

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Prokopim atau yang disebut juga sebagai protokol dan komunikasi pimpinan adalah sebuah bagian dari sekretariat daerah kabupaten Cirebon yang bertanggung jawab dalam membantu komunikasi pimpinan kepada masyarakat yang ada diwilayah tersebut. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan mempunyai tugas pokok melaksanakan penyiapan pelaksanaan kebijakan, pengoordinasian pelaksanaan tugas perangkat daerah, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah di bidang protokol, komunikasi pimpinan, dan dokumentasi.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Terwujudnya kabupaten Cirebon, berbudaya, sejahtera, agamis, maju dan aman.

Misi

1. Kabupaten Cirebon BERBUDAYA

Mewujudkan masyarakat kabupaten Cirebon yang menjunjung dan melestarikan budaya, tradisi dan adat.

2. Kabupaten Cirebon SEJAHTERA

Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan, kesehatan dan ekonomi.

3. Kabupaten Cirebon AGAMIS

Meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat kabupaten Cirebon yang senantiasa menerapkan nilai agama, budi pekerti, santun dan beretika.

4. Kabupaten Cirebon MAJU

Meningkatkan produktivitas masyarakat untuk lebih maju dan unggul sehingga menambahkan daya saing di pasar internasional dan regional yang didukung peningkatan kapasitas aparatur pemerintah daerah.

5. Kabupaten Cirebon AMAN

Memelihara keamanan dan ketertiban umum untuk mewujudkan kondusifitas daerah guna mendukung terciptanya stabilitas nasional.

1.1.3 Logo dan Makna Logo

- Logo



Gambar 1. 1 Logo

- Makna Logo

1. Perisai

Sebagai pelindung, menggambarkan keadaan yang selalu aman, damai, dan sejahtera, sebagaimana ungkapan Selamat Waluya Rahayu Jati.

2. Bintang

Melambangkan keluhuran cita-cita. Jumlah sembilan bintang melambangkan Walisanga atau sembilan orang suci. Bintang itu sendiri memiliki 5 sudut, sehingga jika dikalikan dengan jumlah bintang ada sembilan, maka menjadi 45 yang menggambarkan tahun kemerdekaan Republik Indonesia. Sedangkan warna bintang merah dengan garis putih melambangkan jiwa moral yang disertai keberanian.

3. Beras

Melambangkan kesuburan di bidang pangan. Kemudian 17 butir beras melambangkan tanggal kemerdekaan Republik Indonesia. Sedangkan warna kuning pada nasi melambangkan jiwa moral.

4. Kapas

Melambangkan kemakmuran di bidang sandang. Sementara delapan buah kapas melambangkan bulan kemerdekaan Republik Indonesia. Kemudian warna putih kapas melambangkan jiwa suci, berperilaku adil dan jujur.

5. Gunung

Melambangkan keagungan, kebesaran dan keluhuran. Warna biru muda pada Gunung melambangkan jiwa dan berpandangan luas.

6. Golok Cabang

Melambangkan kemampuan dan keteguhan semangat untuk mendobrak kebatilan dan kezaliman. Warna hitam dengan pamor kuning melambangkan keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta kesusilaan.

7. Gapura yang tegak

Kokoh dan terbuka bersusun 5 sap berwarna merah bata, dengan garis-garis putih terletak di antara gunung dan laut melambangkan daerah sebagai pusat penyebaran agama Islam dengan 5 rukun Islam-nya. Serta melambangkan daerah yang subur makmur gemah ripah loh jinawi ciri khas masyarakat yang berbudaya tinggi, berjiwa gotong-royong dan kokoh menghadapi tantangan dan rintangan. Kemudian, Gapura yang ada pada lambang daerah Kabupaten Cirebon itu juga menggambarkan kepribadian masyarakat daerah yang terbuka, ramah, serta penuh toleransi.

8. Laut berwarna biru

Melambangkan kelapangan dada, berperasaan halus, rendah hati dan berjiwa besar. 5 buah gelombang melambangkan dinamika semangat masyarakat dalam rangka mengamankan dan mengamalkan Pancasila.

