalah video kedua dalam Pameran Daring Cagar Budaya.
 Dipandu langsung oleh Coach @dosielfian , membuat obrolan dalam video ini semakin menarik dan alami.
 oh ya, saksikan versi lengkapnya di channel youtube @bpcbaceh .
 insyaAllah sahabat akan mendapatkan banyak ilmu, informasi dam inspirasi.

   
 289 views
 SEPTEMBER 21, 2020
 Add a comment... Post

 dosielfian_smartspeaking ...

 dosielfian_smartspeaking Bismillah...
 Semangat pagi !!!,
 ajakan yel yel dari Coach @dosielfian ini di sambut antusias Santri Dayah Babul Maghfirah Aceh Besar "Pagi... pagi... pagi... luar biasa".
 Suasana semakin semarak dengan permainan seru yang dihadirkan Trainer Kak @ida_azwan .
 Tetap semangat Tim Dosielfian Smart Speaking @kikimirzq @muhammadshobari perjalanan dan perjuangan kita masih panjang... 🙏👍

   
 170 views
 SEPTEMBER 29, 2020
 Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Blangpidie - Abdya

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Puluhan anggota Pramuka Kwartir Cabang (Kwarcab) Aceh Barat Daya (Abdya) mengikuti kegiatan public speaking, di aula Bappeda setempat.
Kegiatan yang melibatkan peserta dari tingkat penggalang dan penegak itu dibuka langsung Kakwarcab Pramuka Abdya, Muslizar MT yang juga Wakil

592 views
OCTOBER 14, 2020

Add a comment... [Post](#)



dosielfian_smartspeaking
Serambinews.com

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Kali ini Coach @dosielfian melatih Tim @serambitv .
Materi di Private Class ini bertajuk "Menjadi Presenter Itu Mudah. Benarkah?".
Tunggu video kelas yang sama dengan peserta berbeda akan segera

671 views
OCTOBER 6, 2020

Add a comment... [Post](#)



dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Dinas Kesehatan (Dinkes) Kabupaten Aceh Barat Daya menyelenggarakan Workshop Public Speaking dan Motivation bagi petugas promosi kesehatan (Promkes) se Abdya.

Alhamdulillah Coach @dosielfian dipercayakan memberikan materi dalam tugas mulia ini.
Selamat berjuang para Pahlawan kesehatan.
by @muhammadshobari
#dosielfiansmartspeaking

560 views
NOVEMBER 16, 2020



dosielfian_smartspeaking
Joel Bungalow

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Tahun 2020, merupakan tahun spesial. Dengan berbagai tantangannya ternyata Allah mengingatkan dan memberikan kesempatan kepada Coach @dosielfian untuk menggali dan melatih kemampuan beliau sebagai seorang presenter.

Ditemani presenter kece @yuliasfa mereka sukses memandu sebuah pertunjukan luarbiasa persembahan @bpnbaceh bertajuk "Suatu Ketika di Bandar Lamuri".

Oh ya, jangan lupa toton video lengkapnya di channel youtube BPNB Aceh.

963 views
DECEMBER 30, 2020

Add a comment... Post

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Motivasi Public Speaking Lintas Profesi
Sebuah program Public Speaking TERUJI yang akan membangun RASA NYAMAN saat tampil di depan umum. Sangat cocok untuk Anda yang mengalami ketakutan, blank, tidak percaya diri, monoton dan kesulitan untuk menyampaikan ide-ide secara menarik.
"Sekarang Saatnya Anda Berani"

Ingin mendapatkan pengalaman yang sama Bersama Coach @dosielfian ?

Segera... 😊

#dosielfiansmartspeaking
#motivasiuntukberani

466 views
FEBRUARY 15



AR-RANIRY

Lampiran 3: Sampel Postingan Poster Instagram @Dosielfian_Smartspeaking
 Periode April 2020 - April 2021



dosielfian_smartspeaking Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
 Kajian Online Ramadhan

Alhamdulillah, Ramadhan telah tiba. Bulan penuh berkah yang dilipatgandakan pahala atas kebaikan yang dikerjakan. Maka penting sekali menjaga kesehatan agar ibadah kita tetap lancar. Karenanya, sebagai seorang muslim kita, dituntut menjaga kesehatan, apalagi pandemi covid-19 masih menghantui kita.

