

Analisis Pembentukan *Personal Branding* Anwar Hafid Melalui Facebook Menghadapi Pilgub Sulawesi Tengah 2024

Rachmat Caisaria^{1*}, Yunita Sari², dan Mediana Handayani³

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia

*caisariar@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the strategy and concept of forming Anwar Hafid's personal branding for the 2024 Central Sulawesi gubernatorial election. This research uses a qualitative approach with qualitative content analysis (QCA) techniques as a tool for collecting any data in the form of posts on Anwar Hafid's Facebook page, both photos and videos, which is then linked to personal branding theories. Data collection uses two techniques, namely observation and documentation, and four stages of analysis, namely data collection, data reduction, presentation, and verification/conclusion. The results of this research show that the strategy used by Anwar Hafid in his posts includes background music of contemporary music genres or his unique personal voice, consistent posts every month, and conveying political messages that are in line with his work as a member of the DPR-RI. The three personal branding concepts that are dominant in the post are differentiation, unity, and personality. Each post via a Facebook account shows answers to the three main problems that must be faced in facing the 2024 gubernatorial election, namely having a religious personality, increasing the number of votes in the Provincial DPRD, and campaigning for open politics to eliminate tribal identity politics.

Keywords: *Personal Branding, Facebook, Anwar Hafid*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi dan konsep pembentukan personal branding Anwar Hafid menghadapi Pilgub Sulawesi Tengah 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik *qualitative content analysis* (QCA) sebagai alat dalam mengumpulkan setiap data yang berwujud postingan pada halaman facebook Anwar Hafid baik itu foto maupun video yang kemudian dikaitkan dengan teori-teori personal branding. Pengumpulan data menggunakan 2 teknik yaitu observasi dan dokumentasi serta 4 tahapan analisis yaitu Pengumpulan data, reduksi data, penyajian dan verifikasi/kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Anwar Hafid dalam postingan dengan menyertakan *backsound genre* musik kekinian ataupun suara pribadinya yang khas, konsisten postingan setiap bulannya dan menyampaikan pesan politik yang sesuai dengan kerjanya selaku Anggota DPR-RI. Tiga konsep *personal branding* yang dominan dalam postingannya yaitu diferensiasi, kesatuan dan kepribadian. Setiap postingan melalui akun facebook menunjukkan jawaban terhadap 3 persoalan utama yang harus dihadapi dalam menghadapi Pilgub 2024 yaitu memiliki kepribadian religius, menaikkan jumlah perolehan suara di DPRD Provinsi serta mengkampanyekan politik yang terbuka guna menghilangkan politik identitas kesukuan.

Kata Kunci: Personal Branding, Facebook, Anwar Hafid

PENDAHULUAN

Sosial media telah menjadi ujung tombak penghubung gagasan politik yang disampaikan oleh para aktor politik dengan masyarakat dan konstituen politik. Lahirnya media sosial sebagai platform online

membangun jejaring sosial atau hubungan sosial dengan orang lain yang memiliki kesamaan minat pribadi atau karir, kegiatan, latar belakang atau koneksi kehidupan nyata. Kesamaan minat tersebut telah menjadi dasar penggunaan sosial media sebagai

platform penghubung gagasan politik (Akram & Kumar, 2017, p. 347).

Penggunaan sosial media sebagai platform membangun personal branding yang efektif juga dibuktikan dengan sebuah hasil survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari tahun 2023 mencapai 213 juta orang. Jumlah pengguna internet di Tanah Air naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya (year-on-year/yoy). Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2023).

Proses penyampaian suatu informasi atau dalam teori komunikasi massa disebut sebagai suatu proses dimana komunikator memakai media buat menyebar pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna-makna yang diperlukan bisa mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar serta tidak sama dengan melalui berbagai cara (McQuail, 2012, p. 23).

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Secara sederhana, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa. Faktor media massa sangat dominan dalam studi komunikasi massa. Pengkajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak. Perkembangan media massa sendiri banyak dikaitkan dengan sejumlah faktor yang melingkupinya, misalnya jumlah melek huruf yang semakin besar, perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena urbanisasi, dan faktor iklan (Halik, 2013, p. 2).

Data diatas menunjukkan bahwa strategi personal branding melalui sosial media menjadi kebutuhan utama bagi para politisi, termasuk bagi politisi yang sedang menjadi kandidat dalam masa pemilihan umum maupun pemilihan kepala daerah. Personal branding sangat berpengaruh untuk menyematkan citra terhadap seorang politisi, dimana sedikit saja ada ruang kesalahan yang dibuat oleh seorang politisi ketika berkomunikasi, maka dapat berpotensi pada tenggelamnya karir mereka di ranah politik, begitupun sebaliknya ketika politisi tersebut mampu membangun personal branding yang baik, maka akan mendapatkan *feedback* yang positif dari masyarakat dan namanya akan melejit.

Pendefinisian komunikasi massa dalam konteks penelitian ini adalah komunikasi massa yang di satu pihak memberikan informasi berupa aktivitas dan berbagai hal lainnya menyangkut pekerjaan sebagai aktor politik dalam hal ini adalah Anwar hafid yang saat ini menjabat sebagai Anggota DPR RI Dapil Sulawesi Tengah yang akan menghadapi pemilihan Gubernur 2024 pada provinsi tersebut melalui sosial media sebagai medium komunikasi. Dipihak lain dalam hal adalah audiens sebagai penerima maupun pencari informasi yang disampaikan oleh Anwar Hafid melalui sosial media Facebook.

Selanjutnya, personal branding Pendefinisian personal branding mengacu pada proses yang digunakan individu dalam mengembangkan dan memasarkan diri mereka kepada orang lain dimaknai sebagai tindakan ketika seseorang secara aktif (secara sadar atau tidak sadar) memperkenalkan identitas (Jacobson, 2020, p. 716). Kehadiran sosial media yang dapat menyajikan dan menggabungkan informasi dalam mekanisme pertukaran informasi yang menjadikan identitas individu dapat diketahui oleh khalayak ramai dalam platform online (Trisnanto & Sukasah, 2020, p. 70).

Personal Branding adalah tentang mengendalikan persepsi orang lain memandang sesuatu sebelum melakukan kontak langsung dengan yang bersangkutan, Peter Montoya (dalam (Yunitasari & Siwalankerto, 2018, p. 1). Hal tersebut mengidentifikasi bahwa personal branding sebagai suatu instrumen dalam memperkenalkan sesuatu melalui berbagai medium untuk membentuk suatu paradigma bagi para audiens.

Personal branding pada dasarnya melibatkan pengelolaan reputasi, gaya, penampilan, sikap, dan keahlian dalam memperkenalkan diri kepada orang lain. Idenya adalah dengan mengembangkan kumpulan simbol dan asosiasi dengan diri sendiri, dengan memberikan nama, wajah, dan pekerjaan Sosial Media. Personal branding adalah tindakan promosi individu diri mereka sendiri dan panggilan mereka sebagai merek. Sementara metode manajemen peningkatan diri di masa lalu adalah tentang perubahan diri, ide personal-branding merekomendasikan bahwa pencapaian berasal dari pengelompokan diri (Smith et al., 2016, p. 567).

Adapun dalam penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Peter Montoya terkait dengan konsep personal branding sebagai indikator analisa terhadap setiap postingan pada akun Facebook Anwar Hafid guna memperoleh sikap yang dominan maupun konsep yang dominan ataupun minim digunakan oleh Anwar Hafid dalam menghadapi Pemilihan Gubernur 2024 Sulawesi Tengah.

Kemudian, salah satu fakta lapangan terkait dengan pemilihan Gubernur di Sulawesi Tengah adalah isu politik identitas yang tidak pernah dapat dipisahkan sehingga menjadi salah satu penghambat bagi calon-calon potensial untuk memperoleh elektoral yang dikarenakan tidak berasal suku yang dominan. Berdasarkan hal tersebut teori politik identitas menunjukkan bahwa politis untuk mengedepankan kepentingan-kepentingan dari anggota-anggota suatu

kelompok karena memiliki kesamaan identitas atau karakteristik, baik berbasiskan pada ras, etnisitas, gender, atau keagamaan (Nasrudin, 2022, p. 37). Pada sisi politik penggunaan politik identitas sebagai salah cara memperoleh kemenangan ataupun menjatuhkan lawan politik.

Dalam format keetnisan, politik identitas tercermin mula dari upaya memasukan nilai-nilai kedalam peraturan daerah, memisahkan wilayah pemerintahan, keinginan mendaratkan otonomi khusus sampai dengan munculnya gerakan separatis. Sementara dalam konteks keagamaan politik identitas terefleksikan dari beragam upaya untuk memasukan nilai-nilai keagamaan dalam proses pembuatan kebijakan, termasuk menggejalanya perda syariah, maupun upaya menjadikan sebuah kota identik dengan agama tertentu (Maarif, 2014, p. 28).

Beranjak dari teori diatas dalam konteks penelitian ini penulis akan mencoba menggali narasi-narasi yang dibangun oleh Anwar Hafid dalam mengkampanyakan dirinya sebagai kandidat calon yang menyerukan politik persatuan dan meniadakan permainan politik identitas guna menjauhi berbagai potensi perpecahan di Provinsi Sulawesi Tengah.

Penelitian ini menjadikan platform facebook sebagai salah satu objek penelitian dengan pertimbangan bahwa platform Facebook merupakan salah satu platform yang digunakan oleh Anwar Hafid. Disisi lain menunjukkan bahwa Facebook merupakan platform sosial media yang pertama digunakan oleh Anwar Hafid dan telah mengangkat branding dirinya dalam perpolitikan di Indonesia khususnya di Sulawesi Tengah.

Saat ini di Indonesia Facebook merupakan salah satu media yang masih sangat digemari. Data menunjukkan bahwa Indonesia menjadi negara dengan pengguna Facebook terbesar ketiga di dunia. Pengguna Facebook di Indonesia mencapai 202,2 juta pada Juli 2022. Jumlah tersebut turun 0,09%

dibandingkan pada bulan sebelumnya (month-to-month/m-to-m) yang sebanyak 202,4 juta orang. Namun, angkanya meningkat 12,6% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (year on year/yoy) sebanyak 179,6 orang. Melihat trennya, jumlah pengguna Facebook di Indonesia berfluktuasi cenderung meningkat sejak September 2018 hingga Juli 2022. Peningkatan jumlah pengguna tertinggi terjadi pada Februari 2019 hingga 25,8%. Pengguna Facebook di Indonesia Capai 202,2 Juta pada Juli 2022 (Rizaty, 2022).

