

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

PERSONAL BRANDING BRIPKA M.P. AMBARITA PADA PROGRAM THE POLICE TRANS 7 DALAM AKUN YOUTUBE TRANS 7 OFFICIAL

Ilham Diyan Kalih

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75261&lokasi=lokal>

Abstrak

Penurunan citra Polri dikarenakan narasi keterlibatan Polri dalam Pemilu 2019 membuat Divisi Humas Polri bergerak cepat dengan bekerjasama dengan media, salah satunya dengan dokumentasi media dalam kegiatan Polri. Raimas Backbone Polres Jakarta Timur merupakan salah satu satuan tugas yang kegiatannya dokumentasikan oleh Trans 7 pada program the police dan mendapatkan perhatian yang luar biasa dari masyarakat terlihat dari jumlah penonton pada youtube. Hal ini dikarenakan ada sosok Briпка Ambarita yang menjadi idola baru sebagai sosok polisi yang disukai masyarakat. Penelitian ini mengkaji bagaimana pembentukan personal branding Briпка Ambarita pada program the police Trans 7 dalam akun youtube @TRANS7 OFFICIAL.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode penelitian Analisis Isi dengan teknik dokumentasi dan wawancara mendalam. Peneliti menggunakan teori Personal Branding Peter Montoya dimana didalamnya terdapat 8 hukum yang mengatur tentang pembentukan Personal branding pada diri seseorang. Selain itu peneliti juga menggunakan teori manajemen kesan Erving Goffman yang didalamnya terdapat pengelolaan kesan terbentuk ketika individu berinteraksi dengan masyarakat.

Hasil penelitian dengan menggunakan Analisis isi didukung data dari dokumentasi dan wawancara ditemukan fakta menarik yaitu personal branding Briпка Ambarita merupakan hal yang tidak sengaja dibentuk dan semua dilakukan secara natural, situasional dan spontan. Selain itu pembentukan personal branding pada Briпка Ambarita menampilkan sosok polisi yang tegas, tidak pandang bulu, namun tetap mengedepankan pendekatan humanis dengan cara yang out of the box. Cara yang out of the box ini merupakan pembawaan langsung secara natural dan situasional oleh Briпка Ambarita itu sendiri dan dianggap lucu bagi masyarakat karena masyarakat merespon dengan sangat antusias terhadap tayangan kegiatan Raimas Backbone pada program the police dalam akun youtube @TRANS7 OFFICIAL ini. Selain itu, Branding yang dibangun sesuai dengan strategi pengelolaan kesan Goffman, yaitu menampilkan hal positif, promosi diri pemberian contoh dan strategi penampilan diri. Hal ini semakin menarik antusias dan penilaian masyarakat terhadap citra Polri.

Penelitian mendatang diharapkan mampu menggali lebih jauh terhadap branding Polri sementara secara metodologis diharapkan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif agar dapat diukur efektifitas menggunakan tingkatan grafik.