Mari, ikuti Kajian Online Ramadhan "Tetap Sehat Jalani Ramadhan di Tengah Pandemi Covid-19" bersama dr. T. Yusriadi, Sp. BA dan Prof. Dr. Syamsul Rijal, M.Ag.

Liked by farwidanazar and 43 others

APRIL 23, 2020



dosielfian_smartspeaking Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking #Repost @act_aceh
 Bismillah...
 Sahabat kemanusiaan, kedatangan bulan Ramadhan tinggal menghitung hari. Bulan penuh berkah tersebut mari kita sambut dengan penuh suka cita. Persiapkan diri untuk berbuat kebaikan. Satu kebaikan kita di bulan Ramadhan maka Allah balas dengan berlipat-lipat ganda. Maka, Ramadhan adalah momentum tepat meningkatkan ibadah sehingga kita semakin terbiasa dalam kebaikan.

Ayo, ikuti Tarhif Ramadhan Online "Ramadhan Momentum Biasakan Diri dalam Kebaikan", Senin, 20 April 2020.

Liked by __marcbawi7 and 29 others

APRIL 19, 2020

Add a comment... Post

#INDONESIA DERMAWAN.ID

smart SPEAKING

MRI MASYARAKAT RELIGIUS INDONESIA

ACT CARE FOR HUMANITY

Yuk, Ikut Kajian Online Ramadhan Prof Farid Wajdi Ibrahim

Membentuk **Insan Taqwa** dan **Sabar** di Ramadhan Selama Pandemi

Minggu, 3 Mei 2020, 17:00 - 18:15 WIB

Segera daftar di tautan: bit.ly/KajianOnlineACTAceh

Kunjungi juga tautan ini untuk berikan donasi terbaik Anda di bulan Ramadhan aceh.indonesiadermawan.id

Ramadhan SURGANYA DERMAWAN

Dosi Elfian Host

@act_aceh Aksi Cepat Tanggap Aceh 082283269008 www.act.id

GIP

#INDONESIA DERMAWAN.ID

smart SPEAKING

MRI MASYARAKAT RELIGIUS INDONESIA

ACT CARE FOR HUMANITY

Yuk, Ikut Kajian Online Ramadhan!

Cara Islam Bangkitkan Ekonomi Imbas Covid-19

Rabu, 6 Mei 2020, 17:00 - 18:00 WIB

Facebook: Aksi Cepat Tanggap Aceh

A R - R A N I R Y

Bersama Mahdi Muhammad Pakar Ekonomi Islam

Dosi Elfian Host

Ramadhan SURGANYA DERMAWAN

@act_aceh Aksi Cepat Tanggap Aceh 082283269008 0651-731535

Member of GIP

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking #Repost @singapodiumaceh

Bismillah...
Hari demi hari Ramadhan berlalu. Bulan penuh berkah yang dinantikan seluruh umat Islam di dunia pasti akan meninggalkan kita. Alangkah sayangnya jika Ramadhan berlalu begitu saja tanpa bekas dalam diri kita. Pertanyaan besarnya sekarang, apa kita sudah memanfaatkan momentum Ramadhan semaksimal mungkin? Apa setelah Ramadhan kita akan menjadi insan taqwa dan sabar atas segala cobaan?

Liked by dosielfian and 23 others
MAY 2, 2020

Add a comment... Post

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking #Repost @act_aceh

Bsmilla... Wabah covid-19 sudah menyebabkan efek domino. Perekonomian global telah jatuh. Hampir seluruh negara di berbagai belahan dunia sedang berjuang agar pademi covid-19 segera berakhir. Kini PHK besar-besaran terjadi di mana-mana. Jasa perhotelan, transportasi, lokasi wisata, guru kontrak, dan masih banyak lainnya mengalami kemerosotan tajam. Bila kondisi buruk terus berlanjut, ancaman kelaparan skala besar menjadi ancaman serius.

