

Personal Branding Putri Karlina melalui Instagram pada Pilkada Garut 2024

Tina Trianika^{1,*}

¹ Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia

*Korespondensi: tinatrianika@gmail.com

ABSTRAK

Personal branding politik melalui Instagram mempertemukan pengelolaan identitas kandidat dengan penilaian khalayak. Artikel ini bertujuan memahami konstruksi personal branding Putri Karlina melalui Instagram dalam Pilkada Kabupaten Garut 2024. Penelitian menggunakan studi kasus kualitatif berparadigma konstruktivis interpretatif dengan korpus wawancara kandidat dan dua pengikut muda yang dinyatakan aktual dalam naskah tesis. Analisis tematik reflektif menggunakan Authentic Personal Branding dan presentasi diri sebagai konsep peka. Tujuh tema tesis disintesis menjadi empat poros: autentisitas yang dikurasi dan dinilai lintas ruang; diferensiasi perempuan muda dan negosiasi kredibilitas; konsistensi simbolik serta produksi visibilitas; dan responsivitas digital menuju pertanggungjawaban. Temuan menunjukkan bahwa kesesuaian persona Instagram dengan perjumpaan langsung mendukung penerimaan kedua pengikut, tetapi penilaian kapasitas dan pelaksanaan tindakan tidak seragam. Kurasi ekspresi tidak otomatis dianggap sebagai ketidakautentikan. Keterangan mengenai tim dan viralitas terutama bersumber dari kandidat sehingga belum membuktikan mekanisme produksi atau algoritma secara langsung. Artikel menyimpulkan bahwa autentisitas politik merupakan penilaian relasional yang terbuka terhadap koreksi melalui pengalaman sosial dan tindakan publik. Keterangan visual perlu dibedakan dari kredibilitas, sedangkan kedekatan digital perlu dihubungkan dengan akses dan pertanggungjawaban setelah pemilihan.

Kata kunci *autentisitas; Instagram; personal branding politik; Pilkada Garut; presentasi diri*

ABSTRACT

Political personal branding on Instagram brings candidates' identity management into dialogue with audience judgments. This article examines the construction of Putri Karlina's personal branding on Instagram during the 2024 Garut local election. The study adopts an interpretive constructivist qualitative case study based on interviews with the candidate and two young followers identified as actual informants in the thesis. Reflexive thematic analysis uses Authentic Personal Branding and self-presentation as sensitizing concepts. Seven thesis themes are synthesized into four analytical strands: curated authenticity and cross-context assessment; young female differentiation and negotiated credibility; symbolic consistency and visibility production; and digital responsiveness leading to accountability expectations. Perceived alignment between the Instagram persona and face-to-face encounters supports both followers' acceptance, although assessments of capacity and implementation differ. Curated expression is not automatically interpreted as inauthenticity. Accounts of teamwork and virality rely primarily on the candidate and do not directly establish production processes or algorithmic mechanisms. Political authenticity is therefore understood as a relational judgment open to revision through social experience and public action. Visual recognition should be distinguished from credibility, while digital closeness should be connected to accessibility and accountability after the election.

Keywords *authenticity; Garut local election; Instagram; political personal branding; self-presentation*

Pendahuluan

Personal branding politik melalui Instagram menghadirkan persoalan yang melampaui pemilihan foto, warna, dan gaya komunikasi. Figur politik berusaha menawarkan identitas yang mudah dikenali, sementara khalayak menilai apakah identitas tersebut sesuai dengan pengalaman dan harapan mereka. Dalam kasus Putri Karlina pada Pilkada Garut 2024, persoalan penelitian terletak pada hubungan antara citra perempuan muda yang dekat dengan warga, proses pengelolaan penampilan, dan penerimaan pengikut. Fokus tersebut menempatkan Instagram sebagai arena pembentukan makna, bukan ukuran tunggal keberhasilan elektoral. Kajian arsitektur media sosial mengingatkan bahwa karakter platform perlu diperhitungkan ketika menjelaskan praktik kampanye digital (Bossetta, 2018).

Pengertian personal branding dalam artikel ini merujuk pada upaya mengomunikasikan identitas yang memiliki kekhasan dan relevansi bagi khalayak tertentu. Tinjauan Gorbato et al. (2018) menyediakan pijakan untuk membedakan proses pembentukan merek personal dari reputasi yang terbentuk melalui penilaian pihak lain. Perbedaan tersebut penting karena kandidat dapat merancang pesan, tetapi tidak sepenuhnya menentukan makna yang diterima. Dalam penelitian ini, keberadaan pesan yang konsisten belum cukup untuk menyimpulkan terbentuknya kepercayaan. Yang perlu ditelusuri ialah bagaimana pengikut menghubungkan pesan dengan karakter, pengalaman perjumpaan, dan kapasitas yang mereka atribusikan kepada kandidat.

Autentisitas menjadi titik kritis dalam hubungan tersebut. Rampersad (2009) menekankan keselarasan identitas personal, nilai, dan komunikasi, sedangkan literatur autentisitas politik mengarahkan perhatian pada penilaian mengenai kesetiaan figur terhadap dirinya sendiri (Luebke, 2021). Kedua perhatian ini tidak identik. Keselarasan yang dimaksudkan kandidat belum tentu diakui pengikut, sementara penilaian positif pengikut belum membuktikan kesesuaian seluruh tindakan kandidat. Oleh karena itu, autentisitas digunakan sebagai persoalan interpretatif: siapa yang menyebut suatu penampilan autentik, berdasarkan pengalaman apa, dan bagian mana dari identitas yang tetap tidak dapat mereka akses.

