

**Personal Branding Joko Widodo di Instagram Jelang Periode Akhir Kepresidenan**

Dominika, Daniel Susilo  
Universitas Bunda Mulia  
Jalan Lodan Raya, Ancol, Jakarta, Indonesia  
l2189@lecturer.ubm.ac.id

*English Title: Joko Widodo's Personal Branding on Instagram Ahead of the Final Period of the Presidency*  
Received: 08-06-2024, Revised: 29-08-2024, Acceptance: 02-09-2024

**Abstract**

*Personal branding has become an important concept in the digital era, especially for social media users. Social media platforms like Instagram provide individuals with the opportunity to shape and control their public image. President Joko Widodo, popularly known as Jokowi, is one of the Presidents of the Republic of Indonesia who actively uses Instagram to communicate with the public. This study employs a descriptive qualitative approach aimed at providing an overview of a communication phenomenon in a scientific context. Content analysis was conducted on the Instagram account @jokowi during the last year of his presidency, which will end in October 2024. This research illustrates how Jokowi utilizes Instagram as a tool to communicate and strengthen his personal branding. The findings show that Jokowi has fulfilled 8 key concepts of personal branding proposed by Peter Montoya, with 3 particularly dominant concepts: the law of specialization, the law of distinctiveness, and the law of personality. Despite his term nearing its end, Jokowi remains consistent in building his personal brand through Instagram, emphasizing leadership values, closeness to the people, and his achievements throughout his administration.*

**Keywords:** *Personal Branding; Jokowi; Instagram; Social Media; Mass Media.*

**Abstrak**

Personal branding telah menjadi konsep penting dalam era digital, terutama bagi pengguna media sosial. Media sosial seperti instagram memberikan peluang bagi setiap individu untuk membentuk dan mengontrol citra diri mereka kepada khalayak luas. Presiden Joko Widodo atau yang lebih dikenal dengan Jokowi, merupakan salah satu Presiden Republik Indonesia yang aktif menggunakan media sosial instagram untuk berkomunikasi dengan rakyatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memberi gambaran dari sebuah fenomena komunikasi dalam konteks ilmiah. Analisis konten dilakuakn terhadap akun instagram @jokowi selama tahun terakhir masa jabatannya sebagai Presiden Republik Indonesia, yang akan berakhir pada bulan

Oktober 2024. Penelitian ini memberi gambaran bagaimana Jokowi memanfaatkan instagram sebagai alat untuk berkomunikasi dan memperkuat personal brandingnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jokowi telah memenuhi 8 konsep utama pembentukan personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Serta terdapat 3 konsep yang cukup dominan yaitu; *law of specialization*, *law of distinctiveness*, dan *law of personality*. Meski masa jabatannya akan segera berakhir, Jokowi tetap konsisten membangun personal branding lewat instagram, dengan menekankan pada nilai-nilai kepemimpinan, kedekatan dengan rakyat dan pencapaian kerja selama masa pemerintahannya.

**Kata Kunci:** Personal Branding; Jokowi; Instagram; Media Sosial; Media Massa.

## PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjelma menjadi kekuatan yang tak terelakkan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia politik. Menurut Meliala dan Nurdiansyah (2019) media sosial instagram Jokowi memiliki hubungan yang kuat dengan elektabilitas Jokowi pada saat menjelang pemilu 2019, hasil penelitian menyebutkan bahwa terpilihnya Jokowi dalam pemilihan presiden tahun 2019 ditentukan dari 56,8% dari media sosial yang dimilikinya (Meliala & Nurdiansyah, 2019). Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak lepas dari perkembangan infrastruktur dan kemudahan mendapatkan ponsel pintar atau perangkat genggam (Susilo & Putranto, 2017). Media sosial juga kerap dijadikan sebagai wadah untuk membangun personal branding, salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan adalah instagram (Riyadi et al., 2024).

Instagram adalah platform berbagi foto dan video yang awalnya ditujukan untuk hiburan pribadi, kini telah berkembang menjadi alat kampanye yang ampuh bagi para politisi dan partai politik. Aktor politik menggunakan media sosial sebagai sarana utama untuk melaksanakan komunikasi politik (Putri et al., 2022). Presiden Joko Widodo atau yang kerap disapa Jokowi, merupakan salah satu aktor politik yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi. Presiden republik Indonesia adalah kepala negara sekaligus kepala pemerintahan memiliki tugas dan wewenang menurut undang-undang dasar, oleh karena itu, kedudukan kepala negara dan kepala pemerintahan tidak perlu dibedakan apalagi dipisahkan (Susilo & Roesli, 2018).

**Tabel 1 Jenis Media Sosial Joko Widodo**

No	Jenis Media Sosial	Jumlah Pengikut
1	Instagram	58,7 juta
2	Twitter	20,9 juta
3	Youtube	3,29 juta
4	Facebook	11 juta

(Sumber: Data olahan penulis pada Juni, 2024)

Dari 4 jenis media sosial yang dimiliki oleh Jokowi, media sosial instagram merupakan media sosial dengan jumlah pengikut lebih tinggi dari media sosial lainnya (perhatikan tabel 1). Dengan total pengikut instagram sebanyak 58,7 juta (per Juni, 2024), Jokowi merupakan presiden Indonesia dengan jumlah pengikut media sosial terbanyak. Sebagai salah satu media sosial dengan peningkatan jumlah pengguna setiap hari, instagram dianggap memiliki pengaruhnya terhadap penggunaannya (Michelle & Susilo, 2021).

Tiap elit politik yang memiliki media sosial dapat secara bebas mengunggah teks, foto, maupun video yang dianggap dapat meningkatkan dan atau mempertahankan citra mereka (Fadiyah & Simorangkir, 2021). Diketahui dalam melalui akun instagram @jokowi, Jokowi kerap mengunggah berbagai foto dan video yang berkaitan dengan kegiatannya, baik itu dalam konteks pribadi, keluarga, kunjungan kerja hingga pencapaian yang ia dapatkan selama menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia. Instagram Jokowi memiliki hubungan yang kuat dengan elektabilitas Jokowi pada saat menjelang pemilu 2019, terpilihnya Jokowi dalam pemilihan presiden 2019 ditentukan dari 56,8% dari media sosial yang dimilikinya (Meliala & Nurdiansyah, 2019).

Selain itu penggunaan instagram juga memiliki pengaruh positif terhadap pembentukan personal branding Jokowi pada kalangan pemilih pemula pada Pemilu 2019 (Ma'aruf & Putra, 2019). Branding pada media sosial instagram merupakan sebuah upaya untuk menyajikan informasi, pesan dan kesan melalui aktivitas yang sedang dilakukan (Mujiyanto et al., 2021). Personal branding yang ditampilkan dalam media sosial instagram dibentuk berdasarkan beberapa dimensi; yaitu gaya komunikasi, caption, kemampuan khusus atau kompetensi di bidang tertentu yang dikuasai oleh pemilik akun (Mujiyanto et al., 2021). Personal Branding dalam era digital dinilai sangat penting karena dapat membangun reputasi, kepercayaan, keunikan dan keahlian di mata publik (Yusep Maulana., 2024). Personal branding Jokowi, yang melekat di kalangan Pemilih Pemula pada Pemilu 2019 adalah sebagai sosok yang memiliki pengalaman dalam menjalankan roda pemerintahan, membuat kebijakan untuk kepentingan umum, kepribadian yang merakyat dan sederhana, dan tetap berperilaku apa adanya di luar jabatannya sebagai seorang presiden (Ma'aruf & Putra, 2019).

Pendekatan informal dan rendah hati yang dilakukan oleh Jokowi membuatnya mendapatkan tempat khusus di hati para pemilih muda, yang sering kali mencari figur pemimpin yang dapat dipercaya. Fungsi personal branding adalah sebagai usaha untuk memberikan perhatian seseorang lain atas kemampuan, keunikan, spesialisasi, dan citra diri berbeda yang dimiliki, bahkan lebih unggul dibandingkan orang lain (Tamimy et al., 2017). Artinya pada saat menjelang Pemilu 2019, Jokowi berhasil membangun personal branding dalam akun instagram @jokowi melalui berbagai konten yang diunggahnya.

Peter Montoya (2002), menjelaskan terdapat (8) delapan konsep utama yang menjadi acuan dalam membangun personal branding, yaitu; Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Visibilitas, Kesatuan, Keteguhan dan Nama Baik (Raharjo, 2019). Spesialisasi, mencerminkan fokus, kekuatan, konsentrasi dan keahlian seseorang dalam sebuah bidang. Kepemimpinan, berbicara mengenai kemampuan dalam memimpin, mempengaruhi, membuat keputusan memberi arahan dan mampu menginspirasi. Kepribadian, mencakup

sifat unik dan karakteristik yang ditampilkan yang dapat membedakan seseorang dari orang lainnya.

Konsep Perbedaan, menampilkan sesuatu yang berbeda dan menonjol dibandingkan orang lain, yang dapat menarik perhatian lebih kuat. Visibilitas, adalah kemudahan untuk dilihat dan diakses oleh masyarakat luas, sehingga dapat meningkatkan pengaruh kepada target. Kesatuan, berkaitan dengan elemen dari personal branding harus selaras dan berkaitan satu sama lain. Keteguhan, menekankan pada pentingnya konsistensi dalam membangun dan memelihara personal branding yang di sampaikan. Terakhir Nama Baik, ini mencakup reputasi dan hubungan baik yang dibangun dengan audiens

Membangun personal branding adalah jalan yang melibatkan pemahaman diri, penetapan tujuan, konsistensi, pembangunan hubungan, dan penerapan berbagai teknik komunikasi (Sanusi & Asbari, 2024). Mendekati akhir dari masa jabatannya sebagai presiden, Jokowi tetap konsisten membangun personal branding dalam akun instagram @jokowi. Penelitian ini memberikan perspektif baru dalam memahami konsistensi personal branding Joko Widodo melalui media sosial Instagram di akhir masa jabatannya sebagai Presiden. Meskipun banyak penelitian telah membahas personal branding secara umum, penelitian ini berfokus secara spesifik pada bagaimana seorang pemimpin negara, seperti Jokowi, tetap mempertahankan dan bahkan memperkuat citra pribadinya di tengah transisi menuju akhir kepemimpinan. Dengan menggunakan 8 konsep personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan paradigma interpretif. Paradigma interpretif memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik, tidak terpisah-pisah satu dengan lainnya, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan antar gejala bersifat timbal balik (*reciprocal*), bukan kausalitas (Rahardjo, 2018). Menurut Samatan (2008), paradigma adalah cara pandang dalam memahami kompleksitas dunia nyata, paradigma tertanam dalam dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya, yang bersifat normatif dan menunjukkan kepada para praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu untuk membuat perluasan panjang atau pertimbangan epistemologis (Samatan et al., 2024)).

Objek peneliti dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari akun instagram @jokowi yang diunggah dalam rentang waktu tahun 2023. Pemilihan objek penelitian ini dipilih berdasarkan dari 8 konsep personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Objek penelitian kemudian diobservasi dan didokumentasikan, kemudian dipisah berdasarkan kategori dan membuat kode-kode untuk mendeskripsikan informasi yang diperoleh. Untuk teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik observasi dan dokumentasi (Anggito & Setiawan J, 2018). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, untuk pengumpulan data primer dilakukan dengan cara mengunduh dan mengamati konten foto dan video dalam akun instagram @jokowi pada tahun 2023, yaitu 1 tahun menjelang berakhirnya masa jabatan sebagai presiden Republik Indonesia ke-7. Selain itu, data sekunder didapatkan dengan cara mencari mengumpulkan dan membaca referensi yang berkaitan

dengan permasalahan penelitian seperti informasi dari penelitian terdahulu, portal berita online, artikel, buku, jurnal dan literatur tambahan lainnya. Analisis data adalah proses penting untuk menginterpretasikan pengumpulan data menjadi data yang bermakna untuk menjawab pertanyaan penelitian (Jogiyanto, 2018). Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mencari serta mengumpulkan beberapa informasi melalui beberapa metode pengumpulan data, seperti observasi, dokumentasi, dan metode lainnya. Setelah data terkumpul selanjutnya akan dipisah menurut 8 konsep Personal Branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Data yang terkumpul akan dilakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **TEMUAN HASIL DAN DISKUSI**

Joko Widodo telah menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia sejak tahun 2014 dan dikenal sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat, serta menggunakan pendekatan yang sederhana dalam berkomunikasi dengan rakyatnya. Sebagai orang nomor satu di Indonesia, Jokowi memiliki peluang besar untuk melakukan personal branding dalam akun media sosialnya. Konten merupakan hal esensial dan termasuk sebagai elemen penting dalam membangun personal brand seseorang (Raharjo, 2019). Jokowi memanfaatkan media sosial instagram untuk membangun personal branding dan telah menunjukkan kemampuannya melalui berbagai unggahan yang menyoroti kegiatan interaksi dirinya bersama masyarakat, pencapaian kerja, dan momen-momen pribadi yang menampilkan nilai-nilai keluarganya.

Dengan personal branding seseorang dapat menciptakan citra diri yang kuat, meningkatkan kemungkinan untuk sukses dalam berbagai aspek kehidupan, dan membawa dampak positif dalam industri atau komunitas tempat individu tersebut berpartisipasi (Sanusi & Asbari, 2024). Berikut ini analisis konten dalam instagram @jokowi berdasarkan 8 konsep membentuk personal branding menurut Peter Montoya.

### **Personal Branding Jokowi**

#### **1. Spesialisasi (The law of specialization)**

Sejak awal masa jabatannya pada tahun 2014, Jokowi telah menetapkan pembangunan infrastruktur sebagai prioritas utama dalam masa pemerintahannya. Program pembangunan infrastruktur ini termasuk dalam kategori pembangunan besar seperti; pembangunan jalan tol, jembatan, pelabuhan, bandara, rumah sakit, bendungan, dan proyek transportasi massal. Kemajuan Indonesia pada bidang Infrastruktur dalam era kepemimpinan Jokowi memiliki bukti nyata, melalui banyaknya bangunan yang dibangun, seperti Trans Papua, yang pada saat era kepemimpinan era sebelumnya jauh tertinggal dan tidak pernah mendapat perhatian dari pemerintah pusat (Wijaya, 2021).



**Gambar 1 Jokowi Kunjungan Kerja ke PT Amman Mineral**  
(Sumber: Instagram @jokowi, 20Juni, 2023)

Gambar 1 menunjukkan kegiatan Jokowi dalam meninjau langsung kemajuan dari pembangunan smelter PT Amman Mineral Nusa Tenggara (AMNT), yang berada di Kabupaten Sumbawa Barat, NTB. Foto ini menuai komentar pro dan kontra, beberapa komentar positif yang diberikan oleh pengikut instagram @jokowi antara lain;

*"Ini perlu usaha yang sungguh sungguh untuk memberikan nilai tambah untuk semua potensi yang ada di Indonesia"* tulis akun @erwandi\_oktavian.

*"Terima kasih pak Jokowi, satu lagi pembangunan Smelter PT AMNT untuk menuju Indonesia sebagai Negara Industri karena salah satu penghasil Sumber Daya Alam terbesar di Dunia yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh rakyat Indonesia menuju Kemakmuran"* tulis akun @andreasnanang.

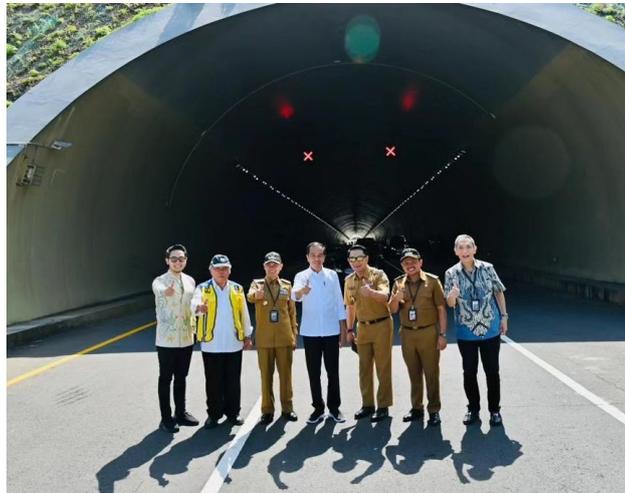
Terdapat juga komentar yang berharap presiden berikutnya adalah sosok yang mirip dengan Jokowi (perhatikan gambar 2).



**Gambar 2 Komentar pengikut instagram pada postingan 20 Juni 2023**  
(Sumber: Komentar dalam Instagram @jokowi, 20Juni, 2023)

Gambar 3 terlihat sosok Jokowi berdiri di depan sebuah trowongan bersama dengan beberapa pejabat lainnya. Ini merupakan kegiatan peresmian Jalan Tol Cileunyi-Sumedang-Dawuan (Cisumdawu) di

Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat. Jalan tol ini akan menghubungkan Kota Bandung dari Jalan Tol Cipularang ke Jalan Tol Cipali yang dapat mempermudah konektivitas menuju Bandara Internasional Kertajati, Kabupaten Majalengka. Kegiatan ini mendapat respon positif dari pengikut instagramnya lewat kolom komentar;



**Gambar 3 Kegiatan Jokowi Peresmian jalan tol Cipularang**  
(Sumber: Instagram @jokowi, 11 Juli, 2023)

*"Terima kasih pak atas kerja kerasnya"* tulis akun @sabim\_ru

*"Semangat pak Jokowi"* tulis akun @ejagat203 yang memberikan dukungan kepada Jokowi. Dalam postingan tersebut juga terdapat komentar yang berdoa agar pemimpin berikutnya dapat melanjutkan mimpi-mimpi Jokowi dalam membangun infrastruktur di Indonesia (perhatikan gambar 4).



**Gambar 4 Komentar pengikut instagram pada postingan 11 Juni 2023**  
(Sumber: Komentar dalam Instagram @jokowi, 11 Juli, 2023)

Kegiatan-kegiatan Jokowi dalam meninjau proyek pembangunan, peresmian jalan tol, gedung, rumah sakit, bandara dan lain-lain berhasil menyita perhatian publik dan membuat sosoknya identik dengan pembangunan infrastruktur. Ini merupakan sebuah spesialisasi kemampuan yang ingin ia bangun dalam benak masyarakat melalui media sosial instagram. Tidak heran jika ia dikenal sebagai presiden yang paling sibuk membangun infrastruktur negara. Salah satu aktor politik, yaitu wakil ketua umum Partai Nasional Demokrat, Bapak Amhad Ali, menyatakan *"Terlepas*

*dari apa pun perdebatannya ya, tapi bahwa faktanya 10 tahun belum 8 tahun pemerintahan Jokowi hari ini mampu membangun sekian ribu kilometer jalan tol. Jadi ada progres kemajuan pembangunan infrastruktur yang begitu melonjak" (detik.com, 2022).*

## **2. Kepemimpinan (The law of leadership)**

Jokowi tergolong pemimpin yang mengedepankan musyawarah dalam menjalankan dan memberikan kebijakannya. Walaupun dalam beberapa kasus Jokowi terlihat lemah dan plin plan dalam mengambil sikap. Sehingga itu yang disayangkan oleh beberapa pengamat terhadap kepemimpinan Jokowi. Selain itu Jokowi termasuk pemimpin yang partisipatif yang tersirat dalam kinerja para menteri-menteri pilihan Jokowi. Dalam beberapa kondisi dan situasi nasional, Jokowi menjadi sosok yang berbeda dibanding dengan pemimpin-pemimpin Indonesia lainnya (Afitikha & Fitri, 2021).



**Gambar 5 Jokowi menghadiri perayaan 50 tahun ASEAN-Jepang**  
(Sumber: Instagram @jokowi, 19 Desember, 2023)

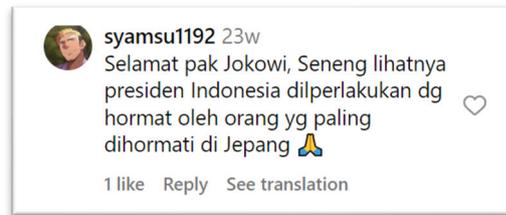
Gambar 5 menunjukkan kegiatan Jokowi dan para pemimpin negara ASEAN menghadiri jamuan minum teh oleh Kaisar Jepang Naruhito dan Permaisuri Masako di Istana Kekaisaran. Dalam kesempatan tersebut Kaisar Naruhito menyampaikan ucapan selamat atas suksesnya penyelenggaraan KTT Perayaan 50 Tahun ASEAN-Jepang dan berharap KTT akan semakin memajukan hubungan persahabatan dan kerja sama ASEAN-Jepang.

*"Sehat sehat pak, semoga perkembangan Indonesia meningkat dari segi infrastruktur bangunan, dan sinyal" ungkap akun @glooskey*

*"Presiden Jokowi sangat terhormat disegani membawa nama Indonesia harum" tulis akun @nano\_sjm*

*"Bisa nggak pak masa jabatan bapak diperpanjang lagi" cuit akun @jeeb.03, yang menulis harapannya agar Jokowi bisa terus menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia.*

Adapula komentar lain yang mengungkapkan rasa bangga terhadap sosok Jokowi sebagai seorang pemimpin negara yang dihormati oleh pemimpin negara lainnya (perhatikan gambar 6).



### **Gambar 6 Komentar pengikut instagram pada postingan 11 Juli 2023**

(Sumber: Komentar dalam Instagram @jokowi, 11 Juli, 2023)

Masyarakat menilai bahwa gaya kepemimpinan Joko Widodo ini sangat merakyat dan sederhana & Joko Widodo mempunyai ciri khas kepemimpinan untuk menarik hati dan simpati masyarakat, salah satunya berbincang-bincang secara langsung dengan rakyatnya (Harahap, 2023). Jokowi juga merupakan pemimpin yang dikenal rajin melakukan kunjungan lapangan untuk memastikan setiap programnya berjalan dengan baik dan tepat sasaran. Gambar 7, menunjukkan kegiatan Jokowi saat melakukan kunjungan ke Gudang Bulog Purwasari di Kabupaten Karawang, Jawa Barat untuk mengecek ketersediaan beras dan memastikan warga penerima bantuan telah mendapatkan bantuan beras sebanyak 10 kg bagi setiap keluarga penerima manfaat.



### **Gambar 7 Kunjungan Jokowi ke Gudang Bulog di Jawa Barat**

(Sumber: Instagram @jokowi, 14 September, 2023)

Ini menunjukkan, sebagai seorang pemimpin negara Jokowi tidak hanya sekedar membuat program, tetapi ia juga turun ke lapangan untuk memastikan program yang dijalankan sudah benar dan tepat sasaran, dengan kata lain bukan sekedar menjadi pemimpin yang berbicara melainkan pemimpin yang bertindak.

### **3. Kepribadian (The law of personality)**

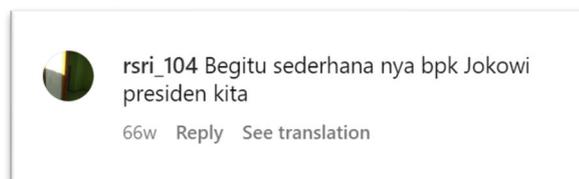
Jokowi menampilkan kepribadian yang kuat dan autentik melalui kesederhanaannya. Dengan menampilkan kehidupan sehari-hari yang sederhana dan interaksi yang dekat dengan keluarga, rekan kerja dan rakyat, Jokowi berhasil membangun kedekatan dengan audiensnya. Ini

membuat masyarakat merasa lebih dekat dan merasa bahwa pemimpinnya adalah bagian dari mereka.



**Gambar 8 Jokowi sedang makan malam di Ibu Kota Nusantara**  
(Sumber: Instagram @jokowi, 24 Februari, 2023)

Kondisi ini tercermin dalam salah satu postingan instagramnya yang menunjukkan Jokowi sedang makan malam bersama ibu Iriana Jokowi di salah satu sisi Ibu Kota Nusantara yang sedang dibangun. Dalam gambar 8, foto menunjukkan suasana makan malam yang sederhana ala Jokowi. *"Makanannya sederhana, dimasak oleh koki dari istana agar tidak merepotkan. Ada nasi goreng dan mi godog"* ungkapnya melalui caption postingan tersebut. Postingan ini juga berhasil membuat sosok Jokowi menjadi pemimpin yang memiliki kepribadian yang sederhana di mata pengikutnya (perhatikan gambar 9 dan 10)



**Gambar 9 Komentar pengikut instagram pada postingan 24 Februari 2023**  
(Sumber: Komentar dalam Instagram @jokowi, 24 Februari, 2023)



**Gambar 10 Komentar pengikut instagram pada postingan 24 Februari 2023**  
(Sumber: Komentar dalam Instagram @jokowi, 24 Februari, 2023)

Ia sering terlihat mengenakan pakaian sederhana seperti kemeja putih dan celana hitam dalam berbagai kesempatan, baik saat melakukan kunjungan kerja, menghadiri acara resmi, maupun dalam kegiatan sehari-hari. Kepribadiannya yang rendah hati dan merakyat tercermin jelas dalam postingan-postingan di Instagramnya. Postingan yang menunjukkan Jokowi berinteraksi dengan masyarakat, seperti berkunjung ke pasar tradisional atau berbincang dengan petani, menggambarkan kepribadiannya yang

sederhana dan merakyat. Bahkan dalam beberapa kesempatan Jokowi juga sempat membagikan momen saat ia bermain sepak bola bersama menteri dan para pelajar di Lapangan Sepak Bola Sorido yang terletak di Kabupaten Biak Numpfor, Provinsi Papua (lihat gambar 11).



**Gambar 11 Momen Jokowi bermain sepak bola**

(Sumber: Komentar dalam Instagram @jokowi, 22 November, 2023)

Kepribadian sederhana Jokowi tidak hanya ditampilkan dalam postingan instagram, tetapi juga selaras dengan tindakan dan perilaku nyata sehari-harinya. Ia sering kali terlihat turun langsung ke lapangan, menginspeksi proyek infrastruktur, dan mendengarkan keluhan masyarakat tanpa adanya formalitas berlebihan. Kesederhanaan Jokowi membuatnya mudah dijangkau dan diterima oleh masyarakat luas. Jokowi berhasil membangun personal branding yang kuat dan otentik melalui ciri khas kesederhanaannya. Kepribadian yang kuat dan autentik, keselarasan antara citra dan tindakan, kedekatan dengan masyarakat, serta keterhubungan emosional yang tercipta, semuanya berkontribusi dalam membentuk citra Jokowi sebagai pemimpin yang merakyat dan sederhana. Analisis ini menunjukkan bahwa personal branding yang sukses membutuhkan lebih dari sekadar penampilan, tetapi juga konsistensi dan keaslian dalam setiap aspek kehidupan dan komunikasi.

#### **4. Perbedaan (The law of distinctiveness)**



**Gambar 12 Jokowi sedang melakukan kunjungan lapangan**  
(Sumber: Instagram @jokowi, 6 April , 2023)

Penggunaan kemeja putih oleh Jokowi telah menjadi ciri khas yang unik dan **“membedakannya”** dari pemimpin politik lainnya. Kemeja putih bukan hanya sekadar pakaian, tetapi telah menjadi simbol dari kesederhanaan, kerja keras, dan pendekatan yang merakyat. Dalam konteks personal branding, kemeja putih ini menjadi elemen visual yang kuat yang langsung dikenali oleh publik. Dalam sebagian besar tugas hariannya, Jokowi banyak terkesan casual, sangat praktis, minimalis dan lebih mencerminkan semangat kerja lapangan dibanding umumnya presiden yang lebih suka memosisikan diri di singgasana menara gading (Sukma, 2020).

Postingan yang menunjukkan Jokowi mengenakan kemeja putih dalam berbagai kegiatan, baik saat meninjau proyek infrastruktur atau berinteraksi dengan masyarakat, memperkuat citra khasnya. Jokowi secara konsisten menggunakan kemeja putih dalam hampir semua penampilan publik dan postingan di media sosialnya. Konsistensi ini penting untuk memperkuat asosiasi antara kemeja putih dan citra dirinya di benak publik. Kemeja putih menjadi elemen identitas visual yang selalu hadir, sehingga audiens mudah mengaitkan simbol ini dengan Jokowi. Ini membantu dalam memperkuat pengakuan visual dan membangun brand recall yang kuat.

Ketika orang melihat kemeja putih, mereka langsung mengaitkannya dengan Jokowi, memperkuat citra dan pesan yang ingin disampaikan. Jokowi ingin membangun simbol melalui baju putih karena putih adalah warna yang netral dan sederhana serta mudah untuk diingat. Kemeja berwarna putih merupakan artefak yang melekat pada diri Jokowi, hampir seluruh potretnya memperlihatkan bahwa Joko Widodo mengenakan pakaian berwarna putih dengan lengan yang digulung, dan ciri khas ini telah menjadi identitas baginya (Juniarti et al., 2018).

## **5. Visibilitas (The law of visibility)**

Jokowi berusaha membangun keterhubungan yang kuat dengan audiensnya melalui berbagai cara. Selain berinteraksi langsung, ia juga

menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan publik, menjawab pertanyaan, dan memberikan ucapan pada momen-momen penting. Jokowi memastikan bahwa ia terlihat oleh audiens melalui berbagai aktivitas yang ia unggah di Instagram. Keterlihatan ini membantu memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin yang selalu hadir dan terlibat dalam kehidupan rakyatnya. Visibilitas lebih penting daripada kemampuan seseorang, agar citra diri terlihat, dan harus mempromosikan, memasarkan, memanfaatkan setiap peluang, dan mendapatkan keberuntungan (Riyadi et al., 2024).



**Gambar 13 Jokowi berkunjung di Pasar Terong, Makassar**

(Sumber: Instagram @jokowi, 29 Maret, 2023)



**Gambar 14 Jokowi Berkunjung di Pusat Perbelanjaan Kota Pontianak**

(Sumber: Instagram @jokowi, 23 Maret, 2023)

Dalam postingan instagramnya Jokowi mencerminkan citra diri sebagai pemimpin yang mudah ditemui oleh rakyatnya, ia sering berkunjung ke pasar tradisional untuk berinteraksi secara langsung dengan para pedagang dan mendengarkan aspirasi rakyatnya (perhatikan gambar 12). Pada lain kesempatan, disela-sela kunjungannya ia juga menyempatkan diri untuk berkunjung ke pusat perbelanjaan yang ada di kota yang sedang ia datangi. Gambar 13 memperlihatkan momen, ketika Jokowi berkunjung

di salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Kota Pontianak, Kalimantan Bara. Bahkan dalam kesempatan tersebut Jokowi terlihat memegang sebuah ponsel pintar untuk mengabadikan momen kebersamaannya dengan masyarakat. Ia memanfaatkan instagram untuk menampilkan dirinya dalam berbagai situasi dan kemudahan untuk berinteraksi, serta tidak membangun tembok pembatas antara sosok presiden dan rakyat. Momen ini menuai komentar positif dari pengikutnya, antara lain:

*"Presiden yang paling sering berkunjung ke kalbar, dan cuma bapak jokowi, presiden Indonesia yang pernah saya lihat secara langsung"*  
ungkap akun @karni\_yatibernadett

*"Presiden yang paling di senangi rakyat"* tulis akun @ferdinand\_malambae

*"Tidak ada capeknya bapak, keliling Indonesia untuk memastikan rakyatnya baik baik saja"* kata akun @hermanidwi

Dari momen-momen sederhana yang dibagikan ini, terlihat bahwa Jokowi memanfaatkan instagram untuk menampilkan dirinya dalam berbagai situasi, mulai dari kegiatan kepresidenan hingga momen-momen pribadi yang menunjukkan sisi humanisnya. Postingan yang menampilkan Jokowi saat berinteraksi dengan anak-anak atau membantu warga menunjukkan keterlibatannya dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, meningkatkan visibility dan keterhubungan dengan audiens. Frekuensi postingan yang tinggi membantu menjaga engagement dan membuat audiens selalu update dengan kegiatan yang ia lakukan membuatnya tetap berada dalam pikiran masyarakat Analisis ini menunjukkan bahwa kehadiran, keterlibatan dan kemudahan aksesibilitas merupakan salah satu kunci dalam membangun personal branding yang efektif di media sosial instagram.

## **6. Kesatuan (The law of unity)**

Jokowi secara konsisten menampilkan nilai-nilai yang ia pegang teguh seperti kesederhanaan, kerja keras, dan pendekatan yang merakyat. Nilai-nilai tersebut secara konsisten ia munculkan dalam setiap postingan instagramnya dan menjadi sebuah kesatuan yang tidak terpisahkan satu dengan yang lainnya. Postingan di Instagramnya mencerminkan komitmennya terhadap nilai-nilai ini, baik dalam konteks kepemimpinan maupun kehidupan pribadi. Misalnya, Jokowi sering terlihat mengenakan kemeja putih yang sederhana, simbol dari kesederhanaannya dan pendekatannya yang merakyat.

Keselarasan ini membuat personal branding-nya lebih kredibel dan dapat dipercaya oleh publik. Gambar 15 menampilkan Jokowi sedang berinteraksi dengan petani, ini menunjukkan pesan konsisten tentang

pentingnya kerja keras dan kontribusi dari semua lapisan elemen masyarakat dalam pembangunan negara.



**Gambar 15 Bertemu dengan Petani di Kecamatan Kesesi, Jawa Tengah**  
(Sumber: Instagram @jokowi, 13 Desember, 2023)

*“Memang pak Jokowi memang baik peduli sama masyarakatnya aku bangga sama pak Jokowi”* ujar salah satu pengikutnya melalui akun instagram @ridwan\_jalan\_jeneponto.

Postingan ini juga mendapat komentar positif, dari salah satu akun pejabat daerah setempat, yaitu Ibu Fadia Arafiq selaku Bupati Pekalongan Periode 2021 -2026. Melalui akun instagramnya @fadiaarafiq.aofficial, Ibu Fadia menulis komentar;

*“Pak Jokowi presiden yang luar biasa baik dan ramah, tanpa membedakan siapapun, matur nuwun bapak”* ungkapnya.

Dengan menjaga keselarasan antara perkataan dan tindakan, Jokowi berhasil membangun kredibilitas di mata publik. Postingan yang menunjukkan aksi nyata dari kebijakan dan program yang ia jalankan memberikan bukti konkret atas komitmen dan kerja kerasnya bukan sekedar kata-kata.

## **7. Keteguhan (The law of persistence)**



**Gambar 16 Memantau jalan rusak di Kabupaten Labuhanbatu Utara**  
(Sumber: Instagram @jokowi, 17 Mei, 2023)

Postingan tentang kunjungan Jokowi ke proyek infrastruktur meskipun kondisi cuaca kurang mendukung menunjukkan ketekunannya dalam bekerja dan membangun negara. Gambar (16) merupakan sebuah postingan yang menggambarkan Jokowi mengenakan kemeja putih, sedang berjalan memantau kondisi jalan, memperkuat citra yang sudah ia bangun sejak awal karir politiknya. Kondisi jalan yang rusak parah membuat mobil tidak bisa beroperasi dengan baik, sehingga membuat Jokowi harus turun untuk berjalan kaki. Sikap ini menunjukkan keseriusannya dalam menanggapi setiap permasalahan yang ada di Indonesia, dan membuktikan komitmennya dalam membangun infrastruktur dengan cara menanggapi aspirasi rakyat dan mau turun lapangan untuk meninjau keadaan.

Dengan terus memperbarui konten yang relevan dan berhubungan dengan aktivitas kepresidenannya, Jokowi menjaga agar publik tetap terinformasi dan terhubung dengan visi serta misinya. Postingan rutin tentang perkembangan proyek-proyek pemerintah atau kebijakan terbaru menunjukkan bahwa Jokowi berfokus pada keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari kepemimpinannya.

Ketekunan, konsistensi, keberlanjutan, dan adaptabilitas adalah elemen kunci yang diintegrasikan dengan baik dalam citra dirinya. Dengan terus menerus memperbarui dan menyesuaikan kontennya, Jokowi berusaha mempertahankan bahwa personal branding-nya tetap relevan dan efektif dalam menjangkau serta mempengaruhi publik.

## **8. Nama Baik (The law of goodwill)**

Jokowi sering kali menunjukkan kedermawanan, rasa peduli dan empati melalui berbagai inisiatif sosial dan bantuan kepada masyarakat. Postingan yang menampilkan kegiatan amal, interaksi langsung dengan rakyat, pemberian bantuan kepada korban bencana, atau dukungan terhadap program-program kemanusiaan memperkuat citra dirinya. Sosok Presiden Republik Indonesia ke-7 ini dikenal sebagai tokoh politik yang paling senang berkunjung menjumpai masyarakat atau dikenal dengan

istilah “blusukan”. Blusukan diartikan sebagai bentuk pengecekan atas apa yang selama ini dilaksanakan oleh birokrasi dan organisasi pemerintah, sekaligus mencari masukan baru dalam operasi perbaikan dalam menjalankan sistem politik (Kurniawan, 2015).



**Gambar 17 Jokowi Berkunjung Ke Pasar Selo, Kabupaten Boyolali**  
(Sumber: Instagram @jokowi, 10 April, 2023)

Gambar 17, Postingan yang menampilkan dirinya mendengarkan keluhan dan aspirasi masyarakat, serta merespons dengan tindakan nyata, memperlihatkan bahwa ia peduli dan memahami apa yang dirasakan oleh rakyatnya. Postingan yang menjelaskan kebijakan pemerintah, memberikan update tentang proyek-proyek nasional, atau menunjukkan hasil kerja nyata memperkuat kepercayaan publik terhadap dirinya. Jika Anda ingin citra pribadi memberikan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama, orang tersebut perlu diasosiasikan dengan nilai atau ide yang secara umum dianggap positif dan bermanfaat (Riyadi et al., 2024).

Ia memberikan nilai tambah kepada audiensnya dengan menyampaikan informasi penting mengenai kebijakan pemerintah, perkembangan proyek infrastruktur, dan program sosial yang sedang berjalan. Informasi ini tidak hanya berguna tetapi juga meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik dalam pembangunan negara. Jokowi secara konsisten memposting konten yang relevan dengan kebijakan dan aktivitasnya sebagai presiden. Pesan yang disampaikan selalu selaras dengan visi dan misinya untuk membangun Indonesia yang lebih baik. Konsistensi ini membantu memperkuat citra Jokowi sebagai pemimpin yang berdedikasi dan fokus pada pembangunan.

Pada masa menjelang pemilu 2019, penggunaan media sosial Instagram dapat membangun citra positif Joko Widodo dibuktikan melalui akun instagram miliknya dengan membangun kesan di hadapan masyarakat dilihat dari unggahan foto-foto keberhasilannya sebagai presiden, misalnya seperti membangun infrastruktur di berbagai tempat di Indonesia, dan mempunyai banyak like pada setiap postingannya (Fadiyah & Simorangkir, 2021). Kemenangan Jokowi pada pemilu 2019 membawanya untuk menjabat sebagai

Presiden selama 2 periode. Pemberitaan media online dapat mempengaruhi citra seseorang, termasuk dalam konteks politik (Sidhipradana et al., 2021). Jokowi menyadari bahwa latar belakangnya sebagai seorang tukang kayu dan masyarakat biasa, ia tidak memiliki media untuk menyampaikan aspirasi politiknya. Konglomerat Media di Indonesia seperti Hari Tanoesoedibjo, Chairil Tandjung, Surya Paloh dan Aburizal Bakrie memiliki latar belakang sebagai politisi, mereka cenderung menggunakan media yang dimiliki untuk melestarikan pengaruh politiknya, karena media massa adalah alat yang efisien untuk mengubah pikiran masyarakat (Susilo, 2017).

Namun, perkembangan teknologi telah mengubah tatanan pertukaran informasi. Dengan hadirnya media sosial, setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses dan menggunakan media tersebut sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Melalui media sosial semua lapisan masyarakat dapat memberikan kontribusi yang sangat terbuka dan bebas dalam perkembangan demokrasi di Indonesia, hal ini sejalan dengan teori new media yang mengatakan bahwa adanya kontribusi media membuat masyarakat sekarang menjadi masyarakat yang lebih terbuka (Fadiyah & Simorangkir, 2021). Momen inilah yang digunakan Jokowi untuk menyampaikan aspirasi politiknya, dengan memanfaatkan berbagai jenis media sosial termasuk instagram.

Citra Jokowi sempat mengalami guncangan paska penetapan putra sulungnya yang bernama Gibran Rakabuming, sebagai calon Walikota tahun 2021. Namun citra kepemimpinan Jokowi sebagai Presiden tetap menjadi sosok yang mengerti dan menampilkan simbol positif, memiliki kekuatan mencolok dan daya tarik tersendiri, aktif terlibat langsung dalam berbagai proyek negara, mampu menginspirasi, dapat dipercaya dan beretika sebagai pemimpin (Sidhipradana et al., 2021). Tahun 2024 adalah tahun terakhir masa jabatannya dalam periode kedua, dan bertepatan dengan tahun penyelenggaraan pemilu untuk pemilihan presiden periode berikutnya. Sebagai pemimpin negara, Jokowi memiliki tanggung jawab besar memastikan bahwa proses pemilu berlangsung dengan damai dan tertib. Dengan mengedepankan sikap yang tenang dan berwawasan jauh, Jokowi dapat membantu menciptakan lingkungan politik yang kondusif bagi semua pihak serta memastikan bahwa kepentingan rakyat menjadi prioritas utama dalam proses demokrasi (Fauzi et al., 2024).

Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Jokowi telah memenuhi 8 konsep utama pembentukan personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Serta terdapat 3 konsep yang cukup dominan yaitu; Pertama, **law of specialization**, Jokowi dikenal sebagai presiden spesialisasi pembangunan infrastruktur. Kedua, **law of distinctiveness**, dengan ciri khas baju kemeja putih, Jokowi tampil berbeda dari pemimpin-pemimpin negara Indonesia sebelumnya. Ketiga, **law of personality**, dikenal sebagai presiden yang sangat sederhana dan tidak takut bersentuhan langsung dengan rakyatnya. Jokowi berhasil membentuk personal branding yang kuat dan positif di Instagram. Melalui akun instagramnya, Jokowi secara konsisten menampilkan dirinya sebagai sosok yang merakyat, sederhana, dan bekerja keras untuk kepentingan umum. Hal ini tercermin dalam berbagai postingan yang menggambarkan kegiatannya sehari-hari, kunjungan kerja, serta interaksinya dengan masyarakat yang berasal dari berbagai lapisan.

Periode akhir kepemimpinan sering kali digunakan oleh pemimpin untuk mengukuhkan warisan mereka dan mempengaruhi persepsi publik terkait masa kepemimpinannya. Di akhir masa jabatan, fokus Jokowi dalam personal branding tampak pada penekanan terhadap pencapaian-pencapaian pemerintahannya, kesinambungan proyek-proyek yang digagas, serta usahanya untuk tetap terhubung dengan masyarakat.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memperkuat hubungan antara pemimpin dan publik, khususnya dalam konteks politik Indonesia yang dinamis. Media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun personal branding yang kuat dan berkelanjutan. Penelitian ini memberi gambaran bagaimana Jokowi memanfaatkan instagram sebagai alat untuk berkomunikasi dan memperkuat personal brandingnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa Jokowi telah memenuhi 8 konsep utama pembentukan personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Serta terdapat 3 konsep yang cukup dominan yaitu; *law of specialization*, *law of distinctiveness*, dan *law of personality*. Meski masa jabatannya akan segera berakhir, Jokowi tetap konsisten membangun personal branding lewat instagram, dengan menekankan pada nilai-nilai kepemimpinan, kedekatan dengan rakyat dan pencapaian kerja selama masa pemerintahannya. Jokowi bisa dikatakan berhasil memanfaatkan media sosial instagram untuk membangun narasi akhir dari kepemimpinannya, yang tidak hanya berfokus pada pencapaian tetapi juga pada nilai-nilai yang diusung selama menjabat. Penelitian ini masih.

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dengan menyesuaikan atau memperluas konsep personal branding Peter Montoya dalam konteks digital dan politik. Peneliti menyadari keterbatasan waktu dalam proses penelitian ini membuat penelitian ini memiliki beberapa kekurangan. Masukan untuk peneliti selanjutnya agar bisa melakukan analisis kualitatif yang lebih mendalam dengan menggunakan teknik seperti wawancara mendalam dengan ahli komunikasi politik, atau bahkan dengan tim media sosial dari aktor politik yang diteliti, untuk mendapatkan wawasan lebih dalam mengenai strategi dan tujuan di balik setiap konten yang diposting.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Seluruh penulis mengucapkan terima kasih kepada institusi Universitas Bunda Mulia yang telah memfasilitasi penulis untuk melakukan penelitian ini serta menyediakan pendampingan penulisan selama proses penelitian berlangsung.

## REFERENSI

- Afitikha, I., & Fitri, A. N. (2021). Strategi dan Media Komunikasi Politik (Joko Widodo Presiden Republik Indonesia). *UIN Walisongo Semarang*.
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13-27.

- Fauzi, A., Febrianti, M. D., Hidayat, E. R., & Saputri, A. F. A. (2024). HAK PREROGATIF PRESIDEN JOKO WIDODO DALAM PEMILU 2024. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 8(3).
- Harahap, I. H. (2023). Analisis gaya kepemimpinan Presiden Joko Widodo di masa pandemi Covid-19. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 6(1), 19-30.
- Jogiyanto, H. , M. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=ATgEEAAAQBAJ>
- Juniarti, G., Indainanto, Y. I., & Augustine, P. Y. (2018). Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan di Instagram Menjelang Pilpres 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 116-132.
- Kurniawan, D. (2015). *The Power of" Blusukan"*. Elex Media Komputindo.
- Ma'aruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 15(2), 1-18.
- Meliala, Y. H., & Nurdiansyah, T. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram Joko Widodo terhadap Elektabilitas Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(2), 234-246.
- Michelle, A., & Susilo, D. (2021). The Effect of Instagram Social Media Exposure on Purchase Decision. *ETTISAL: Journal of Communication*, 6(1), 36-50.
- Mujianto, H., Nurhadi, Z. F., & Kharismawati, K. (2021). Instagram sebagai media pembentuk personal branding. *Commed Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(2), 154-169.
- Putri, D. M., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., & Putri, S. A. (2022). Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 195-207.
- Rahardjo, M. (2018). *Paradigma interpretif*.
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Sh7zDwAAQBAJ>
- Riyadi, Q. P., Nahtania, R., Abida, H. N., & Patrianti, T. (2024). Personal Branding Ridwan Kamil Melalui Media Sosial Instagram Pasca Menjabat Sebagai Gubernur Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 4(1), 233-249.
- Samatan, N., Prakosa, A., Robingah, R., & Napsiah, N. (2024). Personal Branding on Social Media Through Peter Montoya Analysis. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 3(1), 55-73.
- Sanusi, A., & Asbari, M. (2024). Personal Branding: Teknik Merajut Identitas Personal dalam Wacana. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(02), 99-102.
- Sidhipradana, F. A., Priyowidodo, G., & Yogatama, A. (2021). Leadership Image Presiden Jokowi Pasca Penetapan Gibran Sebagai Calon Walikota Solo Di Tribunews. com, CNNIndonesia. com, Solopos. com, Dan AntaraJateng. com. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2).
- Sukma, A. H. (2020). Pengelolaan Kesan Simbolik Presiden Jokowi. *Komunikata57*, 1(2), 94-100.

- Susilo, D. (2017). Facing the Indonesian Media Conglomeration: Action of Preservation on Political Interest. *Jurnal Kajian Media*, 1(1).
- Susilo, D., & Putranto, T. D. (2017). Indonesian youth on social media: study on content analysis. *2017 International Seminar on Social Science and Humanities Research (SSHR 2017)*, 94-97.
- Susilo, D., & Roesli, M. (2018). Konsep Pemerintahan Indonesia Menurut UUD 1945. *MIMBAR YUSTITIA: Jurnal Hukum Dan Hak Asasi Manusia*, 2(1), 112-129.
- Tamimy, M. F., Sutinah, L., & Pustaka, V. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. VisiMedia. <https://books.google.co.id/books?id=6Z0sDwAAQBAJ>
- Wijaya, D. E. (2021). *KEMAJUAN PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DI INDONESIA ERA KEPIMPINAN JOKOWI*.
- Yusep Maulana., S. K. M. K. M. B. A. (2024). *Personal Branding Digital Low Budget: Formula Mudah & Murah Bangun Personal Branding Di Media Sosial*. OYUSEP. <https://books.google.co.id/books?id=5loAEQAAQBAJ>