

BAB I

Pendahuluan

Latar Belakang

Dalam era demokrasi saat ini, setiap masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pendapat dan memiliki kesempatan pula untuk memimpin sesuatu asalkan orang tersebut bisa menarik perhatian atau dukungan dari masyarakat lain. Pemimpin biasanya identik dengan orang yang sudah bisa dikatakan dewasa dalam segi umur, karena menurut masyarakat orang yang sudah berumur memiliki sejumlah pengalaman dan kemampuan yang belum dimiliki oleh orang yang belum dikatakan dewasa.

Dunia politik di Indonesia saat ini mengalami sebuah perkembangan yang cukup pesat dan memiliki faktor yang penting dalam kemajuan bangsa Indonesia itu sendiri. Gelaran pemilu serentak di Indonesia sendiri dimulai sejak tahun 2019, dimana pada tahun tersebut negara Republik Indonesia ini melakukan pemilihan umum mulai dari tingkat presiden, provinsi, hingga tingkat kabupaten/ kota. Mulai dari tahun tersebutlah banyak orang yang pada akhirnya mencalonkan dirinya untuk maju dalam pemilu serentak tersebut untuk menjadi wakil rakyat ditingkat daerah maupun provinsi.

Sebelum membahas lebih jauh tentang personal branding, maka ada definisi lain yang harus diketahui terlebih dahulu yaitu tentang brand. American Marketing Association (AMA) mendefinisikan brand atau merek berdasarkan nama, istilah, logo, simbol, atau desain, atau kombinasinya, dalam sebuah artikel yang tujuannya adalah untuk mengidentifikasi perusahaan atau kelompok perusahaan barang dan jasa dan membandingkannya dengan perusahaan lain dibedakan (Haroen 2014).

Berdasarkan definisi merek di atas, Kotler (2002) menyimpulkan bahwa merek adalah nama atau simbol yang khas. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual atau kelompok penjual tertentu. Branding adalah sesuatu yang tidak terlihat tetapi memiliki efek yang sangat

nyata. Merek memberi sinyal kepada konsumen tentang asal usul merek itu sendiri dan melindungi konsumen dan produsen dari pesaing yang mencoba menawarkan produk yang terlihat sama.

Gary Armstrong dan Kotler dalam Haroen (2014) menjelaskan bahwa merek sejati biasanya bertujuan untuk menyampaikan empat makna. Empat hal tersebut adalah:

1. Atribut. Merek akan mengingatkan seseorang pada atribut tertentu. Misalnya keawetan sehingga hal tersebut memberi suatu landasan posisi yang baru bagi atribut lain dari produk tersebut.
2. Manfaat. Customer tidak membeli atribut tetapi mereka membeli manfaat dari produk tersebut. Oleh karenanya , atribut harus diartikan menjadi manfaat fungsional dan emosional.
3. Nilai. Brand mencerminkan suatu hal tentang nilai- nilai pembeli. Maksudnya adalah, merek tertentu pasti memiliki nilai yang khas dari merek itu sendiri. Nilai tersebut yang akan dilihat dan dinilai oleh pembeli dari merek tersebut. Atau dalam kata lain, pembeli akan mengetahui bahwasannya nilai dari merek tersebut adalah sesuatu yang berbeda atau lebih dari merek lainnya.
4. Kepribadian. Brand merefleksikan kepribadian. Brand akan menarik orang yang gambaran aslinya dan citra dirinya sesuai dengan citra brand.

Membahas tentang brand, jika ingin brand dari suatu produk tersebut menancap di pikiran orang dengan baik yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari pemilik produk maka membutuhkan upaya atas proses yang terus menerus agar brand tersebut menancap ke hati dan pikiran publik. Upaya serta proses tersebut dinamakan *branding*. *Branding* merupakan suatu upaya memperkenalkan produk hingga produk itu dimengerti, dipahami, dan dipakai oleh masyarakat. Branding dilakukan atas dasar untuk menghadirkan pencitraan yang selaras dengan apa yang dikehendaki bagi pemilik produk (Haroen 2014).