Dalam ranah kampanye politik dalam meningkatkan personal branding facebook melalui fitur facebook page dapat digunakan dengan maksimal. Fitur halaman tersebut jika seseorang telah menyukai halaman tersebut, mereka dapat memulai melihat pembaharuan dari halaman itu dalam News Feed. Ketika seseorang menyukai atau berkomentar pada publikasi halaman, aktifitas itu dapat dibagikan bersama teman mereka, meningkatkan ekspos dan jangkauan (Abdu et al., 2017, p. 4). Facebook telah menjadi idaman sejak dahulu dalam penyampaian pesan politik dan memiliki keterjangkauan terluas dibandingkan dengan platform sosial media lainnya.

Menjelang tahun politik 2024, sejumlah politisi mulai tebar pesona membangun personal branding mereka di media sosial. Penggunaan media sosial untuk membangun personal branding dianggap relevan karena media sosial adalah kenyataan hari ini yang tidak bisa diabaikan. Politisi menggunakan media sosial sebagai medium untuk melakukan personal branding, yaitu sebagai strategi untuk membentuk citra diri sendiri sehingga masyarakat atau orang lain dapat menilainya dari prestasi dan pencapaian yang dia miliki.

Anwar Hafid yang saat ini menjabat sebagai anggota DPR RI periode 2019-2024 (daerah pemilihan Sulawesi Tengah) adalah salah seorang politisi yang tidak mau ketinggalan dari modernisasi politik

dewasakini. Anwar Hafid sendiri adalah politisi yang tidak main-main dalam melakukan personal branding di media sosial. Berdasarkan hasil penelusuran penulis, ditemukan bahwa mantan Bupati Kabupaten Morowali dua periode ini sangat adaptif di dunia digital dengan memiliki beragam akun media sosial, yaitu Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, dan Twitter, bahkan memiliki website pribadi yang dimana semua akunnya aktif yang dikelola oleh Tim Media Center AH maupun Anwar Hafid sendiri secara *up to date*.

Konten-konten yang disajikan di media sosialnya beragam, dari kegiatan sebagai anggota dewan, keaktifan kegiatan kepartaian, diselingi dengan kegiatan olahraga dan momen-momen bersama keluarga. Hal tersebut penting mengingat beliau adalah tokoh politik yang mempunyai konstituen, dimana konstituennya berhak mengetahui kinerja dari wakil rakyat yang dipilih, juga untuk memberikan kedekatan secara langsung untuk berkomunikasi dengan konstituennya dan masyarakat luas. Berdasarkan hasil observasi awal penulis mendapat bahwa keinginan Anwar Hafid untuk maju sebagai calon Gubernur Sulawesi Tengah pada tahun 2024. Hal ini juga dibuktikan dari pernyataan melalui media hasil wawancaranya dengan Media Online yang mengatakan “Insya Allah Pemilu 2024 nanti, saya sudah siap lahir batin untuk ikut berkompetisi” (Afdhal, 2023)

Namun penggunaan sosial media facebook oleh Anwar Hafid belum menunjukkan sebuah branding politik yang dominan terhadap popularitas dirinya dalam menghadapi pencalonan sebagai Gubernur Sulawesi Tengah pada tahun 2024 mendatang. Beberapa pertimbangan menulis terhadap permasalahan tersebut adalah kurangnya fokus dari Tim Anwar Hafid dalam menjawab berbagai persoalan yang mengagalkan dirinya sebagai calon gubernur pada Pilkada 2020.

Setelah penjabaran permasalahan dan teori yang digunakan sebagai indikator untuk memperoleh hasil penelitian, maka secara keseluruhan penelitian ini bertujuan menganalisis strategi dan konsep pembentukan *personal branding* Anwar Hafid menjelang pemilihan gubernur Sulawesi Tengah 2024.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitik untuk memberikan penjabaran suatu objek penelitian melalui data yang telah dikumpulkan secara alamiah tanpa adanya perlakuan dalam bentuk analisis untuk kesimpulan yang kemudian berlaku secara umum (Sugiyono, 2018, p. 208). Pendekatan deskriptif analitik dalam penelitian ini berguna dalam mengumpulkan setiap data-data yang berwujud postingan pada halaman facebook Anwar Hafid baik itu foto maupun video yang kemudian dikaitkan dengan teori-teori *personal branding*.

Dalam rangka memperkuat hasil penelitian kualitatif penulis menggunakan teknik *qualitative content analysis (QCA)*. suatu metode penelitian untuk interpretasi subyektif dari isi data teks melalui proses klasifikasi sistematis pengkodean dan mengidentifikasi tema atau pola” (Shava et al., 2021, p. 554). Maka dalam konteks penelitian ini, bentuk interpretasi yang dilakukan terhadap isi foto maupun video yang diposting pada halaman facebook Anwar Hafid.

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu: 1) Observasi dan 2) Dokumentasi. Teknik observasi merupakan Teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan data melalui pendekatan kualitatif, dengan melakukan berbagai macam pengamatan di lapangan terkait situasi dan kondisi yang akan di teliti, Teknik tersebut juga merupakan Langkah yang sangat efektif dalam melakukan penelitian terutama untuk mendapatkan data yang akan diolah nantinya (Arikunto, 2016,

p. 203). Pengamatan yang dilakukan dapat berupa peristiwa yang dapat diamati secara langsung maupun melalui berbagai berita yang tersedia baik itu cetak maupun online. Dokumentasi yang dilakukan adalah pengumpulan berbagai postingan yang ditayangkan oleh akun facebook Anwar Hafid baik itu dalam bentuk foto maupun video dalam kurun waktu bulan januari-maret 2023.