Konteks gender memperkuat kompleksitas kasus. Penelitian Brands et al. (2021) membahas presentasi visual politisi perempuan melalui Instagram, sementara Hajad et al. (2024) menelaah pemanfaatan platform tersebut untuk menghadapi stereotip di Indonesia. Kajian tersebut membantu menempatkan identitas perempuan sebagai sesuatu yang dinegosiasikan dalam komunikasi politik. Pada kasus Putri Karlina, penampilan keberanian dan kemudaan perlu dibaca bersama penegasan identitas keibuan. Hubungan ini memungkinkan pertanyaan kritis mengenai apakah komunikasi kandidat memperluas pengertian kepemimpinan perempuan atau tetap harus menyesuaikan diri dengan harapan sosial tentang tanggung jawab domestik.

Kajian yang secara langsung membahas Putri Karlina telah dilakukan oleh Hersandi et al. (2025) melalui kerangka retorika ethos, pathos, dan logos. Penelitian tersebut menguraikan strategi komunikasi yang berkaitan dengan pembentukan citra pemimpin perempuan dalam Pilkada Garut. Artikel ini mengembangkan fokus yang berbeda, yaitu membandingkan pemaknaan kandidat dengan dua pengikut muda mengenai kesesuaian persona, kredibilitas, dan tindakan. Kontribusinya tidak ditempatkan pada klaim bahwa kasus ini belum pernah diteliti, melainkan pada

pembacaan ketegangan antara maksud representasi dan penilaian penerima. Perbedaan suara pengikut dipertahankan sebagai bagian dari penjelasan.

Paparan terhadap figur melalui media sosial juga tidak dapat langsung disamakan dengan kedekatan politik yang timbal balik. Kajian Ledbetter dan Meisner (2021) menghubungkan *affordance* personal branding dengan interaksi parasosial, kehadiran sosial, dan penggunaan beragam media. Pijakan tersebut relevan untuk mempertanyakan pengalaman merasa mengenal kandidat melalui konten. Pada kasus ini, perjumpaan langsung perlu dibedakan dari keterpaparan berulang di Instagram. Pengikut yang pernah bertemu memiliki bahan pembandingan tertentu, tetapi perjumpaan itu tetap terbatas pada situasi yang mereka alami. Penelitian karena itu tidak mengganggu kedekatan sebagai akses menyeluruh terhadap diri kandidat.

Pertanyaan utama artikel ialah bagaimana personal branding Putri Karlina dikonstruksi melalui hubungan antara pengelolaan identitas dan pemaknaan dua pengikut muda dalam konteks Pilkada Garut 2024. Pembahasan diarahkan pada kurasi autentisitas, negosiasi kredibilitas, konsistensi simbolik, serta responsivitas dan pertanggungjawaban. Tujuannya ialah menghasilkan penjelasan yang dapat memperlihatkan sekaligus dukungan dan batas penerimaan khalayak. Artikel tidak menguji pengaruh Instagram terhadap suara, tidak mengukur tingkat autentisitas, dan tidak memperlakukan pandangan dua pengikut sebagai representasi masyarakat Garut. Ketegasan batas tersebut diperlukan agar kontribusi interpretatif tidak berkembang menjadi klaim yang melampaui data.

Personal branding dan autentisitas sebagai penilaian relasional

Authentic Personal Branding Rampersad (2009) digunakan untuk membaca keselarasan nilai, kekhasan, konsistensi, dan tindakan. Kerangka ini memberikan pertanyaan awal mengenai dasar identitas yang ditawarkan kandidat, tetapi tidak dijadikan instrumen untuk memberi skor. Literatur personal brand equity menunjukkan bahwa merek personal dapat dikaji melalui evaluasi pihak lain, meskipun konteks dan pendekatannya berbeda dari studi politik lokal ini (Gorbatov et al., 2021). Perbedaan konteks tersebut harus dijaga. Artikel memanfaatkan perhatian terhadap evaluasi khalayak tanpa memindahkan ukuran keberhasilan profesional atau pasar secara langsung ke legitimasi politik.

Autentisitas politik dibedakan antara penampilan yang ditawarkan figur dan autentisitas yang dipersepsikan penerima. Luebke dan Engelmann (2022, 2023) memberi landasan untuk memperhatikan bagaimana penilaian terhadap diri politisi dibangun melalui informasi yang tersedia. Dalam artikel ini, penilaian pengikut tidak diperlakukan sebagai pengesahan objektif karakter kandidat. Penilaian tersebut merupakan data mengenai hubungan antara bukti yang diingat dan standar yang digunakan informan. Konsekuensinya, ungkapan bahwa kandidat terlihat sama ketika bertemu memiliki arti penting, tetapi cakupannya harus tetap dibatasi pada pengalaman perjumpaan yang menjadi dasar pernyataan itu.

Perspektif relasional memungkinkan perbedaan antara pengenalan, kredibilitas, dan kepercayaan tetap terlihat. Pengikut dapat mengingat warna pakaian tanpa menerima keseluruhan makna strategisnya. Mereka juga dapat mengakui ketegasan kandidat tanpa menganggapnya siap untuk semua jabatan. Dengan menempatkan personal branding sebagai proses dan autentisitas sebagai penilaian, artikel menghindari penyatuan seluruh respons positif ke dalam kategori keberhasilan.

Pembedaan ini sejalan dengan kebutuhan memperjelas konstruk dalam kajian personal branding dan autentisitas politik (Gorbatov et al., 2018; Luebke, 2021). Secara analitis, pertanyaan yang digunakan ialah bagian identitas mana yang diterima dan bagian mana yang masih memerlukan pembuktian.

Presentasi diri dan mediasi platform

Teori presentasi diri Goffman (1959) membantu menjelaskan pemilihan penampilan, pengelolaan kesan, dan kerja bersama yang menopang representasi kandidat. Pada Instagram, panggung depan dipahami sebagai konten yang tersedia bagi pengikut, sedangkan belakang panggung menunjuk pada proses pemilihan dan pengolahan representasi. Pembedaan ini digunakan secara hati-hati karena penelitian tidak memiliki pengamatan langsung atas seluruh proses produksi. Kurasi tidak otomatis berarti kebohongan. Persoalan yang ditelaah ialah apakah pengelolaan penampilan mempertahankan konteks atau menghasilkan klaim yang tidak lagi memiliki hubungan memadai dengan pengalaman yang menjadi dasarnya.

Mediasi Instagram diperhatikan melalui perbedaan format, kecepatan publikasi, dan keterlihatan. Kajian Bossetta (2018) serta Boulianne et al. (2025) membantu menempatkan platform sebagai kondisi komunikasi dengan karakter yang berbeda, bukan saluran yang sepenuhnya dapat dipertukarkan. Dalam artikel ini, perhatian tersebut digunakan untuk membaca keterangan kandidat mengenai Story dan unggahan yang disunting. Penjelasan tentang algoritma tetap dibedakan dari bukti teknis algoritma. Ketika kandidat menyebut baru mengetahui masalah setelah viral, data yang tersedia menunjukkan pengalaman menemukan informasi melalui platform, bukan pengukuran sistem rekomendasi atau pola distribusi perhatian seluruh warga.

Metode

Artikel ini dikembangkan dari bagian temuan dalam naskah tesis berjudul *Konstruksi Personal Branding Putri Karlina melalui Instagram dalam Pilkada Kabupaten Garut Tahun 2024*. Desain studi kasus mempertahankan satu kasus yang dibatasi oleh figur, platform, wilayah, dan konteks kontestasi. Batas waktu utama ialah Pilkada 2024, sedangkan pengalaman setelah pemilihan digunakan sebagai konteks refleksi terhadap kesinambungan persona. Karena wawancara berlangsung sesudah kontestasi, penuturan informan bersifat retrospektif. Perbedaan antara waktu peristiwa dan waktu penuturan menjadi pertimbangan interpretatif: informan dapat membaca kembali pengalaman kampanye melalui pengetahuan dan penilaian yang berkembang kemudian.

Secara ontologis, identitas politik dipahami sebagai realitas sosial yang memperoleh bentuk melalui representasi dan hubungan antarpelaku. Secara epistemologis, pengetahuan tentang identitas tersebut disusun melalui interpretasi terhadap penuturan yang berada dalam konteks tertentu. Posisi konstruktivis interpretatif ini tidak meniadakan pentingnya bukti, tetapi membedakan antara pernyataan informan, tafsir peneliti, dan keadaan yang telah diverifikasi secara independen. Koherensi antara posisi pengetahuan dan cara membentuk tema menjadi perhatian utama, mengikuti pembahasan kualitas analisis tematik refleksif oleh Braun dan Clarke (2021). Artikel karena itu tidak mengklaim menemukan diri kandidat yang paling asli di balik seluruh representasi.

Korpus analisis dibatasi pada P1, PM1, dan PM2, yang dinyatakan sebagai informan aktual pada bagian temuan tesis. P1 ialah Putri Karlina sebagai subjek kasus; PM1 ialah pengikut muda perempuan yang mengikuti kandidat dan pernah berinteraksi langsung; PM2 ialah pengikut muda dari wilayah nonpusat Garut yang juga memiliki pengalaman perjumpaan. Pemilihan mengikuti relevansi posisi terhadap perumusan dan penerimaan identitas. Kandidat menyediakan narasi maksud representasi, sedangkan dua pengikut menyediakan pembacaan penerimaan. Ketiganya tidak mencakup seluruh posisi sosial yang dibutuhkan untuk menjelaskan kampanye secara menyeluruh. Tim produksi, pemilih skeptis, dan warga tanpa akses Instagram belum menjadi sumber wawancara aktual dalam korpus artikel.

Menurut profil P1 dalam tesis, wawancara kandidat dilakukan pada 13 September 2026 selama 53 menit 23 detik. Tanggal, durasi, dan rincian prosedur wawancara PM1 serta PM2 belum tercantum lengkap dalam bahan yang tersedia. Wawancara dilaporkan berbentuk mendalam semi-terstruktur, yang memungkinkan penggalan contoh dan klarifikasi sambil mempertahankan fokus pembahasan (Adeoye-Olatunde & Olenik, 2021). Artikel tidak menambahkan tanggal, jumlah sesi, atau keadaan wawancara yang tidak terdokumentasi. Penggunaan kutipan mengacu pada penyajian temuan tesis; kecocokannya dengan rekaman dan transkrip asli harus dikonfirmasi oleh penulis sebelum pengajuan.

Dokumentasi Instagram diposisikan sebagai konteks dalam tesis, tetapi jumlah unggahan, daftar tautan, batas tanggal, dan prosedur pengarsipan belum tersedia secara lengkap untuk artikel ini. Oleh sebab itu, naskah tidak melaporkan analisis konten sistematis terhadap suatu jumlah unggahan tertentu. Deskripsi warna, format, dan intensitas paparan dibaca sebagai keterangan informan apabila sumbernya berupa wawancara. Perbedaan ini penting agar penuturan mengenai apa yang dilihat tidak berubah menjadi klaim observasi digital yang sebenarnya belum dapat ditelusuri. Tidak ada angka pengikut atau metrik keterlibatan yang digunakan sebagai statistik hasil penelitian.

Analisis mengacu pada analisis tematik reflektif yang dijelaskan dalam tesis. Pembacaan bergerak dari familiarisasi, pengodean semantik dan laten, pengembangan serta peninjauan tema, hingga penyusunan argumentasi. Tujuh tema tesis dipadatkan menjadi empat poros tanpa menghapus variasi utama: kurasi dan kesesuaian lintas ruang; gender dan kredibilitas; konsistensi serta visibilitas; dan responsivitas serta pertanggungjawaban. Pengelompokan ini merupakan penyuntingan analitis untuk artikel, bukan hasil pengumpulan data tambahan. Byrne (2022) membantu menjelaskan keterhubungan proses pengodean dan pengembangan tema, sedangkan Braun dan Clarke (2024) mengingatkan pentingnya kesesuaian pelaporan dengan pendekatan analisis yang dinyatakan.

Perbandingan antarinforman digunakan untuk memeriksa konvergensi dan ketegangan. Misalnya, kesesuaian persona mendapat penilaian positif dari kedua pengikut, tetapi kesiapan memimpin dan pelaksanaan tindakan memperoleh penilaian yang lebih bersyarat dari PM2. Perbedaan ini tidak diselesaikan dengan memilih suara mayoritas. Analisis menelaah standar penilaian dan batas pengalaman masing-masing. Dengan tiga informan, artikel tidak menyatakan saturasi atau kecukupan untuk menjelaskan seluruh variasi khlayak. Tinjauan Hennink dan Kaiser (2022) menunjukkan pentingnya mempertimbangkan karakter studi ketika membahas

kecukupan sampel; pembacaan ini juga tidak menjadikan saturasi sebagai tolok ukur universal bagi analisis tematik reflektif.

Refleksivitas diarahkan pada risiko menerima narasi kandidat dan pengikut yang cenderung positif sebagai bukti menyeluruh. Dalam tesis terdapat pengakuan kesan positif peneliti terhadap keselarasan persona digital dan interaksi luring. Kesan tersebut perlu diperlakukan sebagai kondisi pembacaan, bukan sumber verifikasi. Pembahasan Olmos-Vega et al. (2023) mendukung pemeriksaan posisi peneliti sepanjang produksi pengetahuan. Pada artikel, upaya reflektif diwujudkan dengan mempertahankan pernyataan bersyarat, membatasi klaim produksi tim, dan memisahkan pengalaman responsivitas dari penilaian kinerja. Dokumentasi persetujuan penggunaan identitas P1 dan kutipan informan perlu diperiksa sebelum publikasi; artikel tidak mencantumkan klaim persetujuan etik yang belum terverifikasi.

Hasil dan Pembahasan

Autentisitas yang dikurasi dan dinilai melalui perjumpaan

Autentisitas dalam penuturan P1 bertumpu pada keinginan mempertahankan karakter yang dapat dikenali di dalam maupun di luar Instagram. Ia tidak memaknai penampilan digital sebagai penciptaan diri yang sama sekali terpisah dari kehidupan sehari-hari. Namun, narasi ini harus dibaca sebagai cara kandidat menjelaskan identitasnya kepada peneliti. Pernyataan tersebut menunjukkan standar kesesuaian yang ingin ditawarkan, bukan dengan sendirinya bukti bahwa semua representasi telah memenuhi standar itu. Dalam hubungan antara maksud dan penerimaan, keterangan pengikut diperlukan untuk mengetahui bagaimana kesesuaian tersebut dinilai.

"Menurut saya sesuai, karena ketika bertemu juga karakternya sama dengan yang di konten."
(PM1)

PM1 menggunakan perjumpaan langsung sebagai bahan perbandingan dengan konten. Artinya, penerimaan terhadap persona tidak dibangun hanya dari estetika unggahan, melainkan dari pengalaman yang dianggap menguatkan kesan digital. PM2 menyampaikan penilaian serupa mengenai kesesuaian setelah bertemu. Konvergensi ini memperlihatkan bahwa autentisitas, bagi kedua informan, memperoleh kekuatan ketika penampilan dapat dikenali kembali dalam situasi sosial lain. Akan tetapi, pengalaman tersebut tetap terbatas: informan tidak mengamati seluruh perilaku kandidat, seluruh keputusan tim, atau aspek diri yang tidak dipublikasikan. Temuan karena itu menjelaskan penilaian autentisitas yang dipersepsikan, bukan autentisitas sebagai kepastian objektif.

P1 sekaligus mengakui bahwa ekspresi personal memerlukan pengendalian ketika berada di ruang publik. Pengakuan ini memberi ketegangan yang lebih informatif daripada klaim tampil apa adanya semata. Persona yang diterima pengikut sebagai sesuai ternyata tetap melewati penyaringan. Data tersebut menunjukkan bahwa kesesuaian dan seleksi dapat berlangsung bersama. Kurasi tidak serta-merta meniadakan karakter, tetapi menentukan bagian karakter mana yang hadir di hadapan khalayak. Pertanyaan kritisnya bergeser dari apakah konten disunting menjadi apakah penyuntingan mempertahankan hubungan yang dapat dipertanggungjawabkan dengan situasi dan tindakan yang direpresentasikan.

"Sebenarnya saya orangnya lebih ada emosionalnya, temperamennya, yang harus kita kontrol. Ada yang di-sugar coated sedikit." (P1)

Penyaringan emosi dapat dimaknai sebagai pengendalian komunikasi yang diperlukan figur publik. Namun, pembacaan tersebut tidak boleh menghapus kemungkinan bahwa penonton hanya menerima sisi yang telah dipilih. Dalam kerangka presentasi diri, pengelolaan kesan adalah bagian dari hubungan sosial; dalam pembacaan autentisitas, keselarasan tetap membutuhkan dasar yang lebih luas daripada penampilan (Goffman, 1959; Luecke, 2021). Pada kasus ini, tidak tersedia bukti yang cukup untuk menyimpulkan bahwa kurasi menyembunyikan kontradiksi substantif. Yang dapat ditegaskan ialah adanya batas keterbukaan yang diakui kandidat dan tidak sepenuhnya dapat diamati pengikut.

Arti penting temuan ini terletak pada pemisahan antara spontanitas dan kesesuaian. Konten yang tampak spontan belum tentu mewakili keseluruhan situasi, sementara konten yang direncanakan masih dapat merujuk pada tindakan yang sungguh terjadi. Kedua pengikut menilai kesesuaian dari pengalaman mereka, bukan dari pemeriksaan teknis atas penyuntingan. Artikel menafsirkan keadaan tersebut sebagai autentisitas yang dikurasi dan dinilai lintas ruang. Istilah ini merupakan sintesis kasus, bukan kategori baku atau ukuran baru. Penjelasannya tetap terbuka untuk direvisi apabila pengikut lain melaporkan ketidaksesuaian antara penampilan digital dan pertemuan yang mereka alami.

Perempuan muda sebagai pembeda dan kredibilitas yang tidak seragam

P1 menyebut gender dan kemudaan sebagai pembeda dalam kontestasi yang diikutinya. Ketika diminta menyampaikan karakter yang ingin diingat, ia menjawab “Berani. Itu sudah termasuk tegas.” Pemadatan ini menghubungkan identitas demografis dengan kualitas kepemimpinan yang hendak ditawarkan. Namun, usia dan gender tidak otomatis menghasilkan kompetensi. Keduanya memperoleh makna politik melalui situasi perbandingan dengan figur lain serta cara pengikut menafsirkannya. PM1 mengingat keberanian, sedangkan PM2 menonjolkan komunikasi yang lebih segar. Dengan demikian, diferensiasi berlangsung melalui penerimaan yang beririsan, tetapi tidak sepenuhnya sama dengan rumusan kandidat.

Penegasan identitas keibuan memberi lapisan lain pada keberanian tersebut. P1 menyatakan tidak ingin masyarakat melupakan bahwa dirinya seorang ibu. Dalam tesis, penampilan kegiatan keluarga dijelaskan berkaitan dengan kekhawatiran bahwa keterlibatan politik dapat mengganggu tanggung jawab domestik. Data ini memperlihatkan bagaimana kandidat menawarkan kapasitas publik sambil mempertahankan penerimaan melalui peran keluarga. Pembacaan tersebut beresonansi dengan perhatian terhadap stereotip gender dalam kajian politisi perempuan di Instagram (Brands et al., 2021; Hajad et al., 2024). Namun, artikel tidak menyimpulkan bahwa semua warga Garut memiliki harapan gender yang sama atau bahwa konten keluarga selalu diterima dengan makna serupa.

Kredibilitas juga dibentuk melalui penerjemahan pendidikan dan pengalaman usaha. Di sini muncul perbedaan penting antara pembatasan klaim oleh P1 dan ingatan PM1. P1 menjelaskan bahwa ia lulus pendidikan dokter gigi, tetapi tidak menjalani praktik profesi tersebut; PM1 merangkum identitasnya dengan menyebut dokter, perias, dan pengusaha. Perbedaan ini menunjukkan pemadatan identitas dalam penerimaan khalayak. Gelar pendidikan dapat diingat sebagai profesi aktif, padahal kandidat sendiri memberikan batas. Secara analitis, kesenjangan ini tidak langsung berarti kandidat sengaja menyesatkan. Ia memperlihatkan perlunya menelusuri

bagaimana informasi yang lebih bernuansa berubah menjadi kategori yang mudah diingat.

"Perlu digarisbawahi, dokter gigi itu saya anggap bukan profesi karena saya tidak pernah terjun langsung menjadi dokter gigi. Saya hanya lulus sebagai dokter gigi." (P1)

Pengalaman kewirausahaan menjadi unsur yang lebih jelas diterima PM2. Akan tetapi, ingatan tentang usaha belum setara dengan pengakuan penuh terhadap kapasitas pemerintahan. P1 menautkan pengalamannya dengan pemikiran kreatif dan pengelolaan proyek. Artikel membaca penautan tersebut sebagai upaya mengubah riwayat personal menjadi alasan kelayakan politik. Transformasi makna ini memerlukan perhatian terhadap batasnya: kemampuan mengelola usaha merupakan pengalaman yang relevan untuk dikomunikasikan, tetapi data tidak menyediakan evaluasi independen mengenai penerapannya dalam pemerintahan. Kredibilitas yang ditawarkan kandidat karena itu perlu dipisahkan dari kinerja kelembagaan yang telah terbukti.

"Secara umum dirinya mempunyai kapasitas, tetapi untuk menjadi orang nomor satu ia perlu merangkak terlebih dahulu. Pada Pilkada lalu ia menjadi wakil terlebih dahulu." (PM2)

Pernyataan PM2 tidak menolak kapasitas, tetapi menempatkan kesiapan dalam proses bertahap. Berbeda dengan PM1 yang menekankan ketegasan dan kemampuan bernegosiasi, PM2 mempertahankan kebutuhan pembelajaran. Variasi ini memperlihatkan bahwa dukungan terhadap figur dapat disertai pembatasan terhadap cakupan kelayakannya. Dibandingkan kajian Hersandi et al. (2025) yang berfokus pada strategi retorika kandidat, artikel menambahkan perhatian terhadap penerimaan yang bersyarat. Pengikut bukan hanya penerima citra kompeten, melainkan pihak yang dapat mengubah atau membatasi makna kompetensi sesuai standar yang mereka gunakan.

Konsistensi simbolik dan produksi visibilitas

Konsistensi dalam penuturan P1 terutama tampak pada pengulangan pakaian, warna, logo, dan nomor pasangan. Kandidat menjelaskan bahwa pengulangan memudahkan dirinya dikenali. PM2 mengingat dominasi warna biru muda dan identitas pasangan nomor dua, tetapi tidak mengulang seluruh asosiasi yang dijelaskan kandidat. Perbedaan ini menunjukkan bahwa tanda visual dapat diterima pada tingkat pengenalan tanpa menghasilkan penafsiran yang identik. Secara interpretatif, keberhasilan keteringatan perlu dibedakan dari keberhasilan penyampaian makna. Tidak semua arti yang dimaksudkan pembuat pesan dapat diasumsikan telah hadir dalam pengalaman penonton.

PM1 justru menjelaskan konsistensi melalui kegiatan menanggapi keluhan warga. Perbedaan dengan PM2 memperlihatkan dua standar yang saling melengkapi: pengulangan tanda dan kesinambungan tindakan yang dipersepsikan. Konsistensi simbolik menyediakan bentuk yang mudah dikenali, sedangkan konsistensi tindakan menjadi dasar penilaian mengenai apa yang diwakili bentuk tersebut. Artikel tidak menempatkan salah satunya sebagai tingkat yang secara universal lebih tinggi. Yang penting ialah bahwa pengikut menggunakan dasar evaluasi berbeda. Dengan demikian, pengelolaan personal branding tidak dapat dievaluasi hanya dari keseragaman tampilan; hubungan antara tampilan dan tindakan tetap perlu ditelusuri.

Kehadiran berulang di Instagram, menurut P1, ditopang kerja profesional. Ia menceritakan keterlibatan pengarah artistik dan tim yang memantau kecenderungan

topik. Keterangan tersebut memperluas pemahaman persona personal sebagai produk yang memiliki unsur kolektif. Namun, sumber penjelasan masih kandidat sendiri. Tidak tersedia wawancara aktual dengan anggota tim atau pengamatan rapat produksi dalam korpus artikel. Karena itu, istilah kerja belakang panggung digunakan untuk membaca pengakuan mengenai kolaborasi, bukan menyatakan bahwa pembagian wewenang, konflik editorial, atau proses persetujuan unggahan telah diketahui secara menyeluruh.

"Kalau Story lebih cepat dan bisa lebih personal karena kadang saya mengetik sendiri dan mengunggah sendiri. Kalau postingan biasanya diedit dahulu." (P1)

Perbedaan format dalam keterangan P1 menunjukkan tingkat keterlibatan personal dan penyuntingan yang tidak sama. Story dipahami kandidat sebagai ruang yang memungkinkan respons lebih cepat, sedangkan unggahan utama melalui pengolahan. Data ini tidak mengharuskan kesimpulan bahwa Story lebih autentik. Yang tersedia ialah cara kandidat membedakan praktik penggunaan fitur. Perhatian terhadap arsitektur platform membantu membaca perbedaan tersebut sebagai kondisi produksi representasi (Bossetta, 2018). Untuk mengetahui apakah pengikut juga memaknai Story sebagai lebih personal, penelitian masih memerlukan wawancara yang secara khusus membandingkan pengalaman mereka terhadap format.

PM1 mengaku sering melihat setiap unggahan, sementara PM2 menyebut konten hampir setiap hari muncul di beranda. Penuturan ini mendukung keberadaan pengalaman keterpaparan yang intensif pada kedua informan. Namun, intensitas tidak menjelaskan dengan sendirinya mengapa mereka percaya, apakah pilihan politik berubah, atau bagaimana pengguna lain menerima konten. Kajian platform politik menunjukkan perlunya mempertimbangkan perbedaan praktik penggunaan media sosial (Boulianne et al., 2025). Pada artikel ini, visibilitas dipahami sebagai kesempatan untuk dikenali dalam pengalaman informan, sedangkan penerimaan identitas tetap diperiksa melalui isi penilaian yang mereka sampaikan.

Hubungan konsistensi dan visibilitas memperlihatkan bahwa keteringatan merupakan hasil pertemuan antara pengulangan dan perhatian pengikut. Kandidat dapat mengusahakan keseragaman simbol, tetapi pengikut memilih bagian pesan yang bertahan dalam ingatan. Ketika PM1 mengingat respons terhadap keluhan dan PM2 mengingat pakaian, keduanya menunjukkan jalur pemaknaan berbeda dari konten yang sama-sama terlihat. Arti pentingnya ialah bahwa personal branding tidak selesai pada distribusi tanda. Penjelasan yang memadai harus memasukkan bagaimana tanda dihubungkan dengan kebutuhan dan pengalaman. Data kasus ini memberikan indikasi proses tersebut, tetapi belum memetakan variasinya di seluruh khalayak.

Responsivitas digital dan tuntutan pertanggungjawaban

P1 memaknai Instagram sebagai sumber informasi mengenai persoalan warga. Ia menjelaskan perhatian pada komentar dan isu yang banyak disuarakan, termasuk pelayanan administrasi kependudukan. PM1 mengingat konten mengenai kemudahan pembuatan KTP dan memaknainya sebagai bantuan terhadap persoalan konkret. Kesesuaian ingatan ini menunjukkan bahwa suatu isu pelayanan menjadi bagian menonjol dalam penilaian pengikut. Akan tetapi, artikel tidak menyimpulkan telah terjadi perubahan kualitas pelayanan atau penurunan pungutan liar. Keterangan informan menjelaskan relevansi yang dipersepsikan; evaluasi hasil pelayanan memerlukan bukti administratif dan pengalaman warga yang lebih luas.

"Kalau tidak viral saya juga tidak tahu. Bukan berarti tutup mata, tetapi memang baru tahu dari unggahan." (P1)

Pernyataan ini mengungkap batas sumber pengetahuan kandidat tentang persoalan publik. Viralitas membantu suatu masalah ditemukan, tetapi ketidakterlihatan dapat membuat masalah lain tidak masuk dalam perhatian yang sama. Artikel menafsirkan keadaan tersebut sebagai potensi selektivitas perhatian, bukan bukti bahwa algoritma secara langsung menyebabkan ketimpangan pelayanan. Bukti teknis distribusi konten, daftar aduan, dan tindak lanjut belum tersedia. Perbedaan ini mempertahankan nilai kritis temuan tanpa mengubah pengalaman satu aktor menjadi kesimpulan kausal mengenai sistem. Implikasinya, respons melalui media sosial perlu dibaca bersama akses warga terhadap saluran lain.

Penilaian PM2 terhadap relevansi konten lebih berhati-hati. Ia melihat janji kampanye, agenda pemerintahan, dan kehidupan sehari-hari, tetapi tidak menghubungkannya secara tegas dengan kebutuhan tertentu. Variasi ini menunjukkan bahwa relevansi tidak otomatis mengikuti keterpaparan. Pesan yang dianggap membantu oleh PM1 dapat hadir sebagai bagian dari campuran aktivitas oleh PM2. Dengan mempertahankan perbedaan tersebut, artikel tidak membangun narasi bahwa kedekatan digital diterima secara merata. Pengalaman pengguna, perhatian terhadap isu, dan perjumpaan yang mereka miliki menjadi konteks untuk memahami mengapa konten yang sama dapat memperoleh penekanan berbeda.

Sesudah pemilihan, P1 mengakui perubahan kebebasan bertindak dan kemudahan akses. Ia menyebut adanya batas kewenangan dan penyaringan melalui tim. Data ini berasal dari refleksi setelah kontestasi sehingga tidak boleh digunakan sebagai gambaran langsung seluruh masa kampanye. Perubahan tersebut penting karena persona yang dibangun melalui kedekatan dapat menghasilkan harapan terhadap akses personal yang berkelanjutan. Ketika akses kemudian lebih terorganisasi, pengikut menghadapi kemungkinan perbedaan antara kesan kampanye dan pengalaman berhubungan dengan pejabat. Artikel menempatkan hal ini sebagai persoalan kesinambungan representasi, bukan penilaian final keberhasilan pemerintahan.

"Menurut saya sesuai, meskipun memang belum secara maksimal." (PM2)

Ungkapan tersebut mempertahankan penerimaan sekaligus jarak evaluatif. PM2 tidak menyebut program, tanggal, atau kejadian tertentu yang dapat menjelaskan bagian yang belum maksimal. Oleh karena itu, pernyataan itu tidak cukup untuk menyimpulkan kegagalan kinerja. Penjelasan P1 tentang batas kewenangan juga tidak boleh langsung dijadikan penyebab penilaian PM2. Kedua penuturan berada pada posisi berbeda dan belum terhubung oleh bukti peristiwa yang sama. Nilai analitisnya terletak pada adanya ruang antara citra dan pelaksanaan yang dirasakan, yang perlu digali lebih lanjut melalui contoh tindakan serta pengalaman warga.

Temuan ini mengarahkan personal branding dari persoalan keteringatan menuju pertanggungjawaban. Kedekatan yang ditampilkan dapat membuka harapan, tetapi pemenuhan harapan perlu dinilai melalui tindakan yang dapat ditelusuri. Dalam kasus ini, autentisitas bukan hanya soal kesamaan gaya ketika bertemu. Ia juga menjadi persoalan apakah identitas yang pernah ditawarkan tetap memiliki arti ketika kandidat memasuki struktur kewenangan. Artikel menawarkan pembacaan tersebut sebagai implikasi interpretatif, bukan hasil evaluasi longitudinal. Dengan demikian,

pembahasan setelah pemilihan memberi arah pertanyaan lanjutan tanpa mengambil alih fungsi penelitian tentang kinerja atau pelayanan publik.

Sintesis konstruksi personal branding yang berlapis

Empat poros pembahasan menunjukkan hubungan antara identitas yang dimaksudkan, representasi yang dikelola, dan makna yang diterima. Kurasi menentukan bagian diri yang hadir; simbol memudahkan pengenalan; penggunaan format dan kerja produksi menopang keterlihatan; pengalaman pengikut memberi dasar penilaian. Hubungan ini tidak berlangsung sebagai urutan yang pasti. Pengalaman luring dapat mendahului pembacaan konten, sedangkan penilaian setelah pemilihan dapat mengubah ingatan tentang kampanye. Karena data retrospektif tidak menyediakan pengamatan setiap tahap secara langsung, hubungan berlapis tersebut diposisikan sebagai model interpretatif sementara, bukan proses temporal yang sudah dibuktikan secara lengkap.

Pembacaan ini mempertajam perhatian Rampersad terhadap keselarasan dan Goffman terhadap pengelolaan penampilan dengan menempatkan evaluasi pengikut di antara keduanya. Kandidat berusaha mempertahankan identitas, tetapi pengikut tidak menerima identitas itu secara utuh atau seragam. Mereka dapat mengakui kesesuaian karakter sambil membatasi penilaian kapasitas dan tindakan. Kontribusi artikel terletak pada hubungan tersebut: autentisitas yang diterima tetap terbuka terhadap syarat dan koreksi. Sintesis ini berhubungan dengan perbedaan antara autentisitas yang ditawarkan dan yang dipersepsikan dalam literatur politik (Luebke & Engelmann, 2022, 2023), tanpa mengklaim telah mengembangkan teori universal dari tiga informan.

Secara praktis, kasus ini mengisyaratkan pentingnya ketepatan klaim identitas dan kejelasan hubungan antara komunikasi dengan tindakan. Perbedaan ingatan mengenai pendidikan dan profesi menunjukkan perlunya penjelasan yang tidak mengaburkan pengalaman. Perbedaan penilaian konsistensi menunjukkan bahwa keseragaman visual perlu disertai kesempatan menelusuri tindakan. Keterangan tentang viralitas menunjukkan perlunya menghubungkan perhatian digital dengan saluran aspirasi yang lebih dapat dijangkau. Implikasi tersebut merupakan hasil penafsiran kasus, bukan formula keberhasilan kampanye. Nilainya adalah menyediakan pertanyaan evaluatif yang menjaga warga sebagai pihak yang menilai representasi dan menuntut pertanggungjawaban.

Kesimpulan

Personal branding Putri Karlina dalam korpus penelitian ini dikonstruksi melalui hubungan antara kurasi diri, diferensiasi perempuan muda, pengulangan simbol, dan pemaknaan dua pengikut. Kedua pengikut menilai kesesuaian persona melalui pengalaman digital dan perjumpaan langsung, tetapi tidak memberikan penilaian identik mengenai kapasitas serta pelaksanaan tindakan. Temuan tersebut menjawab tujuan artikel dengan memperlihatkan bahwa penerimaan identitas memiliki bagian yang mendukung dan bagian yang bersyarat. Pengelolaan penampilan dapat berjalan bersama persepsi autentisitas, sementara keteringatan visual belum cukup menjelaskan kredibilitas. Dengan demikian, autentisitas politik dipahami sebagai penilaian relasional yang tetap terbuka terhadap perbandingan dan koreksi.

Kontribusi konseptual artikel ialah mempertemukan keselarasan identitas dan presentasi diri melalui perhatian terhadap evaluasi pengikut. Responsivitas digital dan refleksi setelah pemilihan memperlihatkan bahwa makna kedekatan perlu diperiksa bersama tuntutan akses dan tindakan publik. Namun, simpulan ini berlaku pada korpus terbatas dan tidak menunjukkan pengaruh Instagram terhadap kemenangan, mekanisme algoritma, atau kualitas pemerintahan. Penelitian lanjutan perlu memeriksa hubungan tersebut melalui informan dengan pengalaman berbeda, arsip konten yang terlacak, serta bukti tindak lanjut pelayanan. Pengembangan itu diperlukan agar penjelasan berlapis dapat ditantang oleh data, bukan hanya dipertahankan karena sesuai dengan narasi kandidat.

Referensi

- Adeoye-Olatunde, O. A., & Olenik, N. L. (2021). Research and scholarly methods: Semi-structured interviews. *Journal of the American College of Clinical Pharmacy*, 4(10), 1358–1367. <https://doi.org/10.1002/jac5.1441>
- Bossetta, M. (2018). The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471–496. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Boulianne, S., Hoffmann, C. P., & Bossetta, M. (2025). Social media platforms for politics: A comparison of Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Reddit, Snapchat, and WhatsApp. *New Media & Society*, 27(11), 6006–6037. <https://doi.org/10.1177/14614448241262415>
- Brands, C., Kruikemeier, S., & Trilling, D. (2021). Insta(nt)famous? Visual self-presentation and the use of masculine and feminine issues by female politicians on Instagram. *Information, Communication & Society*, 24(14), 2016–2036. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1962942>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis? *Qualitative Research in Psychology*, 18(3), 328–352. <https://doi.org/10.1080/14780887.2020.1769238>
- Braun, V., & Clarke, V. (2024). A critical review of the reporting of reflexive thematic analysis in *Health Promotion International*. *Health Promotion International*, 39(3), Article daae049. <https://doi.org/10.1093/heapro/daae049>
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & Quantity*, 56, 1391–1412. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01182-y>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda. *Frontiers in Psychology*, 9, Article 2238. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., Oostrom, J. K., & Lysova, E. I. (2021). Personal brand equity: Scale development and validation. *Personnel Psychology*, 74(3), 505–542. <https://doi.org/10.1111/peps.12412>
- Hajad, V., Ikhsan, I., Latif, I. R., & Saputra, I. M. (2024). Countering stereotypes: How female politicians in Indonesia utilize Instagram. *Thammasat Review*, 27(1), 177–205. <https://sc01.tci-thaijo.org/index.php/tureview/article/view/240815>
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292, Article 114523. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>

- Hersandi, R. M., Nurhadi, Z. F., & Partiw, R. M. (2025). The rhetorical strategy of Putri Karlina in building the image of a female leader in the Garut regional election. *Sinergi International Journal of Communication Sciences*, 3(3), 191–209. <https://doi.org/10.61194/ijcs.v3i3.857>
- Ledbetter, A. M., & Meisner, C. (2021). Extending the personal branding affordances typology to parasocial interaction with public figures on social media: Social presence and media multiplexity as mediators. *Computers in Human Behavior*, 115, Article 106610. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106610>
- Luebke, S. M. (2021). Political authenticity: Conceptualization of a popular term. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 635–653. <https://doi.org/10.1177/1940161220948013>
- Luebke, S. M., & Engelmann, I. (2022). Do we know politicians' true selves from the media? Exploring the relationship between political media exposure and perceived political authenticity. *Social Media + Society*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.1177/20563051221077030>
- Luebke, S. M., & Engelmann, I. (2023). Perceiving politicians as true to themselves: Development and validation of the perceived political authenticity scale. *PLOS ONE*, 18(5), Article e0285344. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0285344>
- Olmos-Vega, F. M., Stalmeijer, R. E., Varpio, L., & Kahlke, R. (2023). A practical guide to reflexivity in qualitative research: AMEE Guide No. 149. *Medical Teacher*, 45(3), 241–251. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2022.2057287>
- Rampersad, H. K. (2009). *Authentic personal branding: A new blueprint for building and aligning a powerful leadership brand*. Information Age Publishing.