

## Political Branding Instagram (Analisis Isi Pada Konten Menparekraf @sandiuno)

Muhammad Satrio Nugroho <sup>1</sup>, Dedi Kurnia Syahputra<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, satrionugroho@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, dedikurniasp@telkomuniversity.ac.id

### Abstrak

Saat ini teknologi komunikasi serta interaksi secara online oleh berbagai pengguna yang dilakukan dalam membicarakan isu yang berkaitan dengan informasi secara politik mengenai Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dapat diakses dengan mudah melalui Internet. Serta Political Branding saat ini yang dilakukan pada media sosial Instagram dapat menunjang kapabilitas individu. Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif perlu memperhatikan pengguna-pengguna yang ada di Instagram. sebagai bentuk dalam membangun citra diri yang sesuai dengan politisi pada umumnya sebagai pelayan publik dalam hal ini termasuk ke Personal Branding sebagai pembentukan suatu merk dan juga meliputi Marketing Politik yang diperkenalkan oleh Sandiaga Uno. dalam hal ini perlu adanya pertimbangan berupa kegiatan-kegiatan pariwisata dan ekonomi kreatif yang sesuai. untuk mengetahui perkembangan seluruh pekerja serta pihak-pihak yang terlibat dalam menjalani bidang industri pariwisata dan bidang ekonomi kreatif, dengan tujuan sebagai bentuk dalam upaya meningkatkan sektor-sektor tersebut agar pariwisata dan ekonomi kreatif negara Indonesia dapat bersaing dengan negara yang lain.

Kata Kunci-personal branding, marketing politik, political branding & media sosial Instagram

### Abstract

*Today communication technologies and online interaction by various users are addressing a politically informed issue about the ministry of tourism and the creative economy. Easily accessible via the Internet. And the current political branding on social media Instagram can provide individual ability Sandiaga Salahuddin Uno as the minister of tourism and the economy creative need to take note of users on Instagram. As a form of self-image that befitting politicians general as public servants in this matter includes personal branding as the production of a brand and also includes political marketing introduced by Sandiaga Uno. In this respect it is necessary to consider the appropriate creative activities of tourism and the economy creative. For more information on the development of the workers and those involved in the tourism industry and the economy creative, with a view to boosting those sectors so that tourism and Indonesia's economy creative can compete with other countries.*

Keywords: Personal Branding, Marketing Politics Branding Politics & Social Media Instagram

### I. PENDAHULUAN

Kegiatan komunikasi yang ada serta pada zaman sekarang dapat dilakukan dengan pengguna yang satu kepada pengguna lain saat melakukan interaksi pada media sosial, yaitu dalam hal ini Instagram. Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Aplikasi Media sosial Instagram itu memiliki berbagai fitur seperti komentar, suka, postingan foto dan video, melihat postingan foto, melihat postingan video, mempublikasikan foto, dan mempublikasikan video. Sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bapak Sandiaga Salahuddin Uno, dimana mempunyai karakter dengan citra diri yang kuat, dalam hal ini perlu adanya pengenalan konten terkait Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di akun resmi Instagram bapak Sandi. Dengan pembawaan yang sesuai dengan generasi muda serta penyampaian komunikasi yang tidak formal serta dipraktikkan menyesuaikan dengan apa yang dikomunikasikan oleh mereka.

Dalam hal ini terdapat hal yang menjelaskan personal branding. personal branding dapat menjelaskan sesuatu yang dipersiapkan seseorang menjadi apa adanya. oleh karena itu personal branding yang sudah jadi terdapat pada akun media sosial Instagram bapak Menteri pada bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahuddin Uno @sandiuno. Terkait citra yang dimiliki oleh bapak Sandi yang merupakan politisi pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif berupa konten yang dirancang di Kementerian ini dan ekonomi kreatif, dimana merupakan pesan politik saat memberitahukan profil media sosial Instagram bapak Sandi sebagai Pejabat di Kabinet Indonesia Maju kepada Akun-akun pengguna-pengguna Instagram, Menjadi hal yang perlu diperhatikan bapak Sandi dalam memberi informasi terkait politik dengan sesuai target yang dituju serta karakter para pengguna agar mendapatkan tanggapan-

