



ANALISIS PERSONAL BRANDING ADRIAN PUTRA MELALUI INSTAGRAM

Apriliyanti

Politeknik LP3I Bandung, Indonesia

Apriliyanti.mrs@gmail.com

Abstrak:

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat, membuat banyak media baru bermunculan salah satunya media sosial Instagram. Munculnya mata pencaharian baru dari media sosial instagram banyak dimanfaatkan oleh manusia untuk membuat personal branding di media sosial mereka supaya dilirik oleh brand, lembaga, maupun individu untuk berkolaborasi. Personal branding merupakan suatu proses dari setiap individu untuk menampilkan citra dirinya kepada orang lain yang bertujuan untuk mengenalkan atau mempromosikan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis personal branding Adrian Putra melalui Instagram. Adapun pengumpulan data yang dilakukan peneliti diantaranya, metode kepustakaan dengan mencari informasi dari perpustakaan terkait dengan penelitian, metode lapangan seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Penulis memperoleh kesimpulan bahwa personal branding yang dilakukan Adrian Putra di Media Sosial Instagram berjalan dengan cukup baik.

Kata Kunci: Teknologi komunikasi, Personal branding, Instagram

Abstract:

The increasingly rapid development of communication and information technology has resulted in many new media emerging, one of which is Instagram social media. The emergence of new livelihoods from the social media Instagram is widely used by people to create personal branding on their social media so that brands, institutions and individuals will look at them for collaboration. Personal branding is a process for every individual to present their own image to other people with the aim of introducing or promoting themselves. This research aims to determine Adrian Putra's personal branding analysis via Instagram. The data collection carried out by researchers includes library methods by searching for information from the library related to research, field methods such as observation, interviews and documentation. The author concluded that the personal branding carried out by Adrian Putra on Instagram Social Media went quite well.

Keywords: *Keywords Communication technology, Personal branding, Instagram*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan era globalisasi yang menuntut kecepatan arus informasi. Kebutuhan akan informasi sudah menjadi kebutuhan utama dalam masyarakat setelah kebutuhan primer. Salah satu media baru yang muncul di Indonesia adalah internet. Diawal kemunculannya internet sangat cepat diterima oleh masyarakat, terbukti dengan pengguna media internet di Indonesia merupakan pengguna terbesar di dunia. Kemudahan informasi yang diberikan menjadikan internet sebagai media primadona di masyarakat. Internet memberikan kontribusi yang penting bagi masyarakat dengan segala manfaat yang ditawarkannya, seperti penghematan ruang waktu bahkan biaya dalam proses penunjang komunikasi.

Salah satu manfaat dari hadirnya internet adalah lahirnya berbagai macam sosial media yang mana bisa digunakan sebagai alat komunikasi dan juga alat untuk eksistensi diri melalui personal branding. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah instagram. Dalam era digital saat ini, media sosial seperti Instagram telah menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun dan mengelola personal branding. Melalui Instagram, seseorang dapat menunjukkan minat, bakat, pengetahuan, dan kepribadian mereka.

Instagram merupakan media sosial yang dapat mengunggah foto, membuat feeds, mengunggah Instastory, menggunakan filter pada foto, dan juga terdapat like dan followers yang dapat mempengaruhi presentasi diri. Dengan adanya fitur-fitur yang dimiliki Instagram tersebut, maka dengan Instagram seseorang dapat melakukan personal branding. Membentuk Personal Branding dapat dijadikan sebagai cara untuk meningkatkan nilai jual seseorang. Personal Branding merupakan proses pembawaan keahlian, kepribadian, dan karakter seseorang dengan keunikan yang dimiliki untuk kemudian menjadi sebuah identitas. Personal branding melalui instagram merujuk pada upaya seseorang untuk membangun citra dan reputasi mereka sendiri di mata orang lain.

Personal branding merupakan fenomena yang unik. Jika kita lihat dari praktik hidup sehari-hari, disadari atau tidak, sebenarnya setiap orang bisa mempunyai merek sendiri, jadi bukan hanya produk atau perusahaan saja yang bisa memiliki merek. Sementara branding tidak merujuk langsung ke sebuah nama, ketika bicara tentang personal branding, nama kita adalah merek yang kita bawa. Dalam personal branding, seseorang akan membentuk citra

tersendiri dengan menampilkan berbagai content pada akun media sosialnya. Setiap orang berlomba-lomba untuk membangun personal branding-nya sesuai dengan bidang keahlian dan ketertarikan yang dimiliki (AGUSTIAN, 2022). Tak terkecuali dengan apa yang dilakukan oleh dr. Adrian mengenai personal brandingnya. dr. Adrian Putra yang banyak orang kenal dengan sebutan “dokter gaul” merupakan seorang dokter umum yang kerap membuat content tentang kesehatan di akun media sosialnya. Selain itu dr. Adrian juga menggunakan instagram untuk mengedukasi masyarakat seputar kesehatan. Menariknya lagi, dr. Adrian selalu membuat content yang lucu dan menghibur.

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan dan observasi langsung terhadap presentasi kelas yang dilakukan oleh berbagai presenter. Studi kepustakaan dilakukan peneliti dengan mengeksplorasi jurnal, buku dan informasi lain yang relevan dengan penelitian yang diperoleh dari Google Scholar. Sementara itu, pada observasi peneliti mengamati dan merekam berbagai aspek personal branding yang digunakan oleh dr. Adrian untuk menarik perhatian masyarakat dan membranding dirinya sebagai dokter gaul. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis melalui tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Personal branding tidak hanya dimiliki oleh figur publik, selebritis atau orang terkenal lainnya. Setiap orang pada dasarnya sudah memiliki dan bisa membangun *personal branding*. Siapapun yang membangun karir dalam bidang profesi, industri atau keahlian kita masing-masing, *personal branding* sudah tumbuh seperti mutiara dalam tiram, dibangun dalam lapisan perilaku, perawatan orang lain, hasil pekerjaan, dan hal-hal yang sering dikatakan. *Personal branding* adalah segala sesuatu yang ada pada diri yang menjual dan membedakan, seperti pesan, pembawaan diri dan taktik pemasaran.

Personal branding dr. Adrian di Instagram merupakan representasi diri dr. Adrian sebagai seorang profesional di bidang Kesehatan yang mampu mengedukasi masyarakat dengan content yang lucu dan kreatif. dr. Adrian juga berusaha untuk menggambarkan nilai-nilai, kepribadian, dan keahliannya melalui konten-konten yang relevan dan bermanfaat bagi pengikutnya.

Berdasarkan teori yang dikatakan (McNally & Speak, 2010) bahwa *personal branding* yang kuat terdapat tiga ciri -- ciri yaitu khas, relevan, dan konsisten. Dalam analisis *personal branding* Adrian Putra melalui Instagram, peneliti dapat menjelaskan analisis *personal branding* yang digunakan Adrian Putra melalui Instagram untuk menaikkan citra diri, adalah sebagai berikut:

1. Khas

Mempunyai ciri khas digunakan untuk mendorong *personal brand* mengandung sesuatu yang menjadi keyakinan, nilai-nilai dan prinsip, termasuk hal yang diminati. Adrian Putra menggunakan profesinya sebagai dokter dalam melakukan *personal branding* melalui Instagram untuk menarik perhatian audiens. Adapun beberapa konten khas yang sudah Adrian Putra posting di Instagram sebagai berikut :

- a. Membuat konten yang lucu dan menghibur
dr. Adrian Putra menggunakan profesinya sebagai dokter untuk memulai *personal brandingnya* di Instagram. Sebagai seorang dokter tentunya Adrian Putra mempunyai kapasitas pengetahuan di dunia Kesehatan. Oleh karena itu topik Kesehatan sering kali digunakan sebagai bahan membuat konten yang bisa mengedukasi masyarakat. Salah satu konten yang menarik adalah ketika adrian putra berperan sebagai seorang pasien wanita yang hendak bertanya tentang gejala penyakit yang dirasakannya. Dalam video berdurasi kurang lebih satu menit menggambarkan seorang pasien wanita (yang diperankan oleh adrian Putra) yang sedang bertanya kepada dokter (yang diperankan juga oleh Adrian) mengenai penyakit yang didieritanya. Dengan gaya yang khas dan kocak Adrian berusaha menjelaskan kemungkinan penyakit yang diderita pasien.
- b. Sebutan “dokter gaul”
Dokter gaul adalah sebutan yang dibuat oleh Darian Putra untuk memudahkan para follower dalam mengingatnya. "Karena orang mudah mengingat sesuatu yang memiliki ciri khas yang unik dan menarik, oleh karena itu saya memilih sebutan dokter gaul supaya mudah diingat" ucap Adrian Putra saat di wawancara.