Pada tahapan teknik analisis data dapat dilakukan dengan melalui 4 (empat) tahapan yaitu: 1) Menghimpun data dalam penelitian ini dengan tehnik studi pendahuluan (*pre-eliminatory*) guna memverifikasi serta membuktikan bahwa fenomena yang terjadi benar adanya. Pada tahap ini peneliti sudah melakukan pengumpulan data observasi, dan dokumentasi. 2) Mereduksi data berarti tahapan filtrasi, menyederhanakan, dan mengubah data-data berbentuk informasi yang masih abstrak ataupun kasar yang didapatkan selama proses penelitian lapangan. 3) *Data display* (penyajian data) berarti menyusun berbagai informasi yang telah didapatkan pada tahapan reduksi data ke dalam bentuk penyajian yang sistematis dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang muncul dalam observasi awal hingga memungkinkan untuk dilakukan ke. 4) Penarikan kesimpulan merupakan akhir dari keseluruhan proses penelitian. Tahapan ini menghasilkan suatu kesimpulan terhadap keseluruhan data penelitian yang didapatkan sehingga hasil penelitian yang dilakukan dapat dibaca dan dipahami dengan mudah (Sugiyono, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Anwar Hafid lahir pada 14 Agustus 1969 (53 tahun) di Wosu Bungku Barat Kabupaten Morowali Provinsi Sulawesi Tengah. Saat ini menjadi Anggota DPR RI periode 2019-2024 Daerah Pemilihan Sulawesi Tengah dari Fraksi Demokrat pada komisi V yang membidangi infrastruktur dan perhubungan. Pernah menjabat sebagai

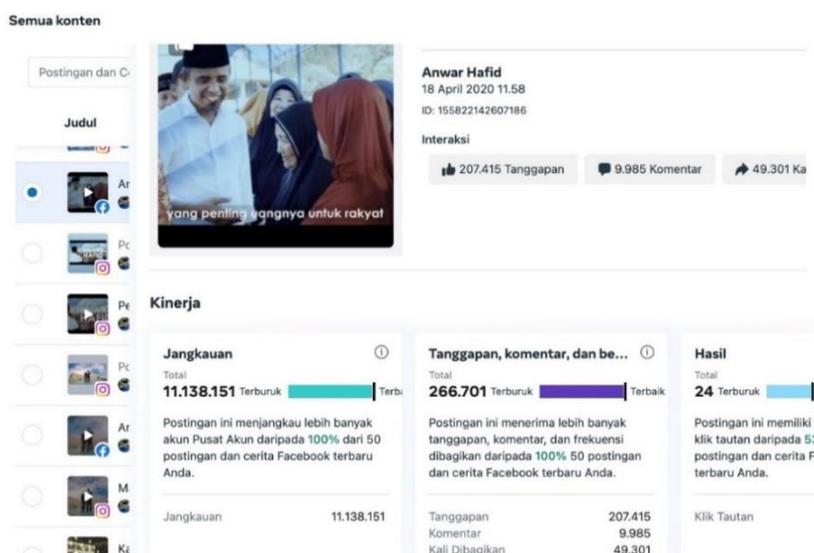
Bupati Morowali selama 2 periode dari tahun 2007-2018. Sebelum menjadi Bupati, pernah menjabat sebagai Asisten Bagian Pemerintahan Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Dalam struktur partai hingga saat ini menjabat sebagai Ketua DPD (Dewan Pimpinan Daerah) Partai Demokrat Sulawesi Tengah (Mariani et al., 2023, p. 3).

Berdasarkan pada hasil penelusuran penulis terhadap akun facebook page Anwar Hafid didapati bahwa telah aktif sejak tahun 2020 pada tanggal 2 januari silam. Postingan secara keseluruhan akun tersebut sebanyak 608 postingan yang didominasi video dan selebihnya foto serta sudah mendapatkan 94 ribu pengikut. Dari postingan tersebut dapat dilihat bahwa jumlah interaksi akun dengan audien terbilang sangat mumpuni dalam hal mengait hati masyarakat yang mengikuti akun tersebut. Bentuk postingan pada akun tersebut hanya dalam 3 bentuk yaitu video dengan narasi, video dengan background musik serta foto dengan caption. Untuk format foto sendiri hanya diposting beberapa kali pada awal dibentuknya akun tersebut sedangkan selebihnya adalah video pendek.

Berdasarkan pada gambar 1, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan telah menjangkau 11.138.151 pengguna facebook, 266.701 tanggapan. Secara hitungan kuantitatif pada akun tersebut dari sisi keterjangkauan sudah terbilang cukup besar jika dibandingkan jumlah penduduk Sulawesi Tengah yang hanya berjumlah 3 juta penduduk.

Kota populer yang berada pada keterjangkauan akun Anwar hafid terletak ada pada kabupaten Morowali, Palu, Luwuk dan Ampana sebagai kabupaten yang berada di provinsi Sulawesi Tengah. Selanjutnya juga pada beberapa kota seperti Makassar, Kendari, dan Parigi yang merupakan kota di pulau Sulawesi. Disisi lain, keterjangkauannya juga meliputi provinsi DKI Jakarta, Kota Palembang, Medan dan Pekanbaru.