tanggapan dari pengguna. Kementerian ini merupakan bagian Kabinet Indonesia Maju yang melihat pemanfaatan Instagram dimana adalah merupakan media sosial yang populer dan sesuai dalam hal konten kepada generasi milenial. Agar dapat menentukan tujuan pada suatu konten. Citra diri berupa hal-hal yang ada pada diri bapak Sandi di akun resmi Instagram bapak Sandi @sandiuno serta komunikasi politik yang sudah disampaikan kepada pengguna Instagram saling berkaitan dengan opini publik. Komunikasi politik yang dilakukan bapak Sandi terdapat Opini publik serta Branding Politik. Prinsip branding sendiri saat ini digunakan dalam hampir semua situasi dimana konsumen terlibat didalamnya terkait dengan orang, organisasi dan ide (Keller, 2008:11).

”Opini publik adalah tanggapan berupa pendapat orang terkait pesan politik yang diraih melalui komunikator yang diberitahukan pada media pada saluran komunikasi pada era digital yaitu di media sosial. Opini publik ada pada situasi politik yang mencakup komunikator politik. Aktivitas komunikasi politik mempunyai peristiwa yang komprehensif, dimana merupakan pemahaman peristiwa secara komprehensif. (Umaimah Wahid, 2016:142). Bapak Sandi yang merupakan Menteri dan sebagai politisi yang mempunyai jabatan serta merupakan penyampai pesan politik berupa pesan komunikasi politik sebagai informasi agar dapat kepercayaan mengenai sesuatu yang diberikan terkait info yaitu konten berupa pembahasan sektor Pariwisata serta sektor Ekonomi Kreatif pada akun pak Sandi @sandiuno.

”Pada penelitian yang dilakukan memakai aplikasi populer pada berbagai macam kalangan dalam hal ini adalah Instagram. Media sosial Instagram adalah media sosial dimana memiliki gambar (visual) yang menarik dapat dengan mudah melaksanakan personal branding agar meraih perhatian. (Silih Agung Wasesa, 2018:55) serta mendukung akun @sandiuno. Dalam hal ini periset tertarik menggunakan media sosial Instagram.” Instagram memberikan pencarian peneliti dalam menentukan pembahasan secara khusus melalui pembicaraan yang dapat dipelajari. (Luke Sloan dan Anabel Quan-Haase, 2017:578) dan periset tertarik kepada pembahasan mengenai pariwisata dan ekonomi kreatif. Dalam hal ini dapat dirancang secara kreatif serta agar tertarik kepada akun pak Sandi @sandiuno.” Studi sering mengacuhkan kebenaran yang sebenarnya dalam hal ini media sosial dipakai untuk konten hiburan serta tujuan relasional, lalu terhadap sesuatu jauh yang rendah terhadap info politik yang kurang diminati oleh generasi muda. Dalam hal ini, pemanfaatan politik serta non politik tak dapat berpisah di Instagram dikarenakan hal ini berorientasi terhadap hiburan datang secara bersamaan. (Daniella V Dimitrova dan Jörg Matthes 2018:9). Terdapat pemaparan terkait pembicaraan politik serta pembicaraan hiburan tidak sama. Dalam hal ini terdapat pembicaraan hiburan digemari generasi muda yaitu anak-anak serta remaja serta pembicaraan politik digemari kalangan dewasa serta orangtua dan kalangan dewasa. Dalam hal ini periset menentukan judul “Political Branding Instagram (Studi Kasus Pada Konten Menparekraf @sandiuno)”

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian berasal dari Bahasa Inggris, *research* artinya pencarian kembali atau penyelidikan kembali untuk menjawab berbagai fenomena yang ada, dengan mencari, menggali serta mengkategorisasikan pada analisis fakta dan data. Penelitian dilakukan untuk menguji teori serta membantah teori dalam penelitian ilmiah yang bersifat praktis. (Elvinaro Ardianto, 2019:2-3).” Metode adalah teknik-teknik yang berisi tahapan yang dilakukan periset dalam memecahkan masalah risetnya dalam proses yang sistematis. (Rachmat Kriyantoro, 2006:27). “Dalam hal ini Ilmu Politik memakai metode ilmiah jika ia membuat usaha secara sadar, hati-hati dan sistematis untuk menemukan sesuatu yang benar-benar ada dan kontinu.