Definisi lain tentang *branding* adalah semua aktifitas untuk menciptakan brand yang terbaik, yang berlandaskan pada nilai suatu merk berdasarkan loyalitas, kesadaran, persepsi kualitas dan asosiasi dari suatu brand. *Branding*

pada hakekatnya bukan hanya untuk menampilkan sesuatu yang terbaik dari suatu produk semata melainkan juga agar brand tertanam kedalam benak konsumen (Haroen 2014).

Personal Branding merupakan citra yang jelas, kuat yang ditanamkan dalam pikiran publik untuk merepresentasikan nilai, kepribadian, keahlian, keunikan, keaslian dari pelaku personal branding serta janji yang ditawarkan dan hubungan antara pelaku personal branding dengan orang lain (Montoya & Vandehey 2009 dalam Robby Firmansyah). Tumewu (2014) mendefinisikan personal branding sebagai suatu kesan yang berkaitan dan ditimbulkan atas nilai, keahlian, perilaku, dan prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja maupun tidak dengan sengaja untuk menampilkan citra dirinya. Pembentukan personal branding dilakukan dengan mengkomunikasikan berbagai aspek tentang dirinya yang berupa nilai, kepribadian, keahlian, janji yang tampak dari pelaku personal branding itu sendiri. Kampanye politik merupakan suatu elemen penting dalam menjangkau dan menarik hati rakyat untuk bersedia memilih calon yang akan maju dalam gelaran pemilihan umum. Satu kegiatan kampanye yang penting dilakukan disini adalah Personal Branding.

Personal brand merupakan persepsi yang tertancap dan terjaga dalam pikiran masyarakat. Tentu saja tujuan akhirnya adalah bagaimana orang lain itu memiliki penilaian positif atau persepsi yang baik sehingga bisa melangkah ke trus atau kepercayaan atau ke hal-hal yang dilakukan lainnya. Misal, memilih seseorang sebagai calon anggota dewan atau memanfaatkan jasanya. Pada umumnya, suatu personal brand yang baik selalu memiliki tiga unsur mendasar yang menyatu. Sesuai dengan yang ditulis oleh McNally & Speak (2004). Ketiga hal tersebut adalah :

1. Kekhasan. Personal brand yang baik menegaskan sesuatu yang sangat spesifik atau unik sehingga berbeda dengan kebanyakan masyarakat lainnya. Keunikan disini sendiri bisa direpresentasikan dengan kualitas pribadi, tampilan diri, atau keahlian. Hal itu didasari bahwa semua orang adalah makhluk yang spesifik dan unik. Maka tinggal bagaimana memanfaatkan kekhasan tersebut.

2. Relevansi. Personal brand yang kuat biasanya menjelaskan sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat dan punya relevansi dengan karakter orangnya. Jika relevansi tersebut tidak ada maka sulit terjadi penguatan pada pikiran masyarakat.
3. Konsistensi personal brand yang baik biasanya hasil dari upaya -upaya branding yang dilakukan secara konsisten melalui berbagai cara sehingga terbentuk dengan yang biasa disebut dengan brand equity (keunggulan merek).

Perkembangan internet terutama penggunaan media sosial pada zaman sekarang pun memiliki peranan penting dalam sebuah kampanye politik. Penggunaan media sosial yang dapat digunakan dan dimiliki oleh semua orang memudahkan pelaku personal branding untuk mengkampanyekan dirinya agar menarik segala perhatian masyarakat agar memilih pelaku personal branding tersebut dalam gelaran pemilihan umum di Indonesia. Sifat media sosial yang terbuka dan memudahkan siapa saja masyarakat yang ingin tahu tentang seseorang tersebut bisa langsung mencari lewat media sosialnya dan dapat langsung diketahui saat itu pula. Menurut Sulaiman (2003) dalam Satya mengatakan bahwa dinamika fenomena media sosial memberikan kekuatan dalam kampanye politik dan komunikasi politik.

Penggunaan media sosial sebagai sarana untuk berkampanye dalam gelaran pemilihan umum merupakan salah satu langkah untuk membentuk personal branding seorang calon legislatif. Timothy P. O'Brien dalam Satya 2020, personal branding adalah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki oleh orang tersebut. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan personal branding adalah kegiatan yang ditujukan untuk membentuk persepsi masyarakat tentang seorang individu baik dari kepribadian, kemampuan diri, sifat, dan nilai- nilai positif tentang pelaku personal branding. Akibat dari kegiatan tersebut diharapkan masyarakat dapat memiliki kepercayaan terhadap pelaku personal branding yang disini pelaku tersebut sebagai calon legislatif agar masyarakat bisa secara penuh untuk mendukung calon legislatif tersebut supaya

bisa menjadi wakil rakyat sesuai dengan apa yang dia inginkan di kursi pemerintahan.

Meningkatnya aktifitas yang dilakukan melalui media sosial tidak luput dari berkembangnya teknologi komunikasi yang sangat cepat. Teknologi yang berkembang pesat ini, membuat perubahan yang mempengaruhi cara berkomunikasi dengan orang lain. Generasi millennial seperti Juliana Evawati pun tidak luput untuk menggunakan teknologi. Kalangan millennial memiliki tingkat penggunaan media sosial yang tinggi. Media sosial digunakan sebagai bahan acuan untuk berkomunikasi maupun memberi informasi yang bisa mengubah pola pikir masyarakat dari berbagai kalangan (Nurudin,2020)

Personal branding dilakukan untuk membentuk citra diri, melakukan komunikasi terhadap audiens bahwasannya citra diri yang disampaikan sesuai dengan apa yang ada didalam diri itu sendiri. Internet juga tidak luput dalam media yang digunakan untuk membentuk citra diri. Internet memungkinkan kita semua untuk berkomunikasi dengan banyak orang untuk menyampaikan apa yang akan diri kita lakukan, apa yang diri kita perbuat dan apa yang diri kita bentuk untuk membangun citra diri yang positif (Montoya 2002).

Juliana evawati adalah seorang wanita yang berhasil menjadi wakil rakyat di Kota Surabaya yang tidak luput dari kegiatan personal branding. Wanita tersebut menjadi wanita termuda yang dipercaya oleh warga surabaya untuk menjadi wakil rakyat dalam pagelaran pemilihan umum serentak di Indonesia. Saat ini Juliana Evawati menduduki atau menjabat sebagai anggota DPRD Kota Surabaya periode 2019- 2024. Menurutnya, menjadi wakil rakyat tidak ada salahnya dilakukan oleh generasi muda dan wanita ini merasa mampu dan optimis bisa mengemban tugas sebagai wakil rakyat di Kota Surabaya. Alasan lainnya adalah wanita yang akrab disapa Jeje ini menjelaskan bahwa dia mencalonkan diri untuk menjadi wakil rakyat adalah ingin memberikan perubahan karena sudah bosan dengan kegiatan yang itu itu saja. Wanita ini dalam kampanye nya menjadikan anak muda sebagai target untuk mendulang suara dalam Pemilihan Umum tersebut.

Dapil 2 Kota Surabaya yang meliputi daerah Tambaksari, Semampir, Kenjeran, dan Pabean Cantikan menjadi area dari kampanye Jeje ini. Di himpun dari detik.com, Jeje berhasil menjadi anggota legislatif termuda berkat mendulang suara total 4.495 di pemilihan umum tersebut. Perolehan suara tersebut menurut dia banyak dari kalangan muda dan dibantu dengan relawan- relawan Jeje dari Cak-Ning Surabaya. Seperti diketahui bahwa Juliana Evawati atau Jeje ini adalah alumnus Cak-Ning Surabaya pada tahun 2013. Jeje mendapatkan dukungan penuh dari anak muda yang lain dikarenakan memiliki tujuan yang sama dan merasa jenuh atau bosan terhadap perubahan politik yang begitu- begitu saja. Maka dari itu, Jeje mengkampanyekan kepada anak muda bahwa dia akan membawa perubahan jika dia bisa menjadi wakil rakyat di Kota Surabaya.

Dalam hal ini, adapun alasan penulis memilih objek penelitian Juliana Evawati dalam penelitian ini adalah Juliana Evawati menjadi anggota legislatif daerah termuda dalam pemilihan umum 2019 di Kota Surabaya. Selain itu, Juliana Evawati adalah orang yang pernah memenangkan pegelaran Cak & Ning Kota Surabaya. Tentu hal ini membuat penulis ingin meneliti tentang sosok anggota legislatif termuda surabaya ini. Hal ini tentu saja menunjukkan kepada anak muda lainnya bahwa kalangan muda pun memiliki kesempatan untuk menjadi wakil rakyat di kursi parlemen daerahnya. Meskipun anak muda tersebut belum memiliki pengalaman yang banyak dalam dunia politik, namun jika anak muda dengan sungguh- sungguh ingin dan memiliki tujuan untuk membawa perubahan dalam daerahnya dengan menjadi wakil rakyat bukan tidak mungkin kesempatan tersebut bisa tercapai.

Membahas tentang personal branding dari Juliana Evawati untuk menarik minat pemilih dalam gelaran pemilu 2019 maka perlu diketahui dasarnya apa yang dimaksud dengan minat terlebih dahulu. Secara gambaran umum, minat adalah sebuah ketertarikan bisa secara emosional maupun fisik dari suatu individu terhadap sesuatu objek atau subjek yang ditemui atau dilihat. Menurut Ana Laila dan Zuchdi (2004: 116) mengatakan bahwa minat adalah kekuatan yang bisa menyebabkan seseorang memberikan perhatian kepada orang lain atau pada aktifitas lainnya.

Pengertian lain tentang minat dikemukakan oleh Slameto (2003:57) minat bisa dikaitkan dengan bagaimana manusia atau individu berpartisipasi dalam suatu aktifitas atau kegiatan. Semakin besar minat yang dimiliki oleh seseorang terhadap sesuatu maka semakin besar pula kesempatan untuk individu tersebut berpartisipasi dalam suatu kegiatan yang ada. Hal ini yang mendasari bahwa bagaimana Juliana Evawati melakukan personal branding untuk membuat ketertarikan antara dirinya dengan masyarakat sekitar terutama masyarakat yang berada di wilayah Dapil II Surabaya.

Dari penjelasan tentang minat tersebut maka dapat diketahui bahwa minat memiliki peran penting untuk memetakan atau mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat atau orang lain. Jika hal tersebut dikaitkan dengan personal branding yang dilakukan Ning Jeje pada pemilu 2019 maka ketika Ning Jeje akan maju pada pemilu 2019 sudah mengetahui bagaimana caranya untuk membuat atau menumbuhkan minat masyarakat untuk bersedia memilih dirinya. Ketika Juliana Evawati tersebut sudah berhasil untuk menarik minat masyarakat yang berada di wilayah pilihannya maka akan ada kecondongan masyarakat sana untuk memilih dan mencoblos dirinya hingga akhirnya berhasil menjadi anggota legislatif DPRD Kota Surabaya.

Berbicara tentang legislatif muda maka perlu diketahui terlebih dahulu apa itu legislatif muda. Dikutip dari Aivanni, Nur. (2020 September 8). Legislator Milenial Diminta Lebih Kritis. diakses dari portal berita mediaindonesia.com legislatif muda adalah seseorang yang menjadi anggota legislatif muda dari generasi millennial. Generasi millennial sendiri adalah generasi yang berasal atau lahir di tahun 1990an. Kehadiran generasi millennial dalam kursi politik menjadi sebuah hal baru dan diharapkan generasi tersebut dapat lebih kritis dikarenakan masih memiliki semangat dan energi yang tinggi. Peneliti senior Formappi Djadijono yang dilansir dari mediaindonesia.com mengatakan bahwa legislatif muda memiliki nilai lebih dalam semangat dan energinya, tetapi masih kurang memiliki pengalaman yang memadai dalam menjalankan dan melaksanakan tugas pokok dari dewan legislatif tersebut. Maka dari itu generasi millennial diharapkan harus terus semangat dan juga banyak belajar dari para seniornya yang

sudah memiliki pengalaman memadai khususnya dalam dunia politik agar bisa mengemban amanah dan melaksanakan tugas dengan akurat dan tepat.

Adapun dalam hal ini, peneliti mengambil objek Juliana Evawati dalam penelitiannya adalah wanita yang akrab di sapa dengan sebutan Ning Jeje ini menjadi sosok wanita termuda dalam DPRD Kota Surabaya. Dikutip dari portal berita yang berjudul Juliana Evawati, Anggota Termuda DPRD Surabaya Wakil Milenial di Legislatif (2020, November 26). Diakses dari [artikel_](#) bahwa sosok Juliana Evawati ini adalah anggota legislatif termuda yang ada di Surabaya. Menurut peneliti, hal ini menarik untuk diteliti dikarenakan belum banyak kalangan muda yang berpartisipasi langsung dalam pemilihan umum dan mau menjadi wakil rakyat secara langsung di daerahnya. Menjadi menarik jika ada masyarakat dari kalangan muda Indonesia mau menjadi wadah aspirasi bagi kalangan muda lain dan aspirasi dari masyarakat daerahnya dalam kursi parlemen di suatu kota.

Adapun hal lain yang mendasari penelitian ini dilakukan selanjutnya adalah melihat ke belakang bahwasannya bagaimana kalangan muda atau kaum muda berperan aktif dalam bangsa Indonesia. Menurut Umar (2008) kaum muda selalu memiliki peran yang sangat strategis dari setiap peristiwa penting yang terjadi. Bahkan bisa disebutkan bahwa pemuda menjadi tulang punggung dari semangat perjuangan melawan penjajahan Belanda dan Jepang kala itu. Peran lain dari kaum muda yaitu sebagai pengontrol independen terhadap segala suatu kebijakan yang diciptakan oleh pemerintah dan penguasa khususnya di Indonesia. Kaum muda Indonesia juga secara aktif melakukan kritik terhadap pemerintahan jika tidak berpihak kepada masyarakat.

Peristiwa-peristiwa besar kerap terjadi dalam dunia politik Indonesia yang didalamnya tidak luput dari hadirnya kaum muda. Diawali pada tanggal 20 Mei 1908 beberapa pelajar STOVIA yang dipimpin oleh kaum muda bernama Soetomo mendirikan Budi Oetomo di Jakarta. Kedua, 28 Oktober diperingati sebagai hari Sumpah Pemuda. Dan yang ketiga pada tahun 12 Mei 1998 terjadi peristiwa Trisakti yang dianggap sebagai awal bangkitnya era reformasi. Dari

ketiga kejadian tersebut dapat dilihat bahwasannya kaum muda menjadi pelopor penting bagi sebuah perubahan (Umar, 2008).

Berdasarkan perihal pemuda tersebut maka perlu diketahui bahwa arti sesungguhnya dari pemuda. Menurut Umar (2008) dalam bahasa Indonesia, pemuda dikenal dengan sebutan generasi muda dan kaum muda yang memiliki terminologi beragam. Dalam kata pemuda, digunakan istilah yaitu *young human resources* sebagai salah satu sumber pembangunan. Pemuda disini adalah generasi yang ditempatkan sebagai subjek pemberdayaan yang memiliki kualifikasi efektif dengan kemampuan keterampilan yang didukung penguasaan iptek untuk dapat maju dan berdiri dalam keterlibatannta secara aktif bersama kekuatan efektif lainnya yang berguna untuk menyelesaikan masalah- masalah yang sedang dihadapi bangsa.

Definisi lain tentang pemuda yaitu suatu individu yang mana jika dilihat dari segi fisik sedang mengalami pertumbuhan jasmani dan secara psikis sedang mengalami perkembangan emosional. Maka dari itu, pemuda merupakan sumber daya manusia yang membangun baik saat ini maupun saat yang akan datang. Terutama sebagai calon generasi penerus yang akan menggantikan generasi sebelumnya (Umar 2008).

Melihat kebelakang, istilah pemuda sebelum orde baru sering dikaitkan dengan kegiatan politik. Para pemuda ditampilkan menghabiskan waktunya dengan aktifitas yang bersifat politik. Aktifitas tersebut seperti rapat, diskusi masalah bangsa, hingga perjuangan yang bersenjata (Umar 2008). Penjelasan tersebut menegaskan bahwa kalangan muda sudah memiliki peran penting dalam pembangunan bangsa atau berada didalam dunia politik sejak Bangsa Indonesia ini masih berada dalam Orde Baru.

Dari peristiwa besar yang terjadi di bangsa Indonesia dan adanya peran penting kaum muda bahkan sejak jaman orde baru maka kaum muda dapat mengemban tugas demi kemajuan negara Indonesia. Hal itu tentu disikapi secara wajar dan yang terpenting bagaimana mensinergiskan antara kaum muda dan kaum tua yang sama sama berada dalam dunia politik indonesia. Adapun keinginan kaum muda untuk tampil saat ini menunjukkan adanya kegelisahan dan

kepedulian dari kaum muda untuk ikut serta dalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi bangsa Indonesia (Umar 2008). Maka dari itu kaum muda dan juga wanita yang akrab disapa Ning Jeje ini ingin menunjukkan bahwa kalangan muda bisa membawa perubahan dan menunjukkan jika kalangan muda bisa mendapat kepercayaan dalam dunia politik.

Peran Pemuda dalam Pembangunan Politik di Indonesia

Pemuda Indonesia adalah masa depan negara. Oleh karena itu, setiap pemuda Indonesia, baik pelajar, mahasiswa, maupun yang telah menyelesaikan studinya, merupakan aktor penting yang akan mewujudkan cita-cita mencerdaskan kehidupan bangsa di masa depan. Sebagaimana tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, “para pendiri bangsa” Indonesia meletakkan dasar dan tujuan nasionalisme.

Masalah yang harus kita hadapi beragam dan bermacam-macam. Banyak masalah muncul sebagai warisan dari jaman dahulu, dan banyak problematika baru muncul saat ini atau yang akan datang di masa depan kita. Dalam menghadapi berbagai persoalan tersebut, selalu ada kecemasan, kekhawatiran bahkan ketakutan di Indonesia karena kelalaian atau kesalahan kita, atau karena hal-hal di luar kendali kita, seperti karena bencana alam atau karena krisis keuangan. Negara lain yang mempengaruhi perekonomian domestik kita (Heri J. 2015).

Dalam seratus tahun terakhir setelah kebangkitan nasional, delapan puluh lima tahun terakhir setelah pemuda mengucapkan sumpah, enam puluh delapan tahun terakhir setelah kemerdekaan, atau lima belas tahun terakhir. tahun reformasi dan keterbukaan, kami telah membuat kemajuan besar, tetapi masih banyak hal yang belum dan harus dilakukan. Karena banyaknya masalah yang dihadapi, terkadang masyarakat cenderung tersesat dalam mengeluhkan kekurangan, kelemahan, dan ancaman yang harus dihadapi, seolah-olah tidak ada jalan keluar atau solusi untuk mengatasi keadaan tersebut.

Penting bagi kita semua, terutama anak muda Indonesia, untuk membiasakan diri, yaitu melakukan apapun yang seharusnya kita lakukan untuk memperbaiki keadaan dan meningkatkan produktivitas kita sebagai bangsa dan

negara. Setiap anak negara perlu bertekad untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya masing-masing di luar apa yang seharusnya mereka lakukan, dan hanya untuk mendapatkan hak yang tidak lebih dari yang menjadi haknya. Sebagai pewaris utama negara dan penerus cita-cita negara, pemuda perlu mempersiapkan dan mengembangkan diri menjadi calon pemimpin negara, sehingga dapat menjadi generasi penerus bangsa yang berkarakter, berakal, berakhlak mulia, terampil dan bertanggung jawab. masa depan negara, kemakmuran dan martabat.

Setiap warga negara mendapatkan hak politik yang dijamin dengan undang-undang. Bagi mahasiswa atau pemuda, hak politik ini tentu tidak boleh di apresiasi dalam bentuk kegiatan politik praktis dilingkungan kampus tetapi diberi kebebasan untuk memilih, menentukan keikutsertaannya pada organisasi-organisasi politik yang berada diluar kampus. Hal ini adalah bentuk etika yang membatasi aktivitas politik praktis bagi generasi muda yang tidak boleh dilanggar.

Mahasiswa atau pemuda sebagai calon intelektual muda tentu harus aktif merespon terhadap dinamika sosial dan politik namun tidak menjadikan kampus sebagai sarana untuk berpolitik praktis. Politik harus bersifat *take and give*, berkonsesus yang mampu menyuarakan kepentingan rakyat bukan untuk menghasilkan orang-orang yang otoriter dengan gaya politik kekerasan dan memberi hal hal yang berbau konflik karena perilaku politik dipandu dengan nilai-nilai emosional.

Pemuda dan Kesadaran Berkonstitusi

Sebagai pemuda Indonesia yang memiliki peran penting dalam kedaulatan negara maka ada baiknya kita harus tetap mengingat perjuangan pemuda jaman dahulu kala. Yang pada akhirnya disemangati atau dicetuskan dalam Sumpah Pemuda yang memiliki kesadaran atas kemajuan dan perkembangan bangsa Indonesia. Dari Sumpah Pemuda maka kita sebagai generasi muda atau millennial harus menjunjung tinggi nilai persatuan bangsa. Namun ada kesalahan dalam pemahaman kita tentang makna persatuan, yang tampak sebagai kesatuan, termasuk dalam masalah bahasa. Kesalahpahaman ini terutama tercermin dalam lagu "satu nusa, satu bangsa" yang biasa kita nyanyikan. Jadi sumpah pemuda kita

berarti hanya tahu satu bahasa, Bahasa Indonesia, mengabaikan dan menyangkal banyak bahasa daerah. Padahal, teks asli Sumpah Pemuda mengatakan bahwa kita "menjunjung tinggi bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan". Artinya bahasa Indonesia merupakan bahasa pemersatu dan bukan satu-satunya bahasa yang diakui oleh bangsa dan negara. Kesalahpahaman ini mari kita luruskan bahwasannya kita sebagai negara berdaulat harus bersatu sebagai bangsa dalam NKRI yang memiliki semboyan “Bhinneka Tunggal Ika”. Keragaman bahasa, keragaman keyakinan agama, perbedaan ras bahkan budaya adalah kekayaan bangsa Indonesia ini. Namun, ditengah-tengah keragaman ini kita harus bertekad untuk bersatu sebagaimana tercemin dalam sila ketiga pancasila “Persatuan Indonesia”. Kita harus bersatu dalam perbedaan dan keragaman Bhinneka Tunggal Ika. Dalam semangat persatuan ini, kita beragam kita berbeda namun kita tetap kuat bersatu (Latif, 2011: 369).

Seusai masa reformasi yang terjadi dan adanya revisi dalam Undang-Undang Dasar Republik Indonesia pada Tahun 1945, semangat pluralisme telah ditegaskan kembali dalam perumusan ketentuan ketatanegaraan. Pemerintah menerapkan prinsip otonomi daerah yang memiliki jangkauan secara luas. Bahkan wilayah pemerintah daerah khusus seperti Papua, Aceh, dan Yogyakarta atau pemerintah daerah khusus seperti DKI Jakarta, diberi ruang untuk menjadi berbeda atau berkesempatan memiliki ciri khusus atau yang ciri berbeda dari daerah yang lain secara umum.

Perempuan Dalam Politik di Era Demokrasi

Era demokrasi saat ini, perempuan sejatinya bisa mengikuti dan bahkan bisa berpartisipasi langsung dalam politik di Indonesia. Bahkan menurut data yang ada saat ini, hanya ada sekitar 18% anggota parlemen perempuan diseluruh dunia. Padahal secara populasi di Indonesia, kuantitas dari jumlah perempuan dan laki-laki hampir sama (Hendrarto, 2019). Namun, gelaran politik yang ada saat ini di Indonesia kebanyakan diikuti oleh laki-laki dan yang sudah berumur tua juga. Hal ini menimbulkan kesenjangan gender dan juga tidak menjamin bahwasannya wanita memiliki jabatan dan peran yang sama dengan laki-laki.

Atas dasar kesenjangan tersebut, pemerintah kemudian membuat aturan atau kebijakan baru terkait dengan hal ini. Aturan tersebut tertuang dalam lahirnya undang-undang (UU) partai politik, UU tentang pemilu yang didalamnya terdapat syarat keterwakilan perempuan dalam pendirian, dalam kepengurusan partai politik dan dalam pengajuan sebagai calon anggota legislatif sebanyak 30% (Hendrarto, 2019). Diharapkan dengan munculnya UU tersebut akan memberikan kesempatan dan ruang bagi perempuan Indonesia untuk terlibat dan berpartisipasi langsung secara aktif dalam kegiatan politik di Indonesia.

Adanya peraturan tersebut mendasari Ning Juliana sebagai seorang wanita memiliki minat dan ketertarikan untuk maju dan mencalonkan diri dalam kegiatan pemilu tahun 2019. Disisi lain, Ning Juliana memang memiliki dasar dan tujuan untuk ikut dalam kegiatan politik tersebut dikarenakan adanya hal yang menjadi kesenjangan antara pemerintahan dan masyarakat secara langsung. Terlebih lagi, Ning Juliana masih bisa dikatakan tergolong muda untuk maju dalam kegiatan politik secara langsung untuk memimpin. Kesadaran dari kaum muda dan wanita dari Ning Juliana ini diharapkan bisa membawa dampak yang baik bagi masyarakat lain serta bisa jadi sebagai dorongan bagi kaum muda lain untuk mau berkecimpung dalam dunia politik dan membawa perubahan untuk daerah maupun negara.

Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka penulis ini tertarik melakukan penelitian “bagaimana strategi personal branding legislatif muda Juliana Evawati dalam membentuk kepercayaan pemilih di Surabaya” ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam penerapan personal branding dalam dunia politik yang khususnya tergambar dalam latar belakang masalah dan rumusan masalah. Selain itu ada beberapa poin tujuan yang lebih spesifik untuk diketahui dalam penelitian ini. Yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh tim sukses dari Juliana Evawati dan juga Juliana Evawati itu sendiri dalam melakukan personal branding untuk pemilihan umum calon anggota legislative pada tahun 2019.
2. Untuk mengetahui bagaimana pentingnya personal branding dalam kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh Juliana Evawati dan tim sukses nya dalam pemilu 2019

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi pengetahuan dan pengalaman baru bagi penulis khususnya dalam bidang personal branding di dunia politik. Selain itu manfaatnya adalah bagaimana penulis bisa mengetahui tujuan dari personal branding yang dilakukan untuk membentuk citra diri di dalam masyarakat. Sehingga hal tersebut bisa menjadi motivasi bagi penulis untuk menjadi dan membuat penelitian yang lebih mendalam dan lebih baik lagi ke depannya.

b. Bagi Peneliti Lanjutan

Penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi peneliti lanjutan yang ingin mengetahui lebih dalam tentang personal branding khususnya didalam dunia politik. Selain itu penulis berharap penelitian ini dapat membantu orang lain untuk mengetahui dan menerapkan poin-poin yang ada di dalam personal branding untuk membentuk atau membangun citra diri dalam masyarakat. Dan yang terakhir semoga dalam penelitian lanjutan bisa lebih baik dan lebih ilmiah daripada penelitian ini