

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Personal Branding

Berdasarkan dari buku Personal Branding-INC, Rahasia untuk sukses dan bertahan di karir yang di tulis oleh Erwin Parengku dan Becky Tumewu, untuk menciptakan *personal brand* pada diri terdapat tiga komponen utama yang perlu di perhatikan yaitu nilai, ketrampilan, dan perilaku

- **Nilai-nilai** yang ada dalam diri seseorang dan di tampilkan secara konsisiten kepada orang lain akan melekat pada pikiran orang lain tentang Anda
- **Ketrampilan** seseorang melakukan sesuatu pekerjaan tertentu, maka akan semakin kuat pula *personal brand* yang dimilikinya. Tidak hanya berhenti disitu dibutuhkan pula kemampuan dalam mengkomunikasikan ketrampilan yang dimiliki kepada orang lain secara efektif.
- **Berperilaku** dalam membangun *personal brand*, seseorang harus melakukan berbagai upaya untuk mendukung terbentuknya *personal brand*, upaya-upaya tersebut harus sejalan dengan *personal branding* yang ingin di bangun dan berjalan secara komsisten. Ketika Anda berperilaku tertentu sama secara terus menerus, maka seseorang akan mengingat Anda dengan ciri tersebut.

Pada komponen utama ini dapat disimpulkan nilai-nilai, keterampilan dan perilaku yang secara komsisten Anda tampilkan terus menerus dan dapat membentuk *personal brand* dalam diri Anda. Selain itu terdapat tiga komponen tambahan yang membentuk *personal brand* Anda yaitu penampilan, keunikan dan keotentikan Anda.

- **Penampilan** mengapa Jokowi suka memakai baju putih polos ketika blusukan? Karena kesan penampilan yang ingin Jokowi tampilkan adalah yaitu keserhanaan dan merakyat, sehingga masyarakat lebih merasa dekat dengan presiden.

- **Keunikan** hal inilah yang menjadi keunikan dari Jokowi, seorang presiden yang dirasakan oleh rakyatnya sangat dekat dan dapat berkomunikasi dengan rakyat secara langsung. Berbeda dengan presiden-presiden lainnya yang dirasakan berkuasa, syarat dengan kekutan politik dan jauh dari rakyat.
- **Keontetikan** Jokowi terletak pada karakteristiknya sebagai seorang yang santai, menyayangi dan dekat dengan orang lain, bersahabat, tetapi juga tegas.

Keselarasan antara nilai-nilai, keterampilan, yang Anda miliki, perilaku yang secara konsisten Anda dapat menciptakan *personal brand* yang kuat pada diri Anda apabila dilakukan secara menerus.

Disamping komponen utama dan komponen tambahan diatas, terdapat komponen penting lainnya yang juga berkontribusi pada *personal branding* Anda yaitu prestasi, kekuatan dan tujuan (goal) Anda.

- **Prestasi** menjadi salah satu komponen *personal brand* yang diraih dengan berbagai proses sebagai bukti dan hasil dari berbagai upaya yang dilakukan dalam pembangunan *personal branding*. Prestasi dapat menjadi kredibilitas dan profesionalisme seseorang.
- **Kekuatan** merupakan kelebihan yang dimiliki sebagai sesuatu yang membedakan dirinya dengan orang lain. Seseorang harus mengetahui keunggulan yang dimilikinya dibandingkan dengan orang lain khususnya dengan orang yang sama sehingga dapat terlihat lebih menonjol dibandingkan yang lain.
- **Tujuan** merupakan ciri-ciri, arah, dan menentukan berbagai tindakan serta keputusan dalam hidup kita. Dimana tujuan yang kita pegang dengan sangat kuat dan kita berikan usaha-usaha secara terus menerus tersebut akan kuat diingat oleh orang lain. Terutama apabila Anda menaruh tujuan pada sesuatu yang mulia seperti berkontribusi bagi orang lain, membuat

kehidupan jadi lebih baik, hal tersebut akan lebih bermakna dan diingat oleh orang lain.

Personal brand yang kuat dapat memberikan berbagai keunggulan antara lain memperkenalkan dan mempertajam citra diri seseorang, memudahkan orang lain untuk mengingat kita, memudahkan dalam menentukan pilihan dan berkairi secara fokus. Dapat disimpulkan maka hal yang sangat penting untuk Anda lakukan saat ini adalah mencoba untuk menyadari berbagai hal yang Anda miliki dalam hidup ini. Mulai dari nilai-nilai sampai tujuan.

1. Nilai-nilai yang Anda dimiki.
2. Keterampilan Anda.
3. Perilaku komsisten yang Anda tampilkan.
4. Penampilan yang Anda tunjukan.
5. Keunikan Anda yang membendakan dari orang lain.
6. Keotentikan atau karakteristik khas yang Anda miliki.
7. Prestasi yang Anda kejar.
8. Kekuatan dan kelebihan Anda.
9. Tujuan yang bermakna dalam hidup Anda.