9. Pita kuning dengan tulisan Rame Ing Gawe Suci Ing Pamrih

Sebagai motto seorang ksatria yang bekerja keras dengan harapan suci. Warna dasar kuning di balik coklat berarti keluhuran dan semangat moral yang disertai dengan keberanian. Warna tulisan hitam melambangkan keteguhan Iman.

1.2 Latar Belakang

Personal branding adalah sebuah proses membangun serta mempromosikan citra diri seseorang atau merek pribadi dengan cara membuat pembeda dengan yang lain dan menciptakan nilai. Tujuan dari *personal branding* ialah untuk menciptakan citra positif serta kuat tentang diri sendiri yang dapat membantu mencapai kepercayaan serta kesuksesan dalam karir (Setyawati, 2021). Dalam membangun *personal branding*, dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi seperti halnya dengan menggunakan media sosial sebagai *platform* untuk membangun *personal branding*. Media sosial adalah

sebuah media *online* yang dapat memudahkan penggunaannya dalam berinteraksi, berbagi dan membuat konten dengan menggunakan *platform* seperti *blog*, *wiki* dan forum. Media sosial menggunakan teknologi yang membuat para pengguna dapat berinteraksi sosial dan menyebarkan informasi secara cepat dan tak terbatas. Perkembangan media sosial terus berlanjut dari tahun ke tahun. Pada tahun 2002, *Friendster* adalah situs jejaring sosial yang mendominasi. Lalu banyak bermunculan media sosial lainnya sampai pada akhirnya pada tahun 2004, *facebook* lahir dan menjadi situs jejaring sosial yang terbesar hingga saat ini. Sejak itu pun *platform* lain mulai banyak bermunculan, seperti halnya *Instagram* (Istiani & Islamy, 2020).

Media sosial bukan lagi hanya sebatas media komunikasi dan interaksi, tetapi juga dapat mendatangkan suatu hal yang baru yaitu sebagai wadah dalam melakukan *personal branding*. Salah satu media sosial yang sering digunakan dalam membangun *personal branding* adalah Instagram. Bunda ayu tjiptaningsih selaku wakil bupati Cirebon dalam akun instagram nya yaitu @bundaayutjiptaningsih memanfaatkan fitur pada *Instagram* untuk membangun *personal branding* dirinya sebagai wakil masyarakat kabupaten cirebon. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana beliau membangun citranya dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai medianya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktif yang bertujuan untuk menafsirkan informasi yang dimiliki oleh informan tentang suatu fenomena *personal branding* yang dilakukan oleh bunda ayu tjiptaningsih selaku wakil bupati Cirebon. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu adalah:

- a. Bagaimana perencanaan konten dalam akun instagram @bundaayutjiptaningsih
- b. Bagaimana pengembangan konten dalam akun instagram @bundaayutjiptaningsih
- c. Bagaimana pengevaluasi konten dalam akun Instagram @bundaayutjiptaningsih

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana pengembangan konten personal branding yang terdapat dalam akun media sosial @bundaayutjiptaningsih.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi keilmuan dibidang *marketing* khususnya yang berkaitan dengan *personal branding* di media sosial terutama *Instagram*. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan dalam ilmu pengetahuan di masa depan.

B. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu masukan untuk memperbaiki dan meningkatkan *branding* yang lebih baik. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dalam hal promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial *Instagram*.

1.6 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari 2023 – Agustus 2023
2. Penelitian ini hanya mencakup bagaimana cara memanfaatkan fitur *Instagram* untuk membangun *personal branding*.
3. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif
4. Objek penelitiannya adalah *personal branding* bunda ayu sebagai wakil bupati cirebon yang dilakukan menggunakan media sosial *Instagram*.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Adapun sistematika penulisan laporan proyek akhir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai hal-hal yang terkait dengan latar belakang masalah, tujuan penulisan, masalah, batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, penulis menerangkan secara singkat mengenai sejarah perusahaan serta uraian teoritik tentang teori teori yang terkait dalam penelitian, landasan teori, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan penelitian terdahulu.

BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas hasil penelitian dan pembahasannya yang diuraikan secara rinci dan jelas.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian