

Analisis Personal Branding Akun Instagram @aniesbaswedan Melalui Media Sosial Instagram

Oleh:

Muhammad Khafid Al Furqon

Dosen Pembimbing: Dr. Poppy Ferbiana, S.sos. M. Med. Kom

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

12 SEPTEMBER 2025



Latar Belakang

1. Media social membentuk citra dan identitas public.

- Dalam era modern, media sosial menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat. Melalui konten yang diproduksi dan dibagikan, individu maupun tokoh publik dapat mengelola persepsi, membangun citra, serta memperkuat identitas diri. Transformasi ini juga mengubah strategi komunikasi politik, karena pesan tidak lagi bergantung pada media konvensional, melainkan dapat disampaikan langsung kepada publik secara lebih strategis.

2. Instagram populer – 90 juta + pengguna Indonesia.

- Dengan lebih dari 90 juta pengguna pada 2024 (31,6% populasi), Indonesia menempati peringkat keempat terbanyak di dunia. Sebagai platform berbasis visual, Instagram tidak hanya menjadi ruang komunikasi personal, tetapi juga sarana efektif untuk pemasaran, bisnis, hingga penguatan personal branding, termasuk dalam membangun citra politik dan identitas publik..

3. Tokoh politik memanfaatkan media social untuk membentuk citra.

- Kemajuan Perkembangan teknologi informasi mengubah pola komunikasi politik. Media sosial memungkinkan tokoh publik menyampaikan pesan langsung, membangun kedekatan emosional, dan memperkuat citra politik secara lebih personal dibandingkan media konvensional.

4. Personal Branding penting bagi tokoh politik

- Di era digital, personal branding menjadi strategi kunci bagi tokoh publik. Lebih dari sekadar bagaimana ingin dikenal, personal branding membentuk persepsi positif melalui karakter unik dan narasi khas. Dalam politik, hal ini mempermudah tokoh memperoleh simpati dan dukungan publik.

5. Anies Baswedan gunakan Media social Instagram untuk membentuk Personal Branding.

- Melalui Instagram, Anies menampilkan konten seputar pendidikan, kebhinnekaan, dan kepemimpinan yang dekat dengan masyarakat. Strategi ini diperkuat dengan program seperti “Desak Anies” serta rekam jejak akademisnya, sehingga membangun citra positif sebagai pendidik dan pemimpin yang mendapat simpati terutama dari kalangan muda dan intelektual.

Rumusan Masalah & Tujuan Penelitian

Rumusan Masalah

- Bagaimana Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan memperbarui identitas branding-nya dari seorang kandidat presiden menjadi figur politik yang tetap relevan pasca elektoral?

Tujuan Penelitian

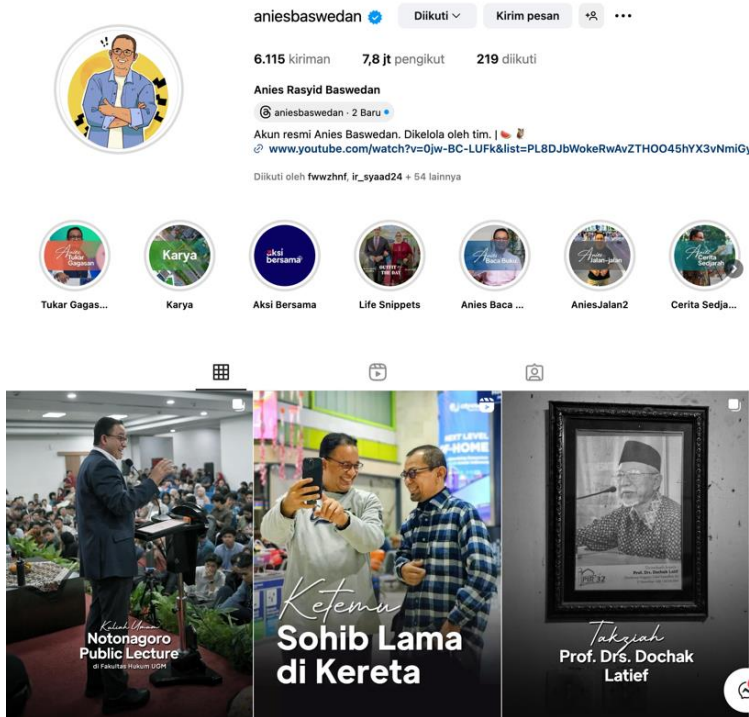
- Menganalisis personal branding Anies Baswedan di Instagram @aniesbaswedan.
- Mengamati bagaimana konten & interaksi membentuk citra politik pasca Pilpres 2024.
- Mengkaji penerapan teori Eight Laws of Personal Branding dalam konteks komunikasi politik digital.