Dalam ilmu politik ada asumsi bahwa tidak ada gejala politik yang muncul begitu saja tanpa sebab. Karena itu, ilmu politik menggunakan metode ilmiah misalnya ilmu sosial lainnya yang berfungsi menghubungkan penemuan ilmiah dari waktu dan tempat yang berbeda. (S Aminah dan Roikan 2019:63-66-67).” Penelitian ini adalah Penelitian kualitatif, Moleong (2005). Penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian dengan tujuan untuk mengetahui fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Terkait hal ini peneliti menggunakan Observasi non partisipan. Observasi ini adalah jenis metode observasi, seorang peneliti hanya menjadi penonton. (Elvinaro Ardianto, 2019:180) Hal utama terkait observasi ini adalah terdapat karakter yang muncul dan adanya tujuan yang ingin dilakukan. Hal tersebut dapat menunjukkan suatu penelitian yang dilakukan peneliti dalam pengumpulan data.

”Analisa isi, Peneliti juga menggunakan Analisis isi (content analysis) analisis isi dapat digunakan dalam menemukan masalah pada penelitian kualitatif. Pada saat realisasinya, analisis isi sudah digunakan oleh para sosiolog, sejarawan, termasuk kritik sastra, dengan tujuan dalam memecahkan masalah-masalah sosial, politik, dan ekonomi maupun penulisan gaya bahasa seseorang (Nyoman Kutha Ratna, 2010:357- 359)” Analisis isi (content analysis) yaitu teknik penelitian yang digunakan dalam meneliti dokumentasi berupa teks, gambar, simbol dan lain-lain. Analisis isi kualitatif bersifat analitis. (Shera Maulidia Gusniati, 2020:12-13) “langkah-langkah analisis isi sebagai berikut: Memberikan keputusan terkait objek penelitian dan memberikan bahan yang hendak dikaji.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Akun Instagram Sandiaga Uno Selaku Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif

Akun resmi media sosial Instagram bapak Sandiaga Salahuddin Uno merupakan akun resmi yang menampilkan berbagai kegiatan-kegiatan berupa aktivitas sehari-hari yang dilakukan Bapak Sandiaga Salahuddin Uno seperti berolahraga sepeda,basket,lari pagi,kegiatan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu kunjungan berupa peninjauan ke berbagai tempat yang berkaitan dengan sektor pariwisata serta ekonomi kreatif.Akun ini terdapat 9.109 postingan 8,7 juta pengikut dan 545 mengikuti orang dan akun resmi Instagram bapak Sandi telah bergabung sejak tanggal 6 Juli 2015. Akun tersebut merupakan akun resmi dari Bapak Sandiaga Salahuddin Uno sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menjabat pada tahun 2020 serta akun ini terletak di Negara Indonesia serta pada akun tersebut memiliki sorotan berupa kumpulan berbagai foto serta video terkait suatu kegiatan yang dijalani bapak Sandi ke suatu tempat.di sorotan tersebut terdapat kumpulan kegiatan bapak sandi di tiktok,youtube dan kumpulan kegiatan bapak sandi pada tahun 2019,twitter dan facebook.

Yaitu dalam hal ini nyampe sini memiliki kewajiban berupa pelaksanaan dalam hal pemerintahan meliputi peningkatan sumber daya yang dimiliki seperti fasilitas yang dimiliki tempat wisata yang ada di berbagai wilayah di Indonesia.Pada bagian ini penulis memberitahukan berbagai hasil penelitian yang diperoleh dari Observasi serta Analisis isi.Observasi yang dilakukan pada akun resmi media sosial Instagram. @sandiuno .Hal ini berupa peninjauan yang meliputi penjelasan terkait konten yang diunggah Tim Digital Menparekraf dari 23 Desember 2020 - 23 Februari 2021 Berikut ini adalah foto dan video yang diunggah sebagai data-data penelitian pada media sosial Instagram @sandiuno.



Rapat Seputar Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif  
 Sumber: Akun Resmi Instagram <https://www.instagram.com/sandiuno/>

Rapat virtual yang ditampilkan di postingan tersebut di tanggal 26 Desember 2020 terdapat penjelasan yang disampaikan oleh bapak Sandi selaku Menteri Pariwisata Ekonomi Kreatif,terkait program yang dirancang yaitu (Gercep) Gerak Cepat,(Geber) Gerak Bersama Gaspol (Garap Potensi Lapangan Kerja) agar arahan yang diberikan sesuai melalui pelayanan pada bidang tersebut kepada Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang ada di daerah di Indonesia, serta pada jumlah suka pada postingan foto tersebut yaitu 61.355 suka dan 1.201 komentar.



Kunjungan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Bapak Sandiaga Uno Ke Berbagai Tempat Sumber: Akun Resmi Instagram <https://www.instagram.com/sandiuno/>

Tanggal 28 Desember Tahun 2020 pertemuan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Bapak Sandiaga Salahuddin Uno bersama Gubernur Bali Bapak J Wayan Koster berupaya membangkitkan serta memulihkan kondisi sebelum pandemi pada bidang itu di provinsi bali,hal itu termasuk penyampaian yang berkaitan kegiatan politik yaitu berupa kunjungan ke daerah tersebut dimana merupakan bentuk pengenalan program kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif ,dalam hal ini pariwisata. Pada video tersebut terdapat 137.917 penayangan dan 186 komentar.



Promosi Wisata Dan Budaya

Sumber: Akun Resmi Instagram <https://www.instagram.com/sandiuno/>

Pada tanggal 22 Februari tahun 2021 Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bapak Sandiaga Salahuddin Uno menonton peresmian film batak,mauli bulung yaitu harapannya film ini seperti film laskar pelangi dimana sejak filmnya muncul di Indonesia,pariwisata di Bangka Belitung meningkat.dalam hal ini tentu dapat membuka pekerjaan di sektor ekonomi kreatif.Hal ini adalah pemasaran budaya di daerah tersebut. Serta video dilihat oleh 169.192 pengguna serta disukai oleh 10.590 pengguna.



Promosi Produk Lokal

Sumber: Akun Resmi Instagram [https://www.instagram.com/sandiuno](https://www.instagram.com/sandiuno/)

Di tanggal 23 Januari tahun 2021 Bapak Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bapak Sandi melakukan pemantauan terhadap salah satu pelaku usaha ekonomi kreatif di Batam yaitu meliputi usaha kuliner,fashion dan lain-lain. batik itu adalah produk asli Batam serta dukungan bapak Sandi yang baik kepada produk lokal.karenanya, hal tersebut adalah karakter yang dipunyai bapak Sandi dimana telah dibentuk kepribadian dengan pembawaan seadanya serta kepedulian beliau terhadap umkm kecil. Video itu dilihat 82.613 pengguna,5.892 telah disukai dan 38 komentar.



Kunjungan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Ke Luar Negeri  
 Sumber: Akun Resmi Instagram <https://www.instagram.com/sandiuno/>

Pada 17 Februari tahun 2021 Bapak Sandiaga Salahuddin Uno menerima kunjungan Dirjen Kerja Sama Multilateral, Kementerian luar mengenai pembicaraan event tahun internasional ekonomi kreatif adalah sarana pembangunan dimana berkelanjutan dimana diadakan pada tempat meliputi Bali, Geneva serta New York. ini dilakukan sebagai peningkatan kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif. hal itu termasuk kompetensi yang dimiliki bapak Sandi pada isu internasional. pada video tersebut dilihat oleh 36.623 pengguna dan 16 komentar.



Aktivitas pribadi Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno  
 Sumber: Akun Resmi Instagram <https://www.instagram.com/sandiuno/>

Di 28 Januari tahun 2021 bapak Sandiaga Salahuddin Uno dimana adalah Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki kegiatan yang dilakukan pada Politeknik Pariwisata Bali, yaitu di hari Kamis kepada pegawai di lingkungan tersebut seperti pendidik, tenaga pendidik dan pegawai swasta diwajibkan memakai busana adat Bali. Itu adalah wujud kepedulian kepada daerah tersebut serta tindakan politisi, dan hal itu merupakan pertukaran informasi tentang nilai, norma serta budaya. pada video itu terdapat 106.845 yang melihat, 9.018 suka serta 168 komentar.

**B. PEMBAHASAN**

**1. Komunikasi Politik**

Komunikasi politik pada akun Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahuddin Uno melalui media sosial Instagram terdapat adanya pembuatan akun resmi media sosial tersebut dengan nama akun @sandiuno dan akun tersebut dibentuk serta dikelola oleh admin pribadi sebagai tim digital media sosial bapak Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang bertugas menjawab komentar dan memberikan solusi terhadap sebuah isu kepada pengguna Instagram.

**2. Tindakan Politisi Dan Peristiwa Dalam Branding Politik**

Tindakan politisi dan peristiwa sebagai Branding politik yaitu hal-hal yang diketahui oleh Masyarakat terkait politisi mengenai sesuatu yang ditunjukkan seorang politisi yang menjabat, hal tersebut terdapat kesempatan untuk melakukan branding agar mendapatkan interaksi kepada Masyarakat yang belum mengetahui informasi politik yang diberikan bapak Sandi serta kepada Masyarakat yang belum tertarik informasi tersebut.

**3. Spesialisasi, kepemimpinan dan kepribadian**

Spesialisasi, kepemimpinan dan kepribadian merupakan hal yang utama dan berperan dalam meningkatkan pembentukan branding yang dimiliki oleh bapak Sandi sehingga jika hal tersebut diperhatikan dengan baik dan

direalisasikan secara nyata dalam bentuk program kerja yang telah disusun dan direncanakan ,maka personal branding tersebut ada dan kuat dalam diri seorang bapak Sandiaga Salahuddin Uno.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam personal branding secara digital dibutuhkan adanya ciri khas tersendiri berupa keunikan pada konten yang dibuat,serta menunjukkan penampilan yang menarik dan perlu mengetahui perilaku yang dilakukan pengguna-pengguna khususnya pada media sosial Instagram untuk mendapatkan pengguna tersebut terhadap informasi mengenai Kementerian Pariwisata serta Ekonomi Kreatif di Instagram bapak Sandiaga Salahuddin Uno @sandiuno

Komunikasi politik bagi Politisi di media sosial dengan Masyarakat Indonesia sebagai pengguna Instagram memiliki keterkaitan terhadap ide-ide keputusan yang diambil dan perilaku yang bersifat politis seperti meresmikan sirkuit mandalika yang menunjang pariwisata dan ekonomi kreatif,ini bisa meningkatkan citra merk dalam konteks politik yaitu branding seorang politisi,dengan proses personal branding yang kuat yaitu kesatuan.

##### A. Saran Teoritis

Penelitian ini menjelaskan mengenai branding politik seorang Bapak Sandi di media sosial Instagram @sandiuno baik itu individu serta karakter yang ditampilkan dan pemasaran politik berupa promosi kegiatan pariwisata dan ekonomi kreatif.Penulis memberikan saran untuk menggunakan kuantitatif dalam suatu metode penelitian agar dapat mengetahui hasil besarnya pengaruh dan kesuksesan seorang Bapak Sandi selaku Menparekraf terkait program yang diberikan kepada Masyarakat.

##### B. Saran Praktis

Saat melakukan promosi mengenai informasi secara digital di Instagram tentang sektor pariwisata dan sektor ekonomi kreatif dan saat bapak Sandi mengenalkan diri kepada Masyarakat di pedesaan yang belum terjangkau seperti nternet yang memadai dan perlu adanya sosialisasi mengenai penggunaan media sosial Instagram agar bisa mengakses informasi yang penting mengenai kebijakan pariwisata dan ekonomi kreatif.nyampe sini

#### REFERENSI

##### Buku:

- Wahid Umaimah.(2016 )*Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat.*(142)  
 Wasesa Agung Silih (2018). *Political Personal Branding Strategi Jitu Menang Kampanye Di Era Digital* Jakarta:Exposé. (55)  
 Sloan Luke & Anabel Quan Haase (2017) *The Sage Handbook Of Social Media Research Methods.* (578)  
 Elvinaro Ardianto (2019). *Metedologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif DanKualitatif Bandung*:SIMBIOSEA REKATAMA MEDIA. (2,3 & 180)  
 Rachmat Kriyantoro,(2006) *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi,Tesis dan Disertasi Riset Media,Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* Jakarta:Prenadamedia Group.(27)  
 S Aminah & Roikan (2019) *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Politik* Jakarta:Prenadamedia group (63,66 & 67)  
 Nyoman Kutha Ratna (2010) *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya* Yogyakarta:Pustaka Pelajar.(357- 359)

##### Jurnal:

- Daniella V Dimitrova dan Jörg Matthes (2018) *Social Media In Political Campaigning Around The World: Theoretical and Methodological Challenges* 6 Januari 2018 Iowa State University (9)

##### Skripsi:

- Shera Maulidia Gusniati,(2020) *Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @hijabalila* ,Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (12-13)