Namun, bagaimana solusinya agar di tengah wabah covid-19 rodak

Liked by dosielfian and 27 others
MAY 6, 2020

Add a comment... Post

ZAKAT CARELINE
Layanan Konsultasi & Jemput Zakat
0804-1-000-567
0852-8-900-0567

smart SPEAKING

MRI
MUSLIM VOLUNTEER SOCIETY

Global Zakat
BERSAMA SAMA BERKAS BERSAMA SAMA

ACT
CARE FOR HUMANITY

Ikuti Kajian Online Bersama Ustaz Zul Arafah
RAJIN BERDERMA, SELALU BAHAGIA.
Tunaikan Zakat, Selamatkan Umat

Jumat, 15 Mei 2020, 17:00 - 18:00 WIB

Live di
Facebook: Aksi Cepat Tanggap Aceh

Ramadhan SURGANYA DERMAHAN

Dosi Elfian Host

@act_aceh Aksi Cepat Tanggap Aceh 082283269008 0651-7315352

LP3I

Prakuliah online

#BeraniBerkomunikasi
Skill Komunikasi Dasar

Rabu, 17 Juni 2020
Pukul: 09:30 - 11:30

Info lebih lanjut:
WA 085373320621

AR-RANIRY

Bersama:
Dosi Elfian
Operator Manager / Programming
Kompas TV Network Aceh - Antero TV
Kompas Gramedia (KG) Group

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
#Repost @act_aceh
Hati bahagia kala kewajiban berzakat ditunaikan. Umat pun terselematkan dari bencana kelaparan. Semakin banyak zakat terkumpul dan disalurkan, maka semakin banyak pula orang berbahagia karena terbantu pemenuhan kebutuhan hidupnya. Hidup menjadi berkah berkah dan bahagia setelah harta disucikan.

Lebih lengkapnya, yuk saksikan live streaming kajian online bersama Ustaz

25 likes
MAY 15, 2020

Add a comment... Post

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Selamat menyambut kuliah di ruangan teman-teman. Tapi sebelumnya bekal diri dengan kemampuan komunikasi dasar. Karena sejatinya kesuksesan di kampus tak hanya ditentukan oleh cara anda menyerap informasi di kelas tetapi juga ketika bersilatullahmi dengan siapa pun.

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat
#kampus #lp3i #lp3itepatcepatkerja

57w

haliyapremium Mantaf BG

Liked by samsulbahry and 70 others
JUNE 16, 2020

Add a comment... Post

**New Normal
Tourism Event of Aceh**
Sabtu, 11 Juli 2020 | Pukul 20.30 WIB

Like Love & Share Aceh

Saksikan...!!
Live Streaming on

- Serambi On TV
- Disbudpar Aceh
- BANDAACEHTOURISM
- RRI BANDA ACEH
- RIALDONI Official
- Terku Mail

Special Performance:

- RIALDONI
- GLXI
- SUBUR DANI
- DJAMAL SHARIEF
- TEUKU MAIL HOST
- DOSI ELFIAN HOST

Organized By: DELTA Intermedia, CreAtivindo, MENARA INDONESIA, DE

Supported By: visualmedia, MOVEON, layarkaca, serambi.com, Glamour

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

"New Normal Tourism of Aceh Event"

Karya bersama hasil kolaborasi beberapa event organizer di Aceh:
@deltaintermedia @creativindo_eo @menara.indonesia Dream Entertainment & supporting event: @dbluestudio @menara.visual.media @layarkacaintervision @glamour.pro @irfan_aqsapro @moveon_management @indiecams

Sabtu, 11 Juli 2020 Pukul 20.30 WIB

Live on youtube:
- Disbudpar Aceh
- BANDAACEHTOURISM

Liked by samsulbahry and 65 others
JULY 6, 2020
Add a comment... Post

Join Us...
Public Speaking Class

DENGAN METODE SERU DAN KEKINIAN, LATIHAN SERTA PRAKTEK LANGSUNG BERSAMA AHLINYA

3 KALI PERTEMUAN MAKSIMAL 6 PESERTA

IDR : 600.000,-
GRATIS LATIHAN

Hubungi :
0823 6252 4747

DESSTV.COM | Dosi Elfan | @dosielfian | @dosielfian_smartspeaking

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah, Kita bersyukur kepada Allah SWT, karena insyaAllah kita akan kembali membuka Public Speaking Class. Dengan metode seru dan kekinian, latihan serta praktek langsung bersama ahlinya.

Tingkatkan kemampuan public speakingmu bersama kami. Pelajari cara membuat materi hingga cara ampuh "memikat" audience

3 kali pertemuan

Maksimal 6 orang peserta

IDR : 600.000

Liked by samsulbahry and 136 others
JULY 21, 2020
Add a comment... Post

#INDONESIA DERMAWAN.ID | smart SPEAKING | MRI | ACT

Yuk, Ikuti Ngobrol Inspiratif!

KARENA CINTA ACEH DIKENAL DUNIA

H. Husaini Ismail, SE., Ak. Kepala Cabang ACT Aceh
Dr. Tgk. Teuku Zulkhairi, MA Akademisi UIN Ar-Raniry

Rabu, 22 Juli 2020, Pukul 20:30-21:30
 Live di **Facebook page: Aksi Cepat Tanggap Aceh**

Host: **Dosi Elfian**

IG: @act_aceh | FB: Aksi Cepat-Tanggap Aceh | WA: 082283289005

dosielfian_smartspeaking
 Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
 #Repost @act_aceh
 Sahabat dermawan, tindakan masyarakat Aceh membantu saudara muslim Rohingnya membuktikan bahwa masih ada cinta dalam diri. Cinta itu pula mampu menggerakkan jiwa raga spontan membantu mereka.

Agar mengetahui lebih banyak lagi kisah inspiratif masyarakat Aceh, yuk, ikuti ngobrol inspiratif "Karena Cinta Aceh Dikenal Dunia" bersama

- Kepala Cabang ACT Aceh H Husaini Ismail SE Ak
- Akademisi UIN Ar-Raniry Dr Tgk Teuku Zulkhairi MA

Liked by wahyuhypnoticpublicspeaking and 53 others
 JULY 22, 2020

kwpsi

Pengajian Rutin Jamaah
 Kaukus Wartawan Peduli Syariah Islam
 Rabu, 2 September 2020
 Pukul 20.30 WIB (Malam)
 disiarkan langsung dari ruang VIP Warkop SMEA
 Lampineung Banda Aceh

"Kesiapan Bank Umum Nasional Berkonversi Ke Syariah"

(Refleksi Implementasi Qanun LKS)

livestreaming di:
 LIVE KWPSI | YouTube | Glamour Pro

Visit the COVID-19 Information Center. | جامعة الرانيري

dosielfian_smartspeaking
 Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
 Pengurus Kaukus Wartawan Peduli Syariah Islam (KWPSI) kembali menggelar program andalannya yaitu Pengajian dan Kajian Islam pada setiap pekan.

Pada masa pendemi Virus Corona (Covid-19), program kegiatan pengajian yang dipandu oleh Coach @dosielfian ini dilakukan secara online

Liked by irzaulya_ and 39 others
 SEPTEMBER 2, 2020

kwpsi

Pengajian Rutin Jamaah
 Kaukus Wartawan Peduli Syariah Islam
 Rabu, 9 September 2020
 Pukul 21.00 - 23.00 WIB
 disiarkan langsung dari Warkop SMEA
 Lampineung Banda Aceh

"Arah Global Masa Pandemi dan Peran Cendekiawan songsong Kebangkitan Islam"

livestreaming di:
 LIVE KWPSI | YouTube | Glamour Pro

dosielfian_smartspeaking
 Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
 Pengurus Kaukus Wartawan Peduli Syariah Islam (KWPSI) kembali menggelar Kajian Islam pada setiap pekan.

Program yang dipandu oleh Coach @dosielfian ini dilakukan secara online (Live Streaming) melalui akun Facebook KWPSI pada pukul 21.00-

Liked by samsulbahry and 50 others
 SEPTEMBER 9, 2020

Add a comment... Post



dosielfian_smartspeaking
Abdya

dosielfian_smartspeaking Bismillah, Kesempatan khusus dan awal yang sangat baik.

Coach @dosielfian dan tim multimedia @muhammadshobari menuju Negeri Sigupai, Abdya untuk menyelesaikan tugas mulia ini.

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat



Liked by samsulbahryy and 72 others

SEPTEMBER 19, 2020

Add a comment... Post

dosielfian_smartspeaking
Abdya

dosielfian_smartspeaking Bismillah... Puji syukur kepada Allah SWT. InsyaAllah Coach @dosielfian akan memberikan materi di Masjid At-Taqwa Blang Pidie Kab. Abdya.

Semoga kita semua diberkahiNya.

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat
#Aceh
#abdya

43w

kebud_qian Wow, keliling terus Om Dosi 🙌🙌🙌

43w Reply



Liked by wirzaini.usman and 62 others

SEPTEMBER 25, 2020

Add a comment... Post





dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah
"Bergerak, tumbuh dan berkembang"
Kegiatan ini merupakan bagian dari upaya peningkatan sumber daya para Fasilitator @dosielfian_smartspeaking

Keep spirit!
@ida_azwan
@muhammadshobari
@kikimirzay
@mc_arialfatah
@haidir.32

Liked by **_marcbawi7** and 68 others
OCTOBER 8, 2020



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Setelah sukses dilakukan di beberapa kota, @kpi Pusat kembali menggelar kegiatan Sosialisasi dan Publikasi Menjaga Indonesia dan Perbatasan Melalui Penyiaran Televisi Digital di Aceh, Kamis (19/11/20).
Talkshow secara virtual ini akan

Liked by **machfudridha** and 55 others
NOVEMBER 19, 2020



dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Jalur rempah merupakan program prioritas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang dimulai dari tahun 2020 hingga tahun 2024, jalur rempah dilihat sebagai koridor interaksi antarbudaya dalam lintas daerah di Indonesia dan lintas Negara.
Program ini berupaya menghidupkan jalur rempah dengan kerjasama, sinergi, gerak serentak dalam memajukan kebudayaan dengan masyarakat yang memiliki ketersambungan budaya di ratusan titik jalur rempah. Salahsatu Program Jalur Rempah adalah sebuah program jalur budaya yang bertujuan

Liked by **irzaulya_** and 40 others
NOVEMBER 27, 2020

SEMILINER Dosi Elfian SMART SPEAKING

SEMILINER MOTIVASI PUBLIC SPEAKING LINTAS PROFESI

"Sekarang Saatnya Anda Berani"

KYRIAD MURAYA HOTEL BANDA ACEH

Sabtu, 19 Desember 2020
09.00 – 12.00 Wib.

FASILITAS :

- 1X LUNCH
- SERTIFIKAT
- KONSULTASI GRATIS
- DOORPRIZE

CARANYA :

- Scan QR Code atau Link yang tertera
- Langsung Transfer ke Rek BSM : 7131025817 an. Dosi Elfian
- dan konfirmasi ke no. WhatsApp tertera

INVESTASI : IDR 225.000

INFORMASI PENDAFTARAN :
0823 6252 4747
(Zubaidah Azwan)

Dosi Elfian @dosielfian @dosielfian_smartspeaking bit.ly/PublicSpeakingIV

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Ayo ikutan segera...
Peserta terbatas !!!

Seminar Motivasi Public Speaking Lintas Profesi Sebuah program Public Speaking TERUJI yang akan membangun RASA NYAMAN saat tampil di depan umum. Sangat cocok untuk Anda yang mengalami ketakutan, blank, tidak percaya diri, monoton dan kesulitan untuk menyampaikan ide-ide secara menarik.
"Sekarang Saatnya Anda Berani"

Bersama @dosielfian Motivator, Founder Dosielfian Smart

Liked by wahyuhypnoticpublicspeaking and 48 others

NOVEMBER 28, 2020

Supported by Kyriad, Am-nidaya, etc.

KYRIAD MURAYA ACEH

KAJIAN AKTUAL BULANAN MAJELIS TASTAFI KOTA BANDA ACEH DAN ALIANSI ORMAS ISLAM ACEH

MODERATOR Dosi Elfian

PEMATERI Aba Nisam

Gadai

"Polemik dan Solusi dalam Islam"

JUMAT 18 Desember 2020 20.00 WIB s.d Selesai (Shalat Isya Berjamaah) Kyriad Muraya Hotel Aceh

Peserta Terbatas. Silakan WA Panitia Tgk. Muhammad Batee (0852 7723 1299)

dosielfian_smartspeaking
Kyriad Muraya Aceh

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Agenda Kajian Aktual Bulan Desember 2020
Kyriad Muraya Hotel 18 Des 2020
Pemateri : Tgk. H. Helmi Imran, MA (Aba Nisam)
Moderator : Tgk. Dosi Elfian
Tema : Gadai (Rahn); Polemik dan Solusi dalam Islam

Ayo ikutan rakans...

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat.
#pengajian

Liked by dosielfian and 51 others

DECEMBER 17, 2020

KAJIAN AKTUAL BULANAN MAJELIS TASTAFI KOTA BANDA ACEH DAN ALIANSI ORMAS ISLAM ACEH

Meraih Kembali Kejayaan Peradaban **ISLAM ACEH** masa lalu dan masa depan

MODERATOR: Dosi Elfian
PEMATERI: Prof. Dr. H. Farid Wajidi, MA

HerMES PALACE Banda Aceh | the acehpost | MBA CORP OFFICIAL

dosielfian_smartspeaking ...

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Ayo bergabung di pengajian "jaman now" pada Rabu, 23 Desember 2020 di HerMES Palace Hotel @hermespalacehotelbandaaceh, Menghadirkan pemateri Prof. Dr. H. Farid Wajidi, MA @singapodiumaceh. Dan dipandu oleh Coach @dosielfian

Tema

Liked by machfudridha and 40 others

DECEMBER 23, 2020

KORPS HMI-WATI CABANG BANDA ACEH

PELATIHAN MASTER OF CEREMONY (MC) DIRIGEN DAN SURAT MENYURAT

"Meningkatkan Potensi Demi Mewujudkan HMI-Wati Berkualitas Insan Cita"

Narasumber:
Dosi Elfian, Nurwaning

Fasilitas:
• Ilmu bermanfaat
• Sertifikat
• Snack
• Makan siang
• Souvenir bagi peserta terbaik

8:30-17:30 WIB
Minggu 27 Desember 2020
Aula Insan Cita HMI Cabang Banda Aceh

CP: Khaikun Nisak 0812-7610-3719
Nurkhozari 0823-6121-9197

dosielfian_smartspeaking Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
Alhamdulillah, untuk ke sekian kalinya Coach @dosielfian menjadi narasumber dalam kegiatan @hmi_bandaaceh dan @kohaticabangbanda.

Kali ini peserta akan mendapatkan berbagai materi guna meningkatkan potensi dan mewujudkan HMI-Wati berkualitas insan cita.

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat
#hmi
#hmiaceh
#hmi Banda Aceh
#mc

Liked by machfudridha and 59 others

DECEMBER 25, 2020

NGOPI RARARY

"Kalau Bicara Kebanyakan Kata eee...? Begini Cara Menghilangkannya"

BARENG Coach Dosi Elfian

OPEN MIC
Suhil Alfata -Founder lunastudio.id & nyuci.in

"How To Be a Digitalpreneur"

LIVE ON:
f dosielfian_smartspeaking
VINA VIRA 101.10 FM

Kamis, 25 Maret 2021
16.30 Wib.

@dosielfian_smartspeaking | DESS TV | desstv.com

dosielfian_smartspeaking Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...
#Repost @elcoffebandaaceh
Banda Aceh, Indonesia

Hai Rakan...
Kita NgoPi yok...
Ngobrol Inspirasi bareng CoachFounder @dosielfian_smartspeaking.

Temanya menarik ni "Kalau Bicara kebanyakan kata eee atau mmm...? Begini cara menghilangkannya"

Makin sempurna, sebab @suhilalfata, founder lunastudio.id & nyuci.in juga

Liked by mellisaputri6 and 63 others

MARCH 24

dosielfian_smartspeaking
Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

DUNIA BARUSA VIRTUAL EXPO IS BACK!
Dengan Tema "Hidup Sehat Serta Gizi Seimbang di Masa Pandemi Covid-19"

Sabtu, 27 Maret 2021.

Live di
Instagram : @duniabarusa
Facebook : DuniaBarusa
Youtube :
www.youtube.com/channel/UC8Wmttfbo5tCUYRF3o1FdNA

acara akan di pandu langsung oleh :
@dosielfian
Dan pematiri :
- dr. Iflan Nauval, M.SclH, Sp.GK, Sp.KKLP

258 views
MARCH 24

dosielfian_smartspeaking
Serabinews.com

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Hai Smart Speaker... Masih takut berbicara di depan umum ?

Nah. Sekarang saatnya dapatin tips untuk berani mencoba dan trik mengembangkan kemampuan Public Speaking anda. 🙌🔥

#dosielfiansmartspeaking
#ayosemangatmenebarmanfaat
#komunikasiruemeh
#pembawaacara
#publicspeaking
#aceh
#bandaaceh

Liked by geubrina_fajri97 and 95 others
MARCH 29

Add a comment... Post

GenBI Talk
"Ramadhan is Coming
Yuk Benahi Diri !"