2. Relevan

Relevan, artinya *personal brand* yang kuat tidak hanya khas melainkan harus memiliki hubungan yang dianggap penting bagi audiens. Profesi dokter yang dimiliki oleh Adrian sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat, dimana banyak sekali masyarakat yang membutuhkan informasi kesehatan secara mudah dan gratis. Dalam beberapa konten instagram yang dibuat Adrian banyak sekali ilmu kesehatan yang bisa diambil khususnya oleh para followernya yang sebagian besar adalah kaum Hawa. Pembawaan Adrian yang gaul dan humble membuat pesan yang disampaikan bisa diterima secara efektif oleh masyarakat.

3. Konsisten

Konsisten, artinya hal-hal yang khas dan relevan tadi dilakukan secara berulang atau direpetisi. Hal ini dikarenakan orang baru akan percaya pada suatu hubungan berdasarkan pada konsistensi perilaku yang mereka alami atau amati. *Personal branding* yang dibangun oleh Adrian Putradi Instagram, kunci yang paling utama adalah konsisten karena konsistensi merupakan suatu kunci dalam membangun *personal branding* di Instagram.

a) Waktu posting

Waktu posting konten yang ditargetkan oleh Adrian Putra adalah minimal dua hari satu konten foto maupun video untuk Instagram agar para pengikutnya bisa menikmati konten yang terbaru secara teratur di jam yang sama yaitu pukul 12:00

WIB, namun terkadang ada juga konten yang diposting tidak sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan karena lupa.

Bukan hal yang mudah bagi Adrian Putra untuk konsisten dalam jadwal posting konten. Karena kesibukannya sebagai profesi dokter, Adrian Putra memiliki waktu yang sedikit untuk membuat konten.

b) Isi Konten

Adrian Putra dalam akun instagramnya @doktergaulandraw konsisten memposting konten informasi kesehatan yang berguna bagi masyarakat. Menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diterima melalui direct message atau yang berasal dari kolom komentar.

Agar tidak bosan, Adrain sering membuat konten yang menghibur dan lucu. Tak segan-segan adrian berperan sebagai ibu hamil dan dokter secara bergantian. Konten yang kreatif dipercaya dapat membuat masyarakat lebih paham dengan apa yang sedang disampaikan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Personal Branding Adrian Putra Melalui Instagram dengan menggunakan teori McNally & Speak (2010), dapat disimpulkan bahwa personal branding Adrian di Instagram mencerminkan dirinya sebagai seorang profesional yang trendi di bidang kesehatan. Dengan julukan "dokter kasep," Adrian konsisten membagikan konten terkait kesehatan di akun Instagram-nya @doktergaulgaulandraws, yang mendapatkan respons positif berupa penonton, suka, komentar, bagikan, dan pesan. Gelar "dokter gaul" menjadi ciri khas yang melekat pada diri Adrian, sehingga banyak orang lebih mengenalnya dengan sebutan tersebut daripada nama aslinya, yaitu dr. Adrian.

Daptar Pustaka

- Ashari, R. G. (2020). Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pada Usaha Kuliner Berbasis Kopi (Studi Pada CV. Brewok Group). Universitas Muhammadiyah Malang, 3(5), 28.
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15-30. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.1.631>
- Puspitarini, D.S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding* (F. Husaini (ed.); 1st ed.). Quadrant. https://www.google.co.id/books/edition/The_Master_Book_of_Personal_Branding/Sh7zDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=tujuan+personal+branding&printsec=frontcover

- Saputra, D., & Saifuddin, A. (2022). Analisis Semiotika Pada Film (Sriyanti (ed.); Cetakan 1). CV. haura Utama.
https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Semiotika_pada_Film/4GumEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+analisis&pg=PA5&printsec=frontcover
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). Jurnal Komunikasi, 8(2), 30-38.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/2654>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). Scriptura, 11(1), 41-52.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>