METODE PENELITIAN

- **PENDEKATAN : KUALITATIF** – Mengamati fenomena secara langsung dan mendeskripsikan perilaku, persepsi, dan makna social.
- **METODE : NETNOGRAFI** – Adaptasi dari Etnografi untuk memahami interaksi social di dunia digital.
- **OBJEK PENELITIAN** – Akun Instagram @aniesbaswedan
- **LANGKAH-LANGKAH PENELITIAN**
 1. Observasi partisipan dimedia social Instagram (tanpa interaksi nyata).
 2. Mendeskripsikan teori interaksi social dan menganalisis komentar netizen.
 3. Mengumpulkan data melalui internet (unggahan, caption dan komentar).
- **PERIODE PENGAMATAN** – Mulai dari tanggal 1 Mei 2025 sampai 29 Agustus 2025
- **TEKNIK PENGUMPULAN DATA** – observasi unggahan dan caption, analisis komentar, seleksi konten sesuai teori The Eight Laws of Personal Branding
- **SUMBER DATA**
 1. data primer – Konten dan interaksi akun @aniesbaswedan
 2. Data sekunder – penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel dan refrensi ilmiah
- **TEORI** – The Eight Laws of Personal Branding (Peter Montoya), Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Visibilitas, Kesatuan, Konsistensi, Nama Baik.

Hasil & Pembahasan

1. Personal branding menjadi upaya yang harus dilakukan oleh tokoh Politik.
2. Observasi pada akun Instagram @aniesbaswedan



Pada akunya, Anies memiliki 7,8 juta pengikut dan 6,115 postingan. Pada gambar tersebut menunjukkan tingginya tingkat jangkauan dan potensi interaksi dengan publik. Pada bagian highlight stories, terdapat kategori seperti *Tukar Gagasan*, *Karya*, *Aksi Bersama*, *Life Snippets*, *Anies Baca Buku*, *Anies.Jalan2* dan *Anies Sedjarah*.

HASIL & PEMBAHASAN

a. Spesialisasi (The Law of Specialization)



Anies Baswedan membangun personal branding dengan fokus pada pendidikan dan intelektualitas. Hal ini terlihat melalui unggahan yang menunjukkan dirinya sebagai akademisi yang berbagi ilmu, seperti saat menjadi pembicara di Monash University

Pada unggahan ini banyak komentar dari pengikut yang mendukung dan mendoakan keberhasilan Anies sebagai pemimpin. Beberapa komentar mencerminkan rasa bangga terhadap pencapaiannya internasionalnya, seperti:

- “Hampir banget punya presiden sekeren ini” (@denyguanwans15).
- “Saya anak Abah, dan saya bangga” (@bamsupriadi).
- “Pak, cuma mau bilang semoga Allah selalu menjaga Pak Anies” (@ayankirma).

Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa Anies dipersepsikan sebagai pemimpin visioner, intelektual, dan kredibel, dengan banyak pengikut yang memberikan apresiasi terhadap kemampuannya di kancah internasional.

HASIL & PEMBAHASAN

b. Kepemimpinan (The Law of Leadership)



Personal branding Anies menonjolkan citra sebagai pemimpin visioner, tidak hanya dalam kapasitas jabatan, tetapi juga dalam hal moralitas dan kepemimpinan yang menginspirasi.

Postingan ini menampilkan Anies berbincang dengan sahabatnya menunjukkan kedekatan emosional, dengan komentar-komentar seperti:

- “Saya berharap Anies menjadi pemimpin RI 1 dan RI 2 di masa depan” (@hytsr_bd).
- “Sikap Anies yang tidak meninggalkan sahabat dalam kesulitan mencerminkan loyalitas dan kepemimpinan yang humanis” (@sulnanaa).

Netizen melihat Anies sebagai sosok yang mengutamakan empati, loyalitas, dan memiliki visi kepemimpinan yang menginspirasi. Komentar ini memperlihatkan bahwa Anies dipandang sebagai pemimpin yang tidak hanya berbicara soal politik, tetapi juga memberikan teladan moral dan kepemimpinan yang kuat.

HASIL & PEMBAHASAN

c. Kepribadian (The Law of Personality)



Kepribadian Anies yang hangat, ramah, dan humanis terlihat jelas dari interaksinya dengan keluarga dan masyarakat, yang memperkuat citranya sebagai sosok yang dekat dengan rakyat. Pada unggahan yang menampilkan Anies bersama keluarga dan sahabat, komentar netizen menunjukkan empati dan dukungan politik, seperti:

- “ATOM: ANIES-TOM 2029” (@wajidi_azim).
- “Bismillah, RI 1 & 2 2029 aamiin” (@krisna69.mukti).
- “Kami pun ikut tersenyum bahagia” (@varitia.qfi).

Komentar-komentar ini mencerminkan pandangan bahwa Anies tidak hanya seorang politisi, tetapi juga pribadi yang ramah, rendah hati, dan sangat dekat dengan masyarakat. Interaksi ini memperlihatkan kedekatan emosional yang kuat dengan pengikutnya.

HASIL & PEMBAHASAN

d. Perbedaan (The Law of Distinctiveness)



Anies memiliki gaya komunikasi yang unik, menggunakan metafora untuk menjelaskan topik-topik kompleks seperti pajak, yang membedakannya dari tokoh lain.

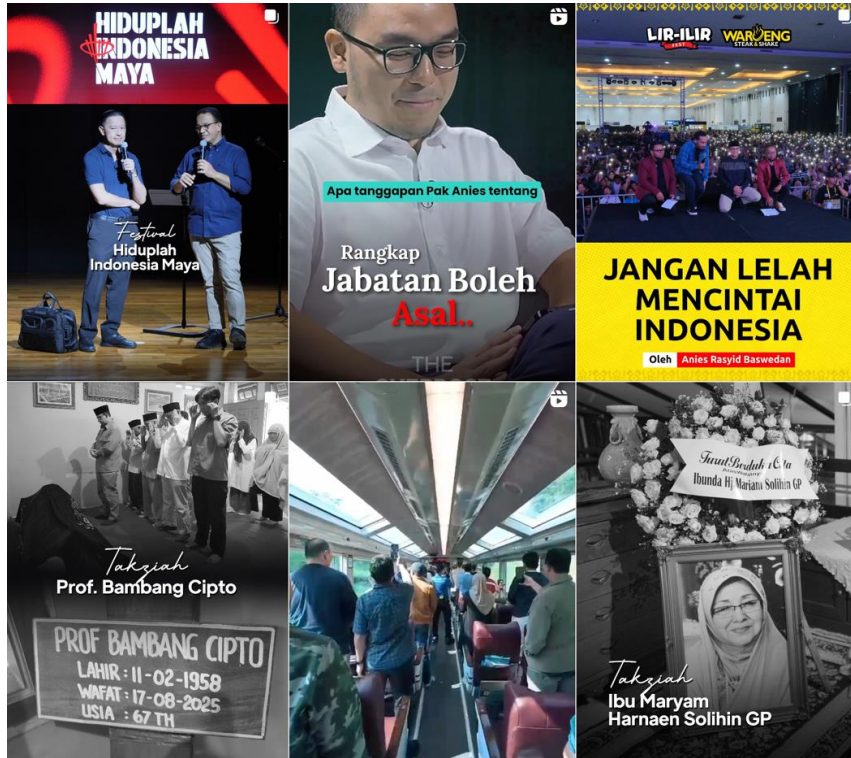
Pada unggahan Anies menggunakan retorika analogi "ikan di permukaan lebih mudah tertangkap, sedangkan ikan di dasar sering lolos tanpa tersentuh pancing" untuk menggambarkan sistem pajak. Komentar-komentar yang muncul termasuk:

- “Anies selalu memberi penjelasan yang jelas dan mudah dipahami” (@raazharita).
- “Saya menyesal Anies tidak terpilih presiden, pemikirannya selalu cemerlang” (@abah.naura_teman.makan).

Komentar ini menunjukkan bagaimana Anies dipandang sebagai sosok dengan ide brilian dan perspektif yang mendalam, menggunakan gaya komunikasi yang unik dan membedakannya dari tokoh politik lainnya.

HASIL & PEMBAHASAN

e. Visibilitas (The Law of Visibillity)



Anies konsisten memanfaatkan Instagram untuk menampilkan berbagai aktivitas, dari kuliah umum hingga interaksi dengan masyarakat, menjaga visibilitas tinggi di media sosial.

HASIL & PEMBAHASAN

f. Kesatuan (the Law of Unity)



Melalui unggahan yang menunjukkan solidaritas dalam momen duka, Anies berhasil memperkuat ikatan emosional dengan publik, menjadikannya figur yang mampu menjembatani aspirasi rakyat.

Unggahan Anies tentang tragedi yang menimpa Affan Kurniawan mendapatkan banyak komentar emosional, seperti:

•“Kami ikut bangga dan berterima kasih atas sikap bijak Anies” (@nabilrach).

•“Semoga Anies menjadi pemimpin yang berpihak pada rakyat” (@sulnanaa).

•“Saya bangga pernah mendukung Anies meski banyak yang mencibir” (@ratnagr).

Komentar ini menunjukkan bahwa netizen merasakan kedekatan emosional yang kuat dengan Anies, melihatnya sebagai pemimpin yang tidak hanya berbicara tentang politik, tetapi juga menunjukkan solidaritas dengan rakyat.

HASIL & PEMBAHASAN

g. Konsistensi (The Law of Parsistence)



Anies menunjukkan konsistensi dalam menyampaikan ide dan pesan melalui berbagai forum akademis dan sosial, memperkuat citra dirinya sebagai tokoh yang serius dan berkomitmen terhadap pendidikan.

Postingan Anies mengisi kuliah umum di Fakultas Hukum UGM mendapatkan respons positif dari mahasiswa dan netizen, seperti:

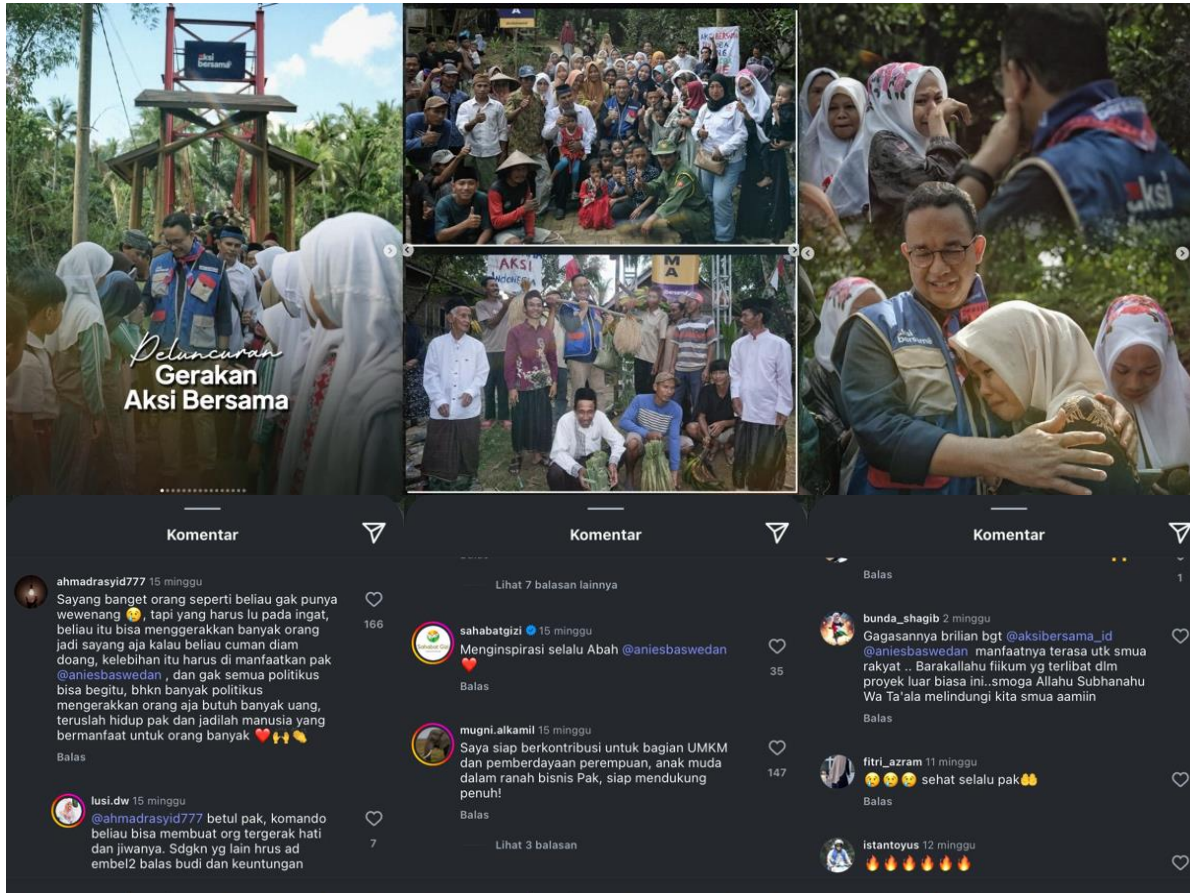
- “Indonesia masih punya masa depan, karena apa? 1.800 orang saat ini hadir padahal mereka di waktu sore bisa stay di kos atau main ke cafe, tetapi malah memilih datang dan memenuhi kapasitas ruangan yang sebenarnya hanya untuk 500 orang. Statement yang buat merinding sih” (@barik_muhammad).

- “Hampir saja kita punya presiden sekeren ini” (@hytsr_bd).

Komentar ini menunjukkan bahwa Anies dipandang sebagai sosok yang konsisten dalam membangun citra intelektual, dengan banyak pengikut yang mengapresiasi tekad dan komitmennya terhadap pendidikan.

HASIL & PEMBAHASAN

h. Nama Baik (The Law of Godwill)



Anies membangun goodwill melalui tindakan nyata, seperti kepedulian sosial dan keterlibatannya dalam menyelesaikan masalah rakyat, yang memperkuat citra positifnya di mata publik.

Pada unggahan yang menunjukkan Anies dalam kegiatan kepedulian sosial, komentar-komentar seperti:

“Anies mampu menggerakkan banyak orang meskipun tanpa kewenangan formal” (@ahmadrazyid777).

“Saya mendukung Anies dengan sepenuh hati” (@lusi.dw).

Netizen melihat Anies sebagai sosok pemimpin yang tidak hanya aktif dalam politik, tetapi juga peduli pada masyarakat, dengan tindakan nyata yang membangun goodwill di mata publik.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis The Eight Laws of Personal Branding, Anies Baswedan berhasil membangun citra dirinya melalui Instagram sebagai intelektual publik, pendidik, dan pemimpin humanis yang dekat dengan masyarakat.

Seluruh prinsip personal branding tercermin, mulai dari fokus pada pendidikan dan intelektualitas (specialization), posisi sebagai figur visioner (leadership), kepribadian hangat dan humanis (personality), gaya komunikasi khas (distinctiveness), konsistensi unggahan (visibility), solidaritas moral dengan rakyat (unity), ketekunan hadir di ruang akademik (persistence), hingga kepedulian sosial (goodwill). Namun, aspek yang paling menonjol adalah Unity dan Persistence, yang menegaskan Anies sebagai sosok yang mampu membangun solidaritas kolektif dengan rakyat sekaligus konsisten sebagai pendidik di ruang akademik. Pasca Pemilu 2024, personal branding Anies semakin kuat dipersepsikan publik sebagai pemimpin visioner, konsisten, humanis, dan pendidik di ruang digital.

