

Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk *Personal Branding*

Stevani dan Widayatmoko

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
widayatmoko@fikom.untar.ac.id

Abstract

The life story of Susi Pudjiastuti is admired by many people for her hard work, until becoming successful by having so much company in the field of aviation and fisheries. Susi Pudjiastuti is also well known to the public for his work in the ministry. Good performance makes Susi Pudjiastuti popular among Jokowi's working cabinet. Currently, the Brand Name in humans is personal branding which is the trend of the formation of self-image and the creation of good perception from others to us. This research will discuss about personality, communication and personal branding Susi Pudjiastuti with qualitative research method. Good personality makes Susi Pudjiastuti has the ability to communicate well and liked by the community. Personality and communication can form a personal branding Susi Pudjiastuti a natural. By exposing the personality and communication of Susi Pudjiastuti in forming personal branding, then people will realize the importance of personality and Communication in forming a natural personal branding.

Keyword: *interpersonal communication, personality, personal branding*

Abstrak

Kisah hidup Susi Pudjiastuti banyak dikagumi oleh banyak orang atas kerja kerasnya hingga menjadi sukses dengan memiliki banyak perusahaan di bidang penerbangan dan perikanan. Susi Pudjiastuti juga dikenal baik oleh masyarakat akan kinerjanya dalam bekerja di kementerian. Kinerja yang baik menjadikan Susi Pudjiastuti populer diantara kabinet kerja Jokowi. Saat ini, Sebutan merek pada manusia adalah *personal branding* yang merupakan *trend* dari pembentukan pencitraan diri dan penciptaan persepsi yang baik dari orang lain kepada kita. Penelitian ini akan membahas mengenai kepribadian, komunikasi serta *personal branding* Susi Pudjiastuti dengan metode penelitian kualitatif. Kepribadian yang baik menjadikan Susi Pudjiastuti memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan disenangi oleh masyarakat. Kepribadian dan komunikasi tersebut dapat membentuk *personal branding* Susi Pudjiastuti yang alami. Dengan memaparkan kepribadian dan komunikasi Susi Pudjiastuti dalam membentuk *personal branding*, maka masyarakat akan menyadari pentingnya kepribadian dan Komunikasi dalam membentuk *personal branding* yang *natural*.

Kata Kunci: kepribadian, komunikasi *interpersonal, personal branding*

Pendahuluan

Kehadiran Susi Pudjiastuti di kabinet kerja menjadi sorotan media, setelah Susi Pudjiastuti diangkat menjadi Menteri Kelautan dan Perikanan

Republik Indonesia dalam kabinet kerja oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo. Susi Pudjiastuti merupakan salah satu kabinet kerja Joko Widodo yang memiliki pendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama (SMP), hal ini yang membuat banyak media menyorot kehidupan pribadi Susi Pudjiastuti.

Susi Pudjiastuti merupakan seorang perempuan yang kuat, bertekad tinggi serta pejuang keras untuk mencapai cita-citanya. Kisah perjalanan hidup Susi Pudjiastuti banyak di kagumi, serta menginspirasi banyak masyarakat. Sikap Susi Pudjiastuti yang mandiri, pekerja keras, supel, jujur, pemberani dan berjiwa sosial membuat Susi Pudjiastuti terlihat berbeda diantara sekian banyaknya kabinet kerja Joko Widodo.

Kepribadian dan Komunikasi merupakan sebuah penghubung yang erat. Kepribadian merupakan bagian dari psikologis serta ada didalam diri setiap individu, dan komunikasi merupakan salah satu bentuk kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari manusia. Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari setiap manusia karena dalam keseharian manusia selalu menggunakan sebagian besar waktu untuk berkomunikasi dengan orang disekitarnya. Komunikasi merupakan cara untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis seseorang. Dalam hal ini penulis akan meneliti mengenai komunikasi yang dilakukan oleh Susi Pudjiastuti untuk mengendalikan lingkungan fisik dan cara berkomunikasi dengan orang lain berdasarkan karakter atau sifat sosial yang ada pada Susi Pudjiastuti.

Latar belakang Susi Pudjiastuti serta kepribadiannya yang baik, membuatnya menjadi seorang menteri yang dikenal baik oleh masyarakat dengan hasil kinerja yang baik dalam kabinet kerja Joko Widodo (Jokowi). Selain itu, dalam melakukan sesuatu, perlu dilakukan komunikasi. Sehingga apa yang disampaikan oleh Susi Pudjiastuti kepada rekan kerjanya dapat terlaksana dan terorganisasi dengan baik.



Gambar 1: Survei Kinerja Kabinet Kerja Jokowi

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=d-zJEJy7pFM&index=1&list=PLzjoySXzNEdJZPDVrOWEhvi5HenPkWgJo>)



Gambar 1: Survei Popularitas Kabinet Kerja Jokowi

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=d-zJEJy7pFM&index=1&list=PLzjoySXzNEdJZPDVrOWEhvi5HenPkWgJo>)

Dalam survei kabinet kerja Jokowi, Susi Pudjiastuti mendapatkan peringkat pertama dalam kinerja yang dilakukannya setelah dilantik menjadi Menteri Kelautan dan Perikanan. Dalam survei mengenai popularitas kabinet kerja Susi Pudjiastuti mendapatkan peringkat pertama dalam survei kabinet kerja oleh *Survei Populi Center* yang disiarkan oleh program siaran televisi Mata Nadjwa dalam “Aksi Susi”.

Setiap tokoh masyarakat biasanya selalu membentuk popularitas dan juga persepsi orang terhadap kinerja yang menjadi hal penting. Pembentukan persepsi dan juga popularitas menjadi bagian dari *personal branding*. *Personal branding* memiliki peran penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan karier seseorang dan menjadi trend saat ini di berbagai kalangan masyarakat dari dunia bisnis, dunia kerja, dunia hiburan dan juga dunia politik.

Kepribadian dan Komunikasi merupakan salah satu pembentuk *personal brand*. *Personal branding* adalah bagaimana seseorang memproduk diri mereka dengan membentuk kepribadian yang baik bagi diri sendiri baik secara disengaja ataupun tidak disengaja. Kepribadian baik dan membentuk *personal branding* akan terlihat atau terbentuk apabila seseorang dapat menampilkan hal tersebut dengan komunikasi yang efektif dan baik dengan orang lain. Berdasarkan hal tersebut maka penulis akan melakukan penelitian mengenai “Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk *Personal Branding*”. Rumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana kepribadian dan komunikasi Susi Pudjiastuti?; (2) *Personal brand* seperti apa yang dimiliki oleh Susi Pudjiastuti? ; (3) Bagaimana kepribadian dan komunikasi Susi Pudjiastuti dalam membentuk *personal brand* Susi Pudjiastuti?. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tentang kepribadian dan komunikasi dari Susi Pudjiastuti dan untuk mengetahui *personal branding* dari Susi Pudjiastuti.

Konsep teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi interpersonal dan *personal branding*. Menurut Joseph A. Devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* (Devito, 1989), komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (*the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*).

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan, komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi secara dialogis, dimana saat seorang komunikator berbicara maka akan terjadi umpan balik dari komunikan sehingga terdapat interaksi. Dalam komunikasi dialogis, baik komunikator maupun komunikan, keduanya aktif dalam proses pertukaran informasi yang berlangsung dalam interaksi.

Ciri-ciri efektifitas komunikasi antarpribadi menurut Kumar (Wiryanto, 2005) dan De vito (Sugiyono, 2005) bahwa ciri-ciri komunikasi antarpribadi tersebut yaitu:

- a) Keterbukaan (*Openess*), yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antar pribadi.
- b) Empati (*Empathy*), yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain.

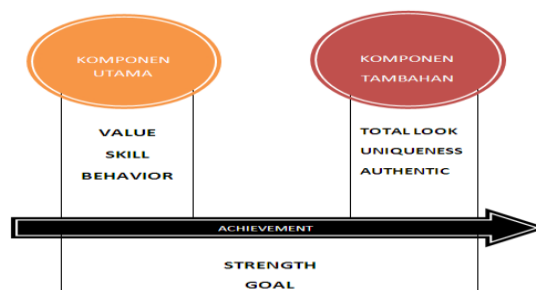
- c) Dukungan (*Supportiveness*), yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif.
- d) Rasa positif (*positiveness*), seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
- e) Kesetaraan atau kesamaan (*Equality*), yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Menurut Haroen dalam buku *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik* (2014), *personal branding* adalah penjelasan 3W yaitu tentang siapa anda yang sebenarnya (*Who are you*), apa yang telah anda lakukan sebelumnya (*What have you done*), dan apa visi misi anda kedepan (*What will you do*). Dengan demikian, *personal branding* adalah penjelasan atau proses komunikasi tentang karakter, kompetensi dan kekuatan anda (3K).

Menurut Erwin dan Tumewu dalam buku *Personal Brand-Inc* (2014), *personal brand* adalah “Suatu kesan yang berkaitan dengan keahlian, perilaku maupun prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan untuk menampilkan citra dirinya.” *Personal brand* dapat dijadikan suatu identitas yang digunakan orang lain dalam mengingat seseorang.

Dari pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa *personal branding* adalah penjelasan atau proses komunikasi tentang kepribadian, kemampuan, nilai-nilai, keahlian, perilaku, prestasi, keunikan dan bagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya persepsi tersebut dapat menjadi suatu identitas yang digunakan oleh orang lain dalam mengingat seseorang.

Menurut Erwin dan Becky (2014) dalam buku *Personal Branding-Inc* ada komponen-komponen yang dapat dijadikan sebagai bahan *personal brand* seseorang, diantaranya:



Gambar 3: Komponen-Komponen *Personal Brand*
(Sumber: Erwin & Becky, 2014)

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan sebagai upaya dari peneliti agar dapat memahami fenomena sosial yang diteliti lebih mendalam, pendekatan

kualitatif dipilih oleh peneliti untuk memperlihatkan fenomena sosial mengenai kepribadian dalam membentuk *personal branding* sebagai suatu kajian yang dapat diamati proses pembentukannya.

Menurut Moleong (2006), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistic, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sehingga dalam penelitian kualