

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Personal branding merupakan identitas pribadi yang dapat menimbulkan persepsi dibenak *audiens*, yaitu mengenai nilai dan kualitas yang disandangkan oleh pemilik nama tersebut. Dalam proses *branding*, citra diri dapat dibangun dengan mengunggah foto maupun video di media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, *Tiktok* dan media sosial lainnya. Citra diri merupakan bagaimana seorang individu dapat menggambarkan dirinya melalui penilaian tentang fisik dan tubuh yang dimilikinya dan juga sering dianalogikan sebagai kartu identitas diri yang diperkenalkan kepada semesta alam (Putri, 2018). Persepsi publik ini merupakan aspek penting dalam upaya membangun *personal branding*. Citra diri tentu berpengaruh besar terhadap kredibilitas seseorang. Namun untuk dapat sampai pada tahap memperoleh kepercayaan publik, memerlukan banyak strategi untuk mencapai hal tersebut.



Gambar 1.1 (Susila, *Jemparingan (Panahan tradisional Jawa Gaya Mataram) di Pendhapa Jemparingan*, 2020)

Citra diri yang dibangun melalui strategi *personal branding* juga memiliki pengaruh terhadap upaya pelestarian budaya, seperti halnya

yang dilakukan oleh Agung Susila terhadap kebudayaan *Jemparingan*. Beliau merupakan atlet panahan tradisional *Jemparingan* di daerah Yogyakarta pada 2015. Beliau juga mendirikan sebuah Pendhapa *Jemparingan* dengan konsep yang berbeda pada umumnya. Pendhapa ini dibangun dengan menerapkan suatu keunikan yaitu dengan membangun pendhapa yang memiliki konsep bergaya *indoor*, hal ini merupakan konsep baru dalam dunia panahan *Jemparingan*.

Budaya panahan *jemparingan* merupakan kebudayaan yang telah ada sejak zaman Mataram namun kebudayaan tersebut kurang populer dikalangan masyarakat. Dalam upaya Agung Susila melestarikan kebudayaan *Jemparingan*, beliau melakukan edukasi mengenai kebudayaan tersebut. Untuk dapat menunjang tujuan tersebut, Agung Susila melakukan strategi *personal branding* melalui platform *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*. Melalui postingan tersebut, *awareness* mengenai kebudayaan *Jemparingan* meningkat, dengan ditandai meningkatnya minat masyarakat untuk datang berkunjung ke Pendhapa *Jemparingan*.



Gambar 1.2 (*Pura Pakualaman, 2021*)

Ketertarikan Agung Susila terhadap panahan *Jemparingan* sejak 2013 menjadi suatu langkah awal dalam upaya mengedukasi masyarakat mengenai kebudayaan panahan *Jemparingan*. Agung Susila melakukan pelatihan khusus

panahan serta bergabung dengan komunitas panahan *Jemparingan*. Beliau juga turut aktif mengelola media sosial sebagai upaya dalam membangun *personal branding*. Setelah bergabung sebagai atlet pada tahun 2015, Agung Susila dipercaya untuk mengedukasi masyarakat umum melalui *channel Youtube* oleh Kadipaten Puro Pakualaman. Kredibilitas Agung Susila semakin mengalami peningkatan setelah Hotel Royal Ambarukmo berkolaborasi dengan beliau untuk membuat suatu program bagi para tamu hotel, mempelajari bagaimana tahapan-tahapan apa saja dalam aktivitas panahan *Jemparingan*. Agung Susila juga dipercaya dalam program yang di fasilitasi oleh Hotel Royal Ambarukmo pada komunitas JJS (*Jemparingan Jemuah Sonten*), komunitas tersebut diikuti oleh para penggiat *Jemparingan* yang ahli di bidangnya.



Gambar 1.3 (*Susila, Panahan Jemparingan di Royal Ambarukmo, 2022*)

Pengelolaan media sosial Agung Susila sebagai upaya dalam membangun *personal branding* didasari oleh visi misi untuk mengembangkan potensi kebudayaan Panahan *Jemparingan*. Kemampuannya dalam memberikan pemahaman serta penyampaian yang baik terhadap masyarakat luas turut meningkatkan upayanya dalam membangun *personal branding*.

Atas dasar itulah, penelitian ini akan menganalisis bagaimana karakteristik Strategi *Personal Branding* Agung Susila dalam meningkatkan *Awareness* Kebudayaan Panahan Jemparingan. Melalui teori personal branding Mc Nally dan Speak dan teori Peter Montoya mengenai delapan konsep utama *personal branding* (*8 Laws Of Personal Branding*), sebagai pedoman dasar penelitian.

Peneliti menggabungkan serta mengkolaborasikan antara teori *personal branding* dengan *brand awareness*. Pada penelitian ini kebudayaan panahan *Jemparingan* menjadi suatu *brand* untuk dapat dianalisis bagaimana suatu upaya *personal branding* dapat meningkatkan *awareness*. Dengan demikian hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi penerapan teori *personal branding*, bahwa strategi *personal branding* tidak hanya memiliki dampak yang baik bagi citra diri namun juga memiliki dampak bagi aspek tertentu bila diterapkan dengan tujuan yang bermanfaat.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :
"Bagaimana strategi *personal branding* Agung Susila berdasarkan teori Peter Montoya (*8 laws of personal branding*) dalam upaya meningkatkan *awareness* kebudayaan panahan *Jemparingan*?"

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dibedakan menjadi dua tujuan yaitu :

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana *personal branding* seseorang dapat berpengaruh besar dalam upaya pelestarian kebudayaan.

2. Tujuan Khusus

Tujuan Khusus dalam penelitian ini adalah untuk mencari :

- a. Untuk mengetahui apakah teori *personal branding* yang diterapkan dapat berlaku efektif dalam mencapai tujuan perluasan *awareness* kebudayaan *jemparingan*
- b. Untuk mengetahui sejauh mana peran edukasi yang dilakukan penggiat *jemparingan* dapat menjadi sebuah upaya pelestarian kebudayaan

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelestarian kebudayaan *jemparingan*. Dimana teori komunikasi mengenai *personal Branding* dapat menjadi sebuah pendekatan untuk upaya pelestarian kebudayaan serta pola komunikasi terhadap edukasi yang dilakukan. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya melalui perkembangan teori-teori baru yang berkaitan untuk penelitian sejenis.

- b. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai penerapan teori *personal branding* dengan tujuan pelestarian kebudayaan. Dimana hasil karya ini diharapkan menjadi sebuah inspirasi bagi para *Influencer* atau pemberi edukasi maupun para penggiat pelestari kebudayaan di berbagai daerah.

1.5 Sistematika BAB

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Manfaat Penelitian
- 1.5 Sistematika Bab

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Landasan Teori
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Pemikiran
- 2.4 Hipotesis Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini penulis menguraikan jenis penelitian serta metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan analisis data serta variable penelitian sesuai kebutuhan penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini penulis menguraikan hasil analisis penelitian dengan melampirkan bukti-bukti yang ditemukan dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori, konsep maupun hipotesis serta metode-metode yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini peneliti menyimpulkan penelitian yang telah di lakukan dengan menyertakan argumentasi serta agenda penelitian lanjutan yang penting dilakukan atau dikembangkan.