

Personal Branding D_Kadoor untuk Menaikkan Pupolaritas melalui Instagram

Amanah Rakhim Syahida dan Fathul Qorib

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Tribhuwana Tungadewi

amanah.unitri@gmail.com

Abstract

The purpose of doing this research is to know how personal branding a person made by utilizing social media. Like the *d_kadoor* phenomenon of uploading a unique and unique video. In a number of videos shared by him, it looks Kadir Bachmid or *d_kadoor* behaving witty. Most imitate the behavior of mothers, ranging from clothing, style to the theme of gossip about arisan. Research on *d_kadoor* is a personal branding domain so that the theory used is personal branding. While the desired approach in this study is a qualitative approach with only one informant, namely Kadir Bachmid as *d_kadoor* itself. The results of this study illustrate that personal branding can show popular (famous) people. With the following strategies: 1) social media as a primary need. 2) Creative, inofatif, and have high confidence in Social Media For Personal Branding.3) Sensitive to information that is becoming a trend in society.4) Be entertaining.5) Non verbal and verbal communication has an identity.

Keywords: *D_Kadoor, Personal Branding, Agenda Setting, Publicity*

Abstrak

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *personal branding* seseorang dibuat dengan memanfaatkan media sosial. Seperti fenomena akun *d_kadoor* yang mengunggah video unik dan mempunyai ciri khas. Dalam sejumlah video yang di *share* olehnya, Kadir Bachmid atau *d_kadoor* bertingkah jenaka. Kebanyakan menirukan perilaku ibu-ibu, mulai dari busana, gaya bicara sampai tema gosip seputar arisan. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan informan pemilik akun, Kadir Bachmid atau *d_kadoor*. Hasil dari penelitian ini adalah *personal branding* dapat dibentuk melalui beberapa cara; 1). Memanfaatkan media sosial yang seakrang menjadi kebutuhan primer. 2). Kreatif, inovatif, dan memiliki tingkat percaya diri tinggi dalam media sosial untuk *personal branding*.3). Peka terhadap informasi yang sedang menjadi *trend* di masyarakat. 4). Bersifat menghibur. 5). Menggunakan komunikasi non verbal dan verbal yang memiliki ciri khas.

Katakunci: *D_Kadoor, Personal Branding, Agenda Setting, Publisitas*

<i>Submite</i>	: 12 Agustus 2017
<i>Review</i>	: 22 Nov 2017
<i>Accepted</i>	: 01 Jan 2017
<i>Surel Corespondensi</i>	: ayubdwianggoro86@gmail.com

Pendahuluan

Banyak diantara selebritis baru yang menggunakan atau yang terkenal karena menggunakan jejaring sosial, dengan cara memperkenalkan diri kepada khalayak. Seperti

fenomena *d_kadoor* mengunggah video yang unik dan mempunyai ciri khas. Dalam sejumlah video yang di share olehnya, tampak Kadir Bachmid atau *d_kadoor* bertingkah jenaka. Kebanyakan menirukan perilaku ibu-ibu, mulai dari busana, gaya bicara sampai tema gosip seputar arisan. Aksi kocak ini berhasil memikat puluhan ribu pengguna instagram sehingga jumlah followers di akun instagram *d_kadoors* sampai dengan tanggal 13 April 2016 pukul 17.15 telah mencapai 507.000 follower. Keterangan dalam akun *d_kadoor* tertulis bahwa Kadir Bachmid berprofesi sebagai artis Henna, yakni seni lukis pada kulit manusia, biasanya populer di kalangan wanita Arab dan India. Kadir menyebut postingannya hanyalah untuk kesenangan.

Solis dan Breakenridge dalam Rusfian (2015: 118) mengemukakan, segala sesuatu yang menggunakan internet dalam melakukan percakapan dapat dikatakan sebagai media sosial. Pendapat lain juga disampaikan Mayfield dalam Rusfian (2015:118) bahwa media sosial merupakan media yang penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi dalam berbagi dan menyajikan konten.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang dioperasikan melalui telepon genggam, yang fungsinya berbagi foto untuk memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai pengguna jejaring sosial lainnya, termasuk milik Instagram sendiri. Salah satu fitur begitu unik di Instagram ialah memotong foto menjadikan bentuk persegi, sehingga nampak seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Saat ini instagram ialah merupakan aplikasi jejaring sosial yang cukup buming di Indonesia, dengan berbagai kemudahan dalam berbagi foto, instagram menjadi salah satu aplikasi terlaris untuk kategori *freeware*.

Dalam penelitian personal branding *d_kadoor* sangat erat kaitannya dengan teori agenda setting yang mana media yang menjadi peran utama dalam membentuk pencitraan seseorang. Penelitian empiris tentang teori ini dilakukan Mc Combs dan Shaw ketika mereka meneliti pemilihan presiden tahun 1972. Banyak opini orang menyatakan walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku atau tindakan manusia itu belum menemukan power media yang sangat berpengaruh seperti yang disinyalir oleh pandangan ilmuwan dunia terhadap media konvensional, belakangan ini banyak masyarakat menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar berperan penting dalam membentuk realitas sosial kehidupan kita, ketika mereka telah melaksanakan tugas keseharian mereka untuk menonjolkan berita. Menurut Everett Rogers dan James Dearing (1988:18) menyatakan bahwa agenda setting merupakan

proses linear yang terdiri atas tiga tahap, yaitu: agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan.

Metode

Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, karena mengingat penelitian personal branding melalui media massa adalah merupakan penerapan yang dilakukan oleh *d_kadoor*. Karena itu, membutuhkan pendalaman secara personal dan lebih mendalam dengan berbagai wawancara untuk mengetahui situasi penerapan sebenarnya. Yakni dengan metode wawancara mendalam dan pendekatan melalui realitas sosial sebagai objek kajiannya. Metode riset dalam penelitian ini peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka dan presentasi secara langsung dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali dan mendapatkan informasi dari *d_kadoor* dan sampel followernya.

Penelitian ini memfokuskan diri pada kajian *personal branding* yang dilakukan oleh *d_kadoor*, Penelitian ini dimulai pada level audio visual guna mengidentifikasi ada tidaknya konsistensi makna yang terjadi, dilanjutkan dengan analisis pada level-level teks yang tampak. Landasan yang dinilai tepat untuk menyusun desain penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan langkah dalam metode ilmiah dengan melalui prosedur sistematis, logis, dan proses pencarian data yang valid, yang diperoleh secara langsung (*primer*) atau dengan tidak langsung (*seconder*) untuk keperluan kebutuhan analisis data dan pelaksanaan pembahasan (*process*) suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban (*output*) dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi oleh peneliti (Ruslan, 2004:27).

Untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini digunakan teknik analisis dengan pendekatan kualitatif. Analisa kualitatif bermakna sebagai suatu pengertian analisis yang didasarkan pada data yang diperoleh melalui kegiatan teknik perolehan data, baik melalui studi lapangan maupun studi pustaka. Untuk menganalisis data tidak berdasarkan pada perhitungan-perhitungan kuantitatif, tetapi lebih kepada kemampuan nalar untuk menghubungkan fakta, data dan informasi. Kemudian data yang diperoleh akan dianalisis sehingga diharapkan muncul gambaran yang dapat mengungkapkan permasalahan penelitian.

Metode Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model alir Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Imam Suprayogo, tahap analisis data dimulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Suprayogo, 2001:193-195)

Reduksi diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar, yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data juga dilakukan dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo dan sebagainya. Reduksi ini terus berlanjut sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir tersusun. Penelitian lapangan yang dimaksud dalam penelitian ini ialah akun instagram *d_kadoor* dan *kadir*, kemudian sebagai data pendukung yaitu follower *d_kadoor*.

Penyajian data ialah menyajikan sekumpulan informasi sistematis dan tersusun yang memberi kemungkinandengan adanya penarikan kesimpulan untuk pengambilan tindakan. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasidari permulaan pengumpulan data, dengan begitu akan dimulai dengan mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alurnya terdapat sebab-akibat, dan proposisi. Kesimpulan "*final*" mungkin tidak muncul sampai pengumpulan data berakhir, bergantung besarnya kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan.

Tahapan ini yakni Metode Analisis Data merupakan tahapan sangat penting dan menentukan. Pada tahap ini data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian ini (Koentjaraningrat, 2009:260).

HasildanPembahasan

Hasil

1. Penyunting dan Penyiar Memainkan Peranan Penting dalam Menonjolkan Berita.

Dengan setiap sesion postingan foto dan video yang konsistensinya bisa memberikan kesan yang khas dimata publik, penyunting dan sekaligus penyiar didalam media sangat penting dalam menonjolkan setiap informasi apapun itu tentang segala hal khususnya dalam fenomena ini bersifat *entertainment* yang disuguhkan kepada publik. Pada gambar chapter 1 sampai chapter 3, menggambarkan bahwa penyunting dan penyiar *d_kadoor* sendiri yang mana ia sangat berperan penting dalam berita yang ingin buat untuk ditayangkan dalam instagramnya.

2. Dapat Menggambarkan Apa yang Dianggap Penting oleh Masyarakat.

D_kadoor selalu memberikan pemaknaan yang dianggap penting oleh penggunaan sesama instagram, dia selalui mempunyai ide non verbalnya melalui gaya bibir yang selalu dia hiasi dengan lipstick menor dengan berbagai macam warna, dan cara berbicara dengan memonyongkan bentuk bibirnya yang sexy. Kemudian menggunakan kerudung yang selalu ia kenakan dikepalanya, dengan berbagai macam model variasi model kerudung yang sedang trend di masyarakat.

3. Agenda Media Memengaruhi Agenda Publik.

Pada chapter 3 setiap isi agenda media yang sudah di setting oleh Kadir seperti menceritakan hal-hal yang sifatnya memberikan amanat kepada followernya. Pada gambar chapter 3 Kadir menyampaikan kepada publik agar tetap waspa dengan narkoba dan hindari penggunaan narkoba, dan masih banyak lagi amanat-amanat yang positif yang ia selalu sampaikan kepada followernya. Hal itu menjadi sebuah salah satu ciri khas juga di benak para followernya. Ia selalu menyampaikan pesan yang positif yang sangat berpengaruh untuk khalayak.

4. Membawa Seorang Individu Menjadi Dikenal Publik.

Terbukti bahwapada setiap ia memposting sebuah prodak di akun instagram *d_kadoor*, maka akan berpengaruh juga pada penjualan pada prodak tersebut. Kadir didalam akun instagramnya juga selalu memperkenalkan bisnis henna yang sudah digelutinya. Namun ketika Kadir sudah mulai terkenal melalui instagram, ia memulai memanfaatkannya untuk memperkenalkan bisnis sendiri atau orang lain yang mengundangnya sebagai artisnya atau *guest star*.

5. Publisitas untuk memperoleh perhatian publik.

Pada dampak kepopuleran yang Kadir dapat melalui instagram, Kadir memiliki daya tarik kepada para followernya. Ketika itu kadir mempopulerkan wanita berhijab, lalu kemudian para fansnya juga mengakui bahwa ia mengikuti gaya Kadir mengenakan kerudung, yakni menggunakan model hijab, kemudian berbusana muslim yang tidak ketat. Itu adalah bukti bahwa Kadir sudah memperoleh perhartian publik.

6. Harus Menarik Perhatian.

Setiap mengunduh postingan ciri khasnya selalu mendapatkan like dari followernya rata-rata sebanyak 200.000 like. Hal ini sudah membuktikan bahwa Kadir sangat menarik banyak perhatian publik.

7. Didukung oleh Kegiatan Promosi Lainnya.

Beberapa gambar di atas mulai cepter 1 sampai 4 adalah ciri khas yang sudah masuk dibenak masyarakat, yang juga mempunyai nilai identitas sesosok *d_kadoor* sehingga masyarakat ingin jauh lebih tau dan mengenal untuk bertemu dengan kadir. Dan ketika mulai populer dengan ciri khasnya kadir mulai banyak diundang di setiap acara-acara event, yang mana event tersebut mendukung acara tersebut, tidak itu saja kadir juga memperkenalkan prodak prodak makanan dan kosmetik, ia mengunggahnya di instagram sebagai bentuk promosi yang di perkenalkan kepada publik.

8. Memperkenalkan Citra dan Kesuksesan Pribadi.

Kadir selalu memperkenalkan keterkenalannya yang sudah ia dapatkan dengan waktu yang sangat cepat sampai show di negara hongkong sudah ia dapatkan dan show di televisi nasional, hal tersebut juga menggambarkan citra yang sudah terbentuk dan kesuksesan pribadi di bidang *entertainment-nya* yang sudah sangat bagus.

9. Dapat Membentuk Opini.

Pada gambar chapter 3 dan berdasarkan data lapangan hasil wawancara bersama Kadir adalah salah satu bentuk ia selalu menjadi opini publik. dikarenakan sudah termasuk menjadi publik figure yang menjadi panutan followernya.

10. Dapat Menciptakan Kredibilitas.

Setiap apa yang ia sampaikan secara positif akan menciptakan tingkat kepercayaan terhadap fans nya. Contoh; pada chapter 3 Kadir menggunakan lipstick yang meengenakan identitas merek yang mungkin orang tidak banyak tahu, akan tetapi sesosok Kadir ini mengenakan lipstick tersebut para fansnya juga akan mengikutinya meski tanpa disadari Kadir bahwa ia

telah banyak dicontoh oleh para fansnya, dari gaya berlipstick, gaya bertutur katanya. Dan apa isi pesan yang disampaikan, ia sudah mendapatkan kepercayaan di mata publik.

Pembahasan

1. Cerita Umum

D_kadoor bercerita: “dulu itu saya Cuma ngepost bibir doank kan baru pertama kali, hnaaa...setelah itu aku nyobak (mencoba) di path (aplikasi media sosial) ternyata banyak yang respon temen-temen arabku, dan kebetulanku di jemberkan aku punya sodara namanaya Bella Hamzhi, dan mamanya Bella itu dan bella pernah bilang kalo misalnya kenapa gak kamu coba aja post di instagram mungkin banyak yang suka. Semenjak itu banyak orang yang ngelike ternyata banyak orang yang suka juga dengan gayaku, dari situ aku mulai berproses lagi, aku ngelihat (melihat) wajahku, pke (menggunakan) krudung, sampai pke wig (rambut pasangan).. ya.. ideku spontan si.... apa yang aku ingin lakukan aja... kayak gitu sih.. “(Kadir wawancara 3 Juli 2016).

Jadi dalam hal ini bisa dilihat bahwa seorang Kadir Bahmid yang juga mendengarkan masukan dari pihak luar untuk mengembangkan ide dan kegemarannya untuk itu seseorang bisa mengembangkan ide nya lebih baik dengan menerima dan menganalisis masukan tersebut masuk akal apa tidak. Dari sini kita akan tahu orang lain menilai dan menerima kita dengan ciri khas yang kita punya dengan respon yang baik.

2. Penonjolan Berita

Penonjolan berita dalam fenomena *d_kadoor* artis selebgram yakni dimana ia menginformasikan apapun tentang dirinya melalui media instagram. Hal yang selalu menjadi kebutuhan bagi dirinya. *d_kadoor* menyatakan ; *Yah.. karena kalau bukan dari aku sendiri ide ide untuk memposting di instagram aku gak ada lagi...kan dulu juga awalnya aku Cuma coba coba menggunakan akun sendiri terus bikin video bibir itu yang pke (menggunakan) lipstick..dan untuk musik aku memang suka musik ala india dan arab si kak..untuk ide ide penampilan aku mengikuti perkembangan apa yg lagi trend sekarang... gitu aja si.. “(Kadir wawancara 3 Juli 2016).*

Jadi untuk bisa mengembangkan sebuah ide kita harus tau membuat sebuah produksi informasi yang sangat memengaruhi

3. Dianggap Penting oleh Masyarakat

Apa yang menurut Kadir menarik sudah dianggap menarik pula dengan followernya, karena mereka merasa terhibur dengan posting Kadir yang setiap unggah di akun instagramnya banyak yang nge-like (menyukai). *D_kadoor* menyatakan : ” *yahh.. itu spontan aja.. biasanya dari lingkunganku..dari keluarga, teman-temanku dan mengamati apa yang sekarang lagi trend aja..kemudian aku jdikan postingan eh.. ternyata banyak yang ngelike.. gitu aja ..*”
“(Kadir wawancara 3 juli 2016).

4. Agenda Media Memengaruhi Agenda Publik

Seluruh agenda seorang Kadir menjadi *d_kadoor* di dalam akun instagramnya, ialah sebuah cara bagaimana ia menghibur agar ia menjadi sebuah kebutuhan *intertainment* di mata publik. sehingga Agenda setting media ternyata berdampak kepada agenda publik. Berita atau topik yang dianggap penting oleh media ternyata juga menjadi penting oleh publik. Bahkan agenda setting juga mempengaruhi perubahan sikap masyarakat terhadap suatu hal. Media senantiasa dijadikan sebagai rujukan untuk melihat penting dan tidaknya suatu hal dan mengarahkan persepsi masyarakat dalam menilai suatu kasus yang diberitakan *D_kadoor*. Ia menyatakan; “*untuk musik aku memang suka musik india dan arab si kak..untuk ide ide penampilan aku mengikuti perkembangan apa yg lagi trend sekarang... gitu aja si.. kemudian kenapa tidak mengikuti gaya yang lainnya seperti k-pop ? uhhh... mungkin aku awalnya kan ide dari lingkungan keluarga jadi belum begitu kearah situ sih idenya..*” (Kadir wawancara 3 Juli 2016).

D_kadoor menyatakan pula bahwa “*Kalaulur cerita yang video menggambarkan ibu-ibu ramah tangga, mengatur alur cerita sehingga ada pesan dan kesan yang tersampaikan kepada public. D_kadoor* menyatakan “*kalau itu yang menonjolkan cerita ibu ibu rumah tangga itukan, ehmm..aku kan sering ke rumah sodara sodaranya yang sudah nikah, disitukan pastikan ketemu tante-tante yang udah nikah, ketemu mbak-mbaknya yang sudah nikah, jadi setidaknya aku tau ibu-ibuk yang diomongin seperti apa..., jadi kok aku mikir kayak lucu dijadikan bahan ide untuk video itu..gitu..*” (Kadir wawancara 3 Juli 2016).

5. Membawa Seorang Individu Menjadi Dikenal Publik

Kadir bisa dikenal banyak orang karena menggunakan media sosial instagram. *D_kadoor mengakui bahwa ;” iya... instagram itu sudah bagian kebutuhanlah yah buat aku.. soalnya kan dari situ orang banyak mengenal aku..”(Kadir wawancara 3 Juli 2016).*

6. Publisitas Untuk Memperoleh Perhatian Publik

Publisitas merupakan penyampaian informasi yang didesain untuk membangkitkan minat lebih tinggi pada perseorangan. *D_kadoor menyatakan; “ yah semakin kesini untuk yang paling menarik perhatian. yang paling menonjol lipstik, terus hijab..sama wig rambut ...” alasan aku memilih ini jadi ciri khas ?.. kan waktu itu awal orang banyak yang mulai suka ketika aku menampilkan bibir aku ber-lipstick ..teruz kerudung hijab.. jadi itu sudah menjadi ciri khas yang aku gunakan...”(Kadir wawancara 3 Juli 2016).*

7. Menarik Perhatian

Untuk memperoleh perhatian di Instagram, tentu harus melakukan posting dengan topik yang update dan tidak membosankan. Walaupun bermaksud untuk mempromosikan tertentu, namun *d_kadoor* lebih cermat dan trick dalam memilih topik yang menarik dan berkaitan dengan brand dirinya.

D_kadoor Menyatakan “biasanya aku ide-idenya untuk mencari hal baru dari lingkungan keluarga, terus teman-teman jalan, kadang juga lihat dari film gitu-gitu (begitu-begitu), aku juga melihat di internet berita yang lagi diperbincangkan apa... gitu sih ..” (Kadir wawancara 3 Juli 2016).

D_kadoor menyatakan ;” iya.. sering setiap show banyak yang minta foto-foto terus tanda tangan bgtu...Kalau di instagram bisa dilihat dari like follower aku.. (Kadir wawancara 3 Juli 2016).

8. Didukung oleh Promosi dan Menciptakan Kredibilitas

D_kadoor menjawab “ iyah dapat.. “ kemudian didukung oleh kegiatan promosi ” iyahh itu bener... semenjak aku mulai dikenal orang.. banyak panggilan event-event acara sekolah, terus acara anak kampuz entah itu seminar acara hijab atau menghibur aja..untuk yang masuk televisi pernah sih.. waktu itu masuk net tv.. tp gk bgtu sering sih...” *(Kadir wawancara 3 Juli 2016).*

9. Memperkenalkan Citra dan Kesuksesan Pribadi dan Membentuk Opini Publik

Berbicara Pencitraan tidak lepas dari preposisi seseorang terhadap citranya dimata publik sehingga melahirkan sebuah respon positif. Begitu juga akselerasi publik terhadap pribadi selalu dapat dilihat dari sejauh mana menampilkan kesan positif yang bisa membangun tingkat kepercayaan terhadap figur pribadi atau brand image sebuah Personal yang dikenal. *D_Kadoor Menyatakan “ untuk pencitraan aku cukup melalui instagram saja, dan Cuma membuat post yang lucu aja seperti biasanya.. itu aja sih”*(Kadir wawancara 3 Juli 2016).

Kesimpulan

Berdasarkan penyajian dan pembahasan/analisis data pada bab sebelumnya mengenai analisis personal branding *d_kadoor* untuk menaikkan popularitas melalui instagram. Maka beberapa kesimpulan yang peneliti bisa simpulkan yakni sebagai berikut : Dalam fenomena selebgram *d_kadoor* bisa disimpulkan bahwa, seorang Kadir yang dari latar belakang bukan artis bisa dikenal banyak orang hanya melalui media sosial instagram, dalam waktu tidak lama. Hal ini menunjukkan bahwa sangat berpengaruh sekali dampak media sosial terhadap masyarakat modern saat ini. Khususnya di kalangan anak muda di Indonesia, terbukti bahwa Kadir yang masih berusia 21 tahun memanfaatkan instagram untuk memperkenalkan dirinya sebagai seorang yang mempunyai ciri khas yakni meniru gaya wanita hijab.

Media sosial instagram adalah sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi di kalangan masyarakat. Komunikasi yang terbentuk di aplikasi instagram yakni antara pengguna instagram melalui komentar di dalam postingan video atau foto setiap yang di unggah. Komunikasi yang dapat dilihat untuk menciptakan brand di dalam fenomena *d_kadoor* ialah menggunakan bahasa jawa timuran. Sehingga masyarakat jawa timur sangat mudah memaknai tutur bicara yang digunakan oleh Kadir.

Brand yang terbentuk didalam dirinya yakni seorang wanita berhijab yang selalu mengenakan lipstick yang penuh warna dan kerudung nya yang selalu ia kenakan. Hal-hal kreatif yang ia posting dalam instagramnya membuat para followernya selalu tertarik untuk mengikuti aktifitasnya melalui instagram. Jadi dari rumusan masalah penelitian ini yakni “ bagaimanakah personal branding *d_kadoor* untuk menaikkan popularitasnya melalui instagram ? ” dari fakta lapangan melalui lingkungan yang diamati, dan menciptakan sebuah ide yang lebih kreatif dan

humor dengan mengenakan kerudung hijab, busananya dan lipstiknya. Karena *d_kadoor* mempunyai cara untuk membuat isi postingan yang selalu terkesan menghibur dimata followernya. Dan cara tersebut sudah diciptakan untuk dijadikan personal branding oleh Kadir, sehingga semakin dikenal khalayak atau publik citra *d_kadoor*-nya. Dari pengamatan dan hasil wawancara kemudian peneliti menyimpulkan beberapa konfirmasi temuan lapangan dengan teori *agenda setting* dan *publisitas* sebagai berikut;

1. Media Sosial Sebagai Kebutuhan Primer

Dalam hal ini selebgram Kadir menyatakan bahwa instagram memang sudah sangat penting dengannya. Karena dari instagram ia bisa terkenal dan banyak *job* panggilan *show-show* diberbagai kota khususnya jawa timur. Peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi melalui media sangatlah memiliki tingkat respon yang sangat cepat dengan jarak jauh, dan penggunaan yang fleksibel untuk dibutuhkan kapanpun. Ditambah dengan adanya aplikasi instagram. Orang bisa menggunakan atau mengakses media sosial untuk menjadi komunikator dengan banyak komunikan dan dengan kepentingan masing-masing pengguna media sosial. Artinya adalah *feedback* yang diberikan media sosial sangat cepat, sehingga dengan waktu yang singkat akan mengetahui hasil dari *feedback* yang sudah disampaikan oleh seorang komunikator. Baik itu bersifat formal atau non formal orang bertujuan menggunakan instagram sebagai pilihan media sosial.

2. Kreatif, Inofatif, dan Memiliki Tingkat Percaya Diri Tinggi dalam Media Sosial Untuk Personal Branding

Dalam hal ini selebgram Kadir selalu mencari ide dan pengamatan pada sebuah obyek dan subyek tertentu yang akan dijadikan agenda untuk membentuk dirinya menjadi lebih kreatif dan berinofatif. Dalam menciptakan personal branding juga dibutuhkan kreatifitas yang sangat tinggi dan percaya diri. Sehingga orang bisa menilai kualitas dan identitas diri kita untuk diperkenalkan kepada publik. Konsistensi *performance* juga dibutuhkan untuk membentuk citra diri kita agar menghasilkan brand yang sudah dikenali identitasnya dan diingat oleh publik. Kemudian dalam komunikasi media sosial bentuk bahasa baik formal atau non formal juga harus bisa membentuk penyampai pesan yang mudah dimaknai dengan baik kepada komunikan.

3. Peka Terhadap Informasi yang Sedang Menjadi Trend di Masyarakat.

Dalam hal ini selebgram Kadir selalu ia sampaikan apa yang sedang diamati di lingkungannya, dan informasi melalui media sosial lainnya apa dan seperti apa sekarang ini yang sedang populer diperbincangkan. Sehingga Kadir bisa menciptakan personal branding dirinya dari trend yang sudah ada, namun ia kombinasi dengan ciri khas budaya busana ketimurannya.

Dalam komunikasi media sosial yang peneliti amati dalam fenomena ini yakni seorang komunikator harus mengetahui yang sedang diperbincangkan banyak orang, baik itu dibidang apapun dan dari segala kalangan elemen masyarakat. Sehingga muncul opini yang sama dan memiliki persepsi yang sama pula. Seorang komunikator yang baik adalah memahami kondisi psikologi komunikannya sehingga dalam hal ini komunikator juga dituntut harus peka terhadap subyek dan obyek yang terkait. Di media sosial khususnya sebagai pengguna akun instagram sesama pemilik akun instagram juga harus saling memahami pemaknaan yang disampaikan. Karena jika terdapat *feedback* komentar bisa memiliki control emosional yang baik dan tidak menimbulkan masalah dalam menjalankan tindakan di dalam media sosial instagrm baik berupa komentar atau yang lainnya.

4. Bersifat Menghibur.

Dalam hal ini selebgram Kadir menonjolkan kesan menghiburnya dalam akun instagramnya *d_kadoor* yang sudah dikenal oleh para followernya.

5. Komunikasi Non Verbal dan Verbal Memiliki Identitas.

Dalam hal ini selebgram Kadir memiliki ciri khas dalam berbahsa khususnya ia menggunakan bahasa jawa timuran. Sehingga hal ini juga salah satu identitas diri *d_kadoor* dalam menggunakan bahasa. Kemudian kelihaiannya dalam menggunakan non verbalnya ialah berakting dan diiringi oleh musik yang ia sudah tentukan. Akting yang ia gunakan menggunakan budaya timur tengah menari baly dance, kemudian ia menari lenggak lengkok kakinya yang ia adopsi dari tarian india. Sehingga disimpulkan bahwa didalam media sosial agar memiliki citra identitas diri kita harus bisa memilih gaya bahasa dan jenis bahasa yang kita gunakan baik itu bahasa verbal atau non verbal.

Daftar Pustaka

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.

Koentjaraningrat. (2009). *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: T. Gramedia

Ruslan, Rosady. (2004). *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Rusfian, Nurhayati. (2015). *Political Public Relations Dalam Media Sosial*: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Suprayogo, Imam. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, Bandung: PT Remadja Rosdakarya.

Rusfian, Nurhayati. (2015). *Political Public Relations Dalam Media Sosial*: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Sarosa, Samiaji. (2012). *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar*. Jakarta: Indeks.

William L. Rivers - Jay W. Jensen Theodore Peterson. (2003) *.Media Massa dan Masyarakat Moderen*, Edisi Kedua. Jakarta: PRENADA MEDIA.