Jumat, 9 April 2021
 17.00 s/d selesai
 Oen Kupi, Lampineung

Live On :
 @genbiaceh
 @dosielfian_smartspeaking

Ar-Razy Geubri Rezky
 Ketua Umum GenBI Aceh

Rian Rahmad
 Moderator

Bersama : Dosi Elfian
 Founder Dosi Elfian Smart Speaking

#energiuntuknegeri
 www.genbiaceh.or.id
 @genbiaceh @dosielfian_smartspeaking

dosielfian_smartspeaking
 Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Hai Smart Speaker,
 Ramadhan sudah "dekat". Ayo
 persiapan diri.

Semoga Allah panjangkan usia kita
 dan la jadikan Ramadhan kali ini yang
 terbaik.

@genbiaceh
 @bank_indonesia_aceh

 #dosielfiansmartspeaking
 #ayosemangatmenebarmanfaat
 #komunikasiruemeh
 #pembawaacara
 #publicspeaking
 #aceh

Liked by geubrina_fajri97 and 68 others
 APRIL 8

Add a comment... Post

KELAS
KOMUNIKASI RUMEH
& PUBLIC
SPEAKING

KYRIAD MURAYA HOTEL
 BANDA ACEH
 Minggu, 28 Maret 2021
 09.00 - 15.00 Wib.

FASILITAS :
 · TX LUNCH
 · SERTIFIKAT
 · KONSULTASI GRATIS
 · DOORPRIZE

CARANYA :
 · Scan QR Code atau Link yang tertera
 · Langsung Transfer ke
 Rek BSM : 7131025817 an. Dosi Elfian
 · dan konfirmasi ke no. WhatApp tertera

INVESTASI : IDR 225.000

INFORMASI PENDAFTARAN :
 0823 6252 4747
 (Zubaidah Azwan)

@dosielfian_smartspeaking DESSTV.COM bit.ly/PublicSpeakingV

Supported by Kyriad MONTUK FREY Amndaya

dosielfian_smartspeaking
 Banda Aceh, Indonesia

dosielfian_smartspeaking Bismillah...

Komunikasi Rumeh & Motivasi Public
 Speaking

"Kemampuan berbicara di depan
 umum atau public speaking bukan
 bakat, anda hanya butuh KEINGINAN
 YANG KUAT" (Coach Dosi Elfian)

Ayo ikutan... 😊

Bersama Coach @dosielfian
 Motivator, Fouder Dosielfian Smart
 Speaking

Di Kyriad Muraya Hotel Banda Aceh
 Minggu, 28 Maret 2021
 09.00 - 15.00 Wib

Liked by tengkudhehar_ and 72 others
 FEBRUARY 27

Add a comment... Post

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.2681/Un.08/FDK/KP.00.4/07/2021

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2021, Tanggal 23 November 2020

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Baharuddin AR, M. Si.....(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Syahril Furqany, M.I.Kom.....(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : Mabru
NIM/Prodi : 160401132/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Personal Branding Akun Instagram @Dosielfian_Smartspeaking (Analisis Konten Pesan Pencitraan)*

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 27 Juli 2021 M
16 Zulhijjah 1442 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



Fakhri

Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.
Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal: 26 Juli 2022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Mabrur
2. Tempat / Tgl. Lahir : Samalanga / 3 Mei 1998
Kecamatan Samalanga Kabupaten/Kota Bireuen
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 160401132 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Gampong Tanjung Selamat
 - a. Kecamatan : Darussalam
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Propinsi : Aceh
8. Email : mabrur.muhammad45@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat Tahun Lulus 2010
10. MTs/SMP/Sederajat Tahun Lulus 2013
11. MA/SMA/Sederajat Tahun Lulus 2016
12. Diploma Tahun Lulus

Orang Tua/Wali

13. Nama ayah : Iskandar Affan, S.Pd
14. Nama Ibu : Nurlaila
15. Pekerjaan Orang Tua : Pensiunan
16. Alamat Orang Tua : Gampong Dayah Caleue
 - a. Kecamatan : Indrajaya
 - b. Kabupaten : Pidie
 - c. Propinsi : Aceh

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 26 Juli 2021
Peneliti,

(Mabrur)