Jangkauan Akun berdasarkan pada usia dan jenis kelamin pengguna dapat dilihat bahwa laki-laki (82,2%) lebih banyak terjangkau dibandingkan perempuan (17,8%). Kemudian keterjangkauan terbanyak dari sisi usia pada rentang usia 25-34 tahun pengguna facebook.



Gambar 1. Profil dan Kinerja Akun Facebook Anwar Hafid (Sumber: Facebook Page Anwar Hafid, 2023)

Pembentukan *Personal Branding*

Hasil pengamatan penulis terhadap postingan akun Anwar Hafid didapati bahwa sejak 3 bulan terakhir dari tanggal 1 Januari hingga bulan 28 Maret berjumlah 42 video. Postingan tersebut cukup beragam kegiatan yang didominasi oleh video kegiatan agenda anwar Haifd sebagai Anggota DPR-RI periode 2019-2024. Berikut tabel keseluruhan postingan Anwar Hafid dalam triwulan terakhir.

Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui bahwa bulan januari menjadi bulan yang paling banyak memposting video kegiatan Anwar Hafid sebanyak 16 postingan video. Sedangkan untuk bulan februari dan maret sebanyak 13 postingan video. Ini menunjukkan bahwa pada bulan januari memiliki jumlah terbanyak dibandingkan dengan bulan lainnya yang masuk pada kapitulasi bulan penelitian.

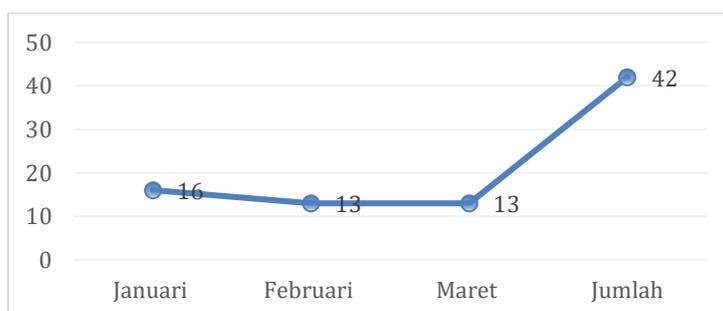
Keseluruhan postingan dalam Akun Facebook Anwar Hafid juga menunjukkan sebuah kecenderungan bahwa audio visual lebih mudah untuk menyampaikan berbagai pokok pikiran baik itu dalam bentuk video pendek dengan narasi, video pendek dengan background musik. Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) bahwa video pendek dengan musik dan narasi lebih disukai oleh responden dibandingkan dengan format format teks, infografik, pernyataan tokoh, *live facebook*.

Selanjutnya jika kita kaitkan dengan hasil survei terkait postingan pada sebuah

akun menunjukkan bahwa akan lebih disukai oleh berbagai tingkatan usia dibandingkan dengan bentuk postingan lainnya. Ini menunjukkan bahwa salah satu strategi yang digunakan oleh Anwar Hafid dalam melakukan personal branding menuju Pilkada Sulawesi Tengah pada tahun 2024 didominasi dengan postingan video. Hal tersebut sangat cocok dengan keinginan oleh para audiens.

Berdasarkan keseluruhan postingan yang telah dijabarkan diatas dari bulan Januari-Maret memperlihatkan bahwa postingan yang mendapatkan jumlah engagement terbanyak dari setiap bulannya yaitu postingan yang menunjukkan aktivitas Anwar Hafid ketika melakukan kunjungan kerja ke daerah pemilihan (Dapil), mendengarkan aspirasi masyarat, menyampaikan aspirasi pada saat rapat dengan pendapat (RDP) di gedung senayan DPR-MPR, kegiatan partai berupa pelantikan DPC Demokrat Se-Sulawesi Tengah dan Kultum Anwar Hafid pada awal bulan ramadhan.

Strategi yang digunakan oleh Anwar Hafid dalam melakukan postingan berupa audio visual terbilang sangat menarik dari berbagai sisi, baik itu dari sisi kualitas postingan maupun konteks video tersebut serta informatif, dan relevan bagi target audiens. Setiap postingan pada akun Anwar Hafid menarik perhatian dan memancing minat pengguna Facebook yang berbasis pada konstituen di Dapilnya.



Gambar 2. Rekapitulasi Postingan Video Anwar Hafid Januari-Maret Tahun 2023 (Sumber: Facebook Page @Anwarhafid, 2015)

Selanjutnya, setiap postingan yang ada pada akun tersebut sangat konsisten dari sisi jadwal postingan. Hal tersebut dapat dilihat pada postingan setiap bulannya yang berjumlah tidak kurang dari 13 dan tidak lebih dari 18 postingan sebagaimana data pada tabel 4.0 diatas. Jika dilihat pada rentang waktu postingan, hampir setiap 2-3 hari sekali memposting kegiatan-kegiatan Anwar Hafid. Postingan secara teratur akan membangun ekspektasi dan kehadiran audiens yang kuat di Facebook. Jadwal yang bijaksana dan pemilihan waktu yang tepat untuk menjangkau audiens.

Pembentukan Personal Branding

Konsep pembentukan personal branding yang dibangun oleh Anwar Hafid melalui akun sosial media facebook cukup beragam dalam menghadapi Pemilu 2024 terkhusus pada pemilihan kepala daerah. Dalam mengupas konsep tersebut penulis akan berpedoman pada konsep yang telah dikemukakan oleh Peter Montoya berupa 8 konsep yang harus dilakukan oleh seseorang dalam membangun personal brandingnya. Berikut tabel penjabaran konsep pembentukan personal branding Anwar Hafid dengan mengkategorisasi postingan dari setiap konsep yang ada yang berkaitan secara langsung menurut temuan penulis.

Keseluruhan konsep pembentukan personal branding yang dibangun oleh Anwar Hafid melalui postingan facebook page telah membangun keseluruhan konsep berdasarkan pada teori personal branding Peter Montoya. Dari keseluruhan konsep yang dibangun tersebut dapat diidentifikasi bahwa 3 konsep personal branding yang dimunculkan oleh Anwar Hafid yaitu diferensiasi, kesatuan dan kepribadian menjadi penguatan terhadap karakter yang sudah terbangun sejak awal mencalonkan diri sebagai gubernur Sulawesi Selatan. Adapun penjabaran ketiga konsep pada paragraf berikut.

Diferensiasi (*The Law of Distinctiveness*), pada konsep ini merupakan

salah bentuk untuk terlihat dan dikenal oleh khalayak audiens sebagai sosok legislator yang terlihat berbeda dengan legislator lainnya pada Dapil yang sama. Pada konsep ini sosok Anwar Hafid ingin dikenal sebagai pecinta binatang dalam hal ini memelihara rusa yang merupakan hewa liar yang sangat sulit untuk dipelihara. Pada konsep selanjutnya yang ingin dikenal oleh para audiens yaitu sebagai sosok yang peduli terhadap olahraga sepak bola yang paling banyak digemari oleh rakyat Indonesia.

Kesatuan (*The Law of Unity*), konsep kesatuan merupakan salah satu bentuk kesatuan Anwar Hafid dari sosok yang akan dibandingkan dari sosial media facebook dengan dunia nyata. Dalam artian keseharian yang dilakukan oleh Anwar Hafid tidak memiliki perbedaan dengan kesehariannya. Bentuk kesatuan Anwar Hafid tersebut terlihat dari postingan Anwar Hafid yang suka tampil apa adanya dan cinta terhadap masyarakat. Disisi lain, kepedulian Anwar Hafid terhadap masyarakat tidak hanya diperlihatkan dalam postingan ketika menjabat sebagai anggota DPR-RI melainkan juga track record nya ketika menjabat sebagai Bupati Morowali 2 periode.

Kepribadian (*The Law of Personality*), konsep kepribadian merupakan hal terpenting dari sosok pemimpin yang akan menjadi teladan terhadap orang yang dipimpinya. Kepribadian Anwar Hafid sebagai orang sosok suami dan ayah yang cinta terhadap keluarga dengan meluangkan waktunya. Disisi lain, sosok Anwar Hafid yang religius menjad harga tawar sebagai pemimpin yang cocok untuk memimpin Sulawesi Tengah kedepannya.

Pembahasan

Pada bagian ini akan mendiskusikan hasil temuan penelitian dengan teori yang digunakan serta keselarasan kondisi yang terjadi di Sulawesi Tengah saat ini dalam menghadapi pemilihan gubernur 2024. Berdasarkan data hasil survei yang

dilakukan dalam skala lokal menggunakan jajak pendapat atau E-polling sederhana redaksi kailipost.com yang menunjukkan hasil polling Gubernur Sulawesi Tengah pilihan pada tahun 2024, yang diperoleh dari 1.343 responden, sebanyak 37.01% memilih Nilam Sari Lawira sebagai pilihan pertama mereka, diikuti oleh Rusdy Mastura dengan 35.89%.

Selanjutnya Anwar Hafid mendapatkan 21.52% suara dan Hidayat Lamakarate serta Arus Abd Karim meraih masing-masing 3.43% dan 1.12% suara, sedangkan Irjen Pol Rudy Sufariadi hanya meraih 1.04% suara. Hasil polling tersebut merupakan sebuah gambaran awal yang menunjukkan elektabilitas Anwar Hafid sebagai salah satu calon gubernur Sulawesi Tengah masih berada pada posisi ketiga setelah Nilam Sari dan Rusdy Matura (Vokal, 2023). Meskipun demikian, perbedaan yang terjadi tidak begitu signifikan dan hanya selisih 15,49% dari Nilam Sari yang menduduki posisi pertama.

Pada paragraf selanjutnya penulis akan menjabarkan hasil analisis narasi postingan yang mampu menarik minat para konstituen dalam pemilihan Gubernur Sulawesi Tengah dengan pertimbangan segmentasi serta kecenderungan adat dan budaya yang ada di Sulawesi tengah.

Pertama, religiusitas menjadi salah satu pertimbangan terbesar dalam penentuan calon gubernur Sulawesi Tengah menjelang pemilihan gubernur 2024. Berdasarkan pada data kependudukan tahun 2021 menunjukkan bahwa penduduk di Sulawesi Tengah yang memeluk agama Islam sebanyak 2,39 juta jiwa pada Juni 2021. Angka tersebut mencapai 78,9% dari total penduduk Sulawesi Tengah yang berjumlah 3,03 juta jiwa. Angka tersebut menunjukkan bahwa agama mayoritas yang dianut oleh masyarakat Sulawesi Tengah menjadi penentu dalam kemenangan seorang kandidat dalam pemilihan kepala daerah.

Pernyataan diatas diperkuat dengan teori Suryadinata (2002) dalam Junaidi yang

mengungkapkan bahwa relasi yang dibangun akan berdampak luas jika jalinan relasi tersebut dilakukan pada pemegang otoritas/kuasa dalam sebuah tatanan di masyarakat mulai level lingkungan, lembaga adat, organisasi sosial dan organisasi keagamaan. Dari sekian bentuk relasi kuasa yang paling dianggap efektif adalah relasi yang dijalin pada pemegang otoritas organisasi keagamaan (ormas keagamaan) yang sering disebut dengan istilah relasi kuasa keagamaan (Junaidi & Fuhaidah, 2022, p. 150).

Merujuk pada teori religiusitas diatas dengan data penelitian yang menunjukkan agama yang dianut oleh Anwar Hafid adalah agama mayoritas, sehingga dapat menjadi nilai tambah dan bargaining position yang kuat dalam menghadapi pemilihan gubernur 2024 mendatang. Disisi lain jika merujuk pada postingan akun facebook Anwar Hafid terdapat beberapa hal menjadi nilai tambah bagi Anwar Hafid itu sendiri, yaitu berupa postingannya sebagai Ketua Komisaris Daerah (Komda) Alkhairaat Morowali yang menghadiri kegiatan bahkan melakukan kegiatan keagamaan seperti peringatan maulid nabi dan lain-lainnya yang bersifat keagamaan.

Selanjutnya juga beberapa postingan ketika memasuki bulan Ramadhan yang dimulai dengan ceramahnya terhadap pentingnya bulan Ramadhan untuk dimanfaatkan sebagai lahan amal. Kemudian juga beberapa postingan lainnya berisi 'Kultum' dan nasihat-nasihat keagamaan dan postingan menghadiri tarawih berjamaah menjadi bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari sosok Anwar Hafid, maka dari itu branding Anwar Hafid sebagai pribadi yang religius sudah sangat tepat dalam menghadapi Pemilihan Gubernur 2024.

Pernyataan diatas juga senada dengan teori yang diungkapkan oleh Syamsul Arif, Dkk dalam bukunya bahwa dalam era demokratis, fungsi agama memiliki peranan penting. Fungsi agama sebagai pencerahan,

agama seharusnya memberikan keadaban dalam ruang publik melalui aspek kewargaan. Dari itu pula, dalam masyarakat demokratis pasca sekularisme, argumentasi religiusitas dipandang penting. Pernyataan tersebut menyiratkan bahwa sosok calon pemimpin memiliki narasi religiusitas menjadi nilai tambah tersendiri (Arifin et al., 1996).

Kedua, perolehan suara DPRD provinsi Sulawesi Tengah ataupun sering disebut dengan ambang batas menjadi salah penyebab Anwar Hafid pada tahun 2019 tidak bisa mencalonkan diri sebagai calon Gubernur. Disisi lain, perolehan suara DPRD Provinsi dari partai Demokrat pada pemilihan legislatif tahun 2019 juga menurun sebanyak 2 kursi dari tahun 2014 yang memperoleh 6 kursi (Puskapol UI, 2020). Penurunan jumlah kursi DPRD menjadi bentuk penurunan kinerja partai Demokrat Sulawesi Tengah sebagai salah kendaraan ataupun perangkat dalam memainkan berbagai komunikasi politik dalam memperoleh suara rakyat.

Berdasarkan pada postingan yang telah diteliti dalam jangka bulan januari hingga maret 2023 pada akun facebook Anwar Hafid menunjukkan bahwa postingan yang secara langsung menunjukkan postingan berupa kegiatan partai ialah postingan terkait dengan pelantikan dan diskusi bersama ketua Umum Partai Demokrat. Sedangkan selebihnya hanya terlihat pada penggunaan berbagai atribut yang warna dasarnya ialah warna biru, baik itu pakaian berupa baju, bendera hingga dengan logo.

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa sosok Anwar Hafid menjabat sebagai ketua DPD Partai Demokrat provinsi Sulawesi Tengah masih kurang dalam mempromosikan partai dalam artian ajakan untuk bergabung menjadi pengurus partai demokrat maupun kader yang dapat menguatkan kerja-kerja partai masih sangat minim. Bahkan tidak didapati secara langsung postingan yang mengajak untuk bergabung dengan partai Demokrat.

Ketiga, politik kesukuan (politik identitas) yang masih kental dimana berdasarkan pada hasil wawancara dengan salah satu tokoh politik Sulawesi Tengah menyatakan bahwa sejauh ini belum ada satupun gubernur yang terpilih berasal dari selain dari suku asli Sulawesi Tengah (Hasil Wawancara dengan SH, 2023). Adapun yang masuk pada kategori suku asli sulawesi Tengah yaitu suku Kaili, Kulawi, Lore, Pamona, Bungku, Saluan, dan lainnya, sebanyak 1.992.862 jiwa (62,16%) dari penduduk Sulawesi Tengah. Sedangkan selebihnya adalah suku bugis sebesar 470.505 jiwa (15,62%) dan suku-suku lainnya (BPS Provinsi Sulawesi Tengah, 2023, p. 233).

Dalam konteks penelitian ini, Anwar Hafid merupakan salah satu bakal calon kandidat yang akan bertarung untuk merebut kursi nomor 1 di Sulawesi Tengah pada Pemilihan Gubernur 2024 mendatang. Sedangkan Anwar Hafid merupakan merupakan suku asli Bugis, hal tersebut menjadi salah satu faktor penghambat dalam memenangkan prosesi Pilkada Sulteng. Meskipun secara catatan sejarah di Indonesia mencatatkan bahwa politik identitas sebagai salah satu hal melekat dan menyatukan, namun dalam praktiknya malah bertentangan dengan sebagaimana mestinya.

Berkaitan dengan hasil penelitian pada postingan akun Anwar Hafid merupakan salah satu politisi yang selalu menarasikan politik kesatuan dan politik yang mampu melahirkan pemimpin masa mendatang tanpa mempedulikan dari suku, agama maupun etnis apapun. Narasi politik tersebut pernah disampaikan oleh Anwar Hafid dalam salah satu kegiatan resesnya ketika melakukannya di Dapil. Postingan tersebut menunjukkan bahwa Anwar Hafid sebagai salah satu bakal calon kandidat Gubernur Sulawesi Tengah yang menyuarakan narasi kebersamaan merupakan salah satu bentuk strategi personal branding dalam

menghindari politik identitas yang bisa memecah belah kesatuan rakyat.

SIMPULAN

Strategi pembentukan personal branding Anwar Hafid melalui akun Facebook adalah dengan memposting postingan video pendek dengan berbagai backsound genre musik ataupun suara dari Anwar Hafid dengan kekhasannya. Strategi lainnya yang digunakan adalah jadwal postingan yang konsisten setiap bulannya berkisar antara 13-18 postingan sehingga dapat menaikkan grafik engagement. Tiga konsep personal branding yang lebih dominan dari setiap postingan yang ada pada akun facebook Anwar Hafid yaitu yaitu diferensiasi, kesatuan dan kepribadian sebagai penguatan terhadap karakter yang sudah terbangun sejak awal mencalonkan diri sebagai gubernur Sulawesi Selatan. Pengelolaan akun facebook agar melakukan lebih banyak komunikasi interaktif dalam setiap sehingga antusiasme masyarakat lebih tinggi sehingga setiap opini yang diposting menjadi pembahasan yang menjangkau lebih banyak segmentasi masyarakat ataupun segmentasi yang sama dengan jumlah antusiasme para follower.

DAFTAR PUSTAKA

Abdu, S. D., Mohamad, B., & Muda, S. (2017). Youth Online Political Participation : The Role of Facebook Use , Interactivity , Quality Information and Political Interest. *SHS*, 33(8), 1–10.

Afdhal, R. (2023). Anwar Hafid Siap Maju Menjadi Cagub Sulteng 2024, Belum Tentukan Pendampingnya. *TribunPalu.Com*.
<https://palu.tribunnews.com/2023/03/19/anwar-hafid-siap-maju-menjadi-cagub-sulteng-2024-belum-tentukan-pendampingnya>

Akram, W., & Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer*

Sciences and Engineering, 5(10), 347–354.

<https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Databoks.Katadata.Ac.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- BPS Provinsi Sulawesi Tengah. (2023). *Provinsi Sulawesi Tengah Dalam Angka*. BPS Sulawesi Tengah.
- Halik, A. (2013). *Komunikasi massa*. Alauddin University Press.
- Jacobson, J. (2020). You are a brand : social media managers ' personal branding and “ the future audience .” *Journal of Product & Brand Management*, 6(May), 715–727.
<https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2019-2299>
- Junaidi, & Fuhaidah, U. (2022). Relasi Kuasa Keagamaan sebagai Strategi Pemenangan Pasangan Bobby-Aulia Pilkada Kota Medan. *Fikrah*, 10(1), 145–162.
<https://doi.org/10.21043/fikrah.v8i1.14829>
- Maarif, A. S. (2014). *Politik Identitas dan Masa Depan Pluralisme Kita*. Democracy Project.
- Mariani, O., Mawadha, R., Irfan, & Alfasikar. (2023). *Anwar Hafid: Merintis Jalan Bintang Dunia*. Wahana Visual Indonesia (WVI).
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Nasrudin, J. (2022). Politik Identitas dan Representasi Politik (Studi Kasus pada Pilkada DKI Periode 2018-2022). *Jurnal Hanifiya*, 1(1), 34–47.

- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Facebook di Indonesia Capai 202,2 Juta pada Juli 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-facebook-di-indonesia-capai-2022-juta-pada-juli-2022>.
- Shava, G. N., Hleza, S., Tlou, F. N., & Shonhiwa, S. (2021). Qualitative Content Analysis, Utility, Usability and Processes in Educational Research. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 5(8), 553–558.
- Smith, B., Moser, C., Claiborne, J., & Grant, A. (2016). *Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication*. University of Minnesota Libraries Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV Alfabeta,.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Trisnanto, R. W., & Sukasah, T. (2020). Personal Branding Politik Thoriqul Haq Melalui Facebook. *Communication*, 11(1), 69–80.
- Vokal, T. (2023). *Polling Cagub 2024 versi Vokal; NSL Ungguli Cudi dan AH*. Kailipost.Com. <https://kailipost.com/2023/03/polling-cagub-2024-versi-vokal-nsl-ungguli-cudi-dan-ah.html>
- Yunitasari, C., & Siwalankerto, J. (2018). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C . Y . N. *Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–8.