Dengan menyadari hal diatas, lalu menyelaraskanya, dan melakukannya secara konsisten Anda dapat membentuk *personal brand* yang kuat dalam diri Anda.

2.2 Personal Branding

2.2.1. Definisi Personal Branding

Pada dasarnya, *personal branding* adalah bagian dari *branding* secara umum. Menurut Timothy P. O'Brien, seorang penulis buku *The Power of Branding* menyatakan bahwa *personal branding* adalah identitas pribadi seseorang yang mampu menciptakan respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki oleh orang tersebut (Tamimy, 2017 : 5). Erwin Parengkuan dan Becky Tumewu, dalam bukunya berjudul *Personal Brand-Inc*, mendefinisikan *personal brand* sebagai suatu kesan yang berkaitan dengan nilai, keahlian, perilaku, maupun prestasi yang dibangun oleh seseorang baik

secara sengaja atau pun tidak sengaja dengan tujuan untuk menampilkan citra dirinya¹.

Dalam buku tersebut juga dijelaskan bahwa komponen *personal brand* terbagi menjadi dua bagian yaitu komponen utama dan komponen tambahan. Komponen utama terdiri atas nilai hidup (*value*), kemampuan/ keterampilan (*skill/competence*), dan perilaku (*behavior*). Sedangkan komponen tambahan terdiri atas penampilan (*total look*), keunikan (*uniqueness*), dan otentik (*authentic*). Kedua komponen *personal brand* ini juga perlu didukung dengan prestasi (*achievement*), kekuatan (*strength*), dan tujuan (*goal*).

2.2.2. Tujuan Personal Branding

Tujuan *personal branding* dalam buku berjudul *It's Me, Super brand Diri Untuk Jadi Beda* karya Dya Loretta, SE.,M.I.Kom yaitu :

- a) Mendapatkan posisi di hati, benak, dan pikiran khalayak.
- b) Memperoleh perhatian dan dukungan, juga untuk mendapat.
- c) Menginspirasi pihak lain/khalayak.
- d) Membuat khalayak mudah mengingat citra diri seseorang dan menjadi pembeda dari orang lain.

Personal Branding sudah tentu mengandung citra kepribadian dari pemilik personal brand, dan akan menarik pihak lain yang terinspirasi dari personal brand tersebut. (Loretta, 2015:29).

2.2.3. Fungsi Personal Branding

Personal Branding sebaiknya menunjukkan kualitas spesifik diri yang mewakili suatu karya. Kekhasan tersebut dibangun melalui reputasi dan tabungan karya, bukan berasal dari sesuatu yang instan. Ranah tempat berkarya sangat banyak, diantaranya yakni bidang pendidikan, lingkungan hidup, seni, koperasi, hukum, dll (Adapun fungsi dari personal branding Menurut Muhamad dalam

¹Disadur dari: <http://www.adiwgunawan.com/articles/buku-trainer-dan-personal-brand> (hariJumat, 15 September 2017).

bukunya berjudul *Sharing-mu Personal Branding-mu* adalah sebagai usaha untuk memberikan perhatian kepada orang lain atas kemampuan, keunikan, spesialisasi, dan citra diri berbeda yang dimiliki, bahkan lebih unggul dibandingkan orang lain (Muhamad, 2017:3).

2.3 Penelitian Terdahulu

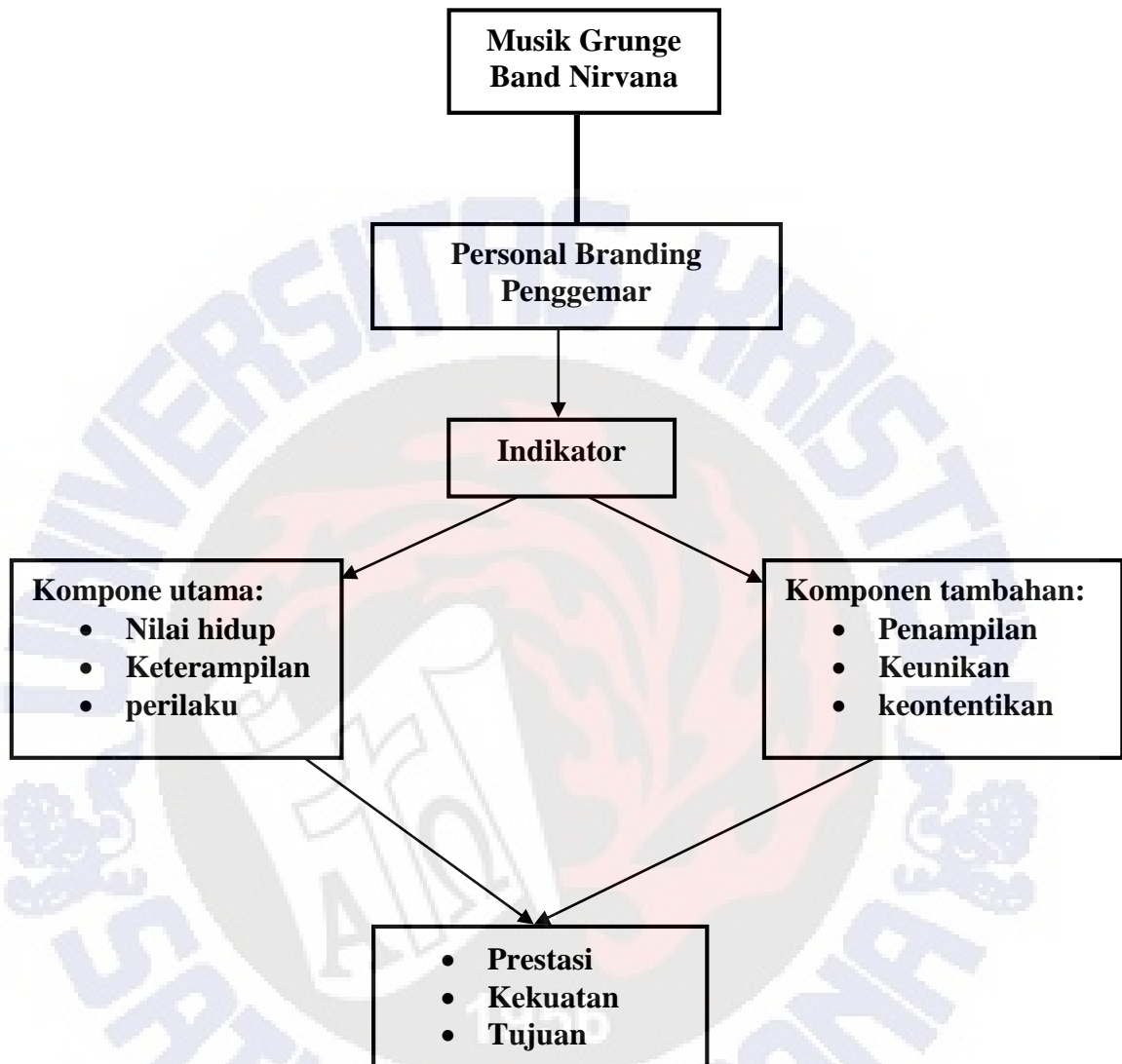
Data atau acuan berupa teori-teori atau temuan-temuan dari hasil penelitian sebelumnya, merupakan hal yang perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung bagi penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti mengambil beberapa referensi dari hasil penelitian sebelumnya yang membahas mengenai *personal branding* berikut ini:

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dyah Ayu Yunita, 2010, <i>Personal branding online</i> (studi deskriptif kualitatif mengenai <i>personal branding online</i> anggota <i>Soloraya Facebook Community (SFC)</i> , Universitas Sebelas Maret Surakarta.	Pada penulisan ini, dalam membangun <i>personal brand</i> secara <i>online</i> di <i>Facebook</i> , masing-masing responden menggunakan cara yang berbeda-beda dalam memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh <i>Facebook</i> . Fitur-fitur tersebut di antaranya <i>Profile Information, Status Update, Friend, Photos, Link, Note</i> , serta <i>Video</i> . Namun di antara fitur-fitur tersebut yang paling sering digunakan adalah fitur <i>Photos</i> , fitur di mana pengguna <i>Facebook</i> bisa menampilkan foto-foto yang dikehendaki untuk dipamerkan pada khalayak. Hampir semua responden atau lebih tepatnya

		<p>sepuluh (10) responden memanfaatkan <i>Photo</i> sebagai salah satu media untuk menunjang <i>personal brand</i> yang dibangun.</p>
2.	<p>Laksita Wikan Lastiti / NIM 11730005 / BENTUK PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL (Study Deskriptif Kualitatif Personal Branding Saptuari Sugiharto melalui Akun Twitter Pribadi @Saptuari) PROGRAM STUDY ILMU KOMUNIKSI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UNIVERSITS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YGYAKARTA 2016.</p>	<p>Berdasarkan hasil pembahasan mengenai personal branding Saptuari Sugiharto melalui akun Twitter pribadi @Saptuari periode Agustus 2015 bisa ditarik kesimpulan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saptuari Sugiharto membentuk personal branding melalui Twitter dengan fitur-fitur yang terdapat didalamnya. 2. Ada delapan konsep yang digunakan Saptuari Sugiharto dalam pembentukan personal brandingnya melalui Twitter: <ol style="list-style-type: none"> a. Spesialisasi. b. Kepemimpinan. c. Kepribadian. d. Perbedaan. e. Terlihat. f. Kesatuan. g. Keteguhan. h. Nama baik.

2.4 Kerangka Pikir



Musik *grunge* pada band nirvana nantinya akan dibedah menggunakan *personal branding*, guna mengetahui *personal branding* para penggemar musik *grunge* band Nirvana yang berada di kota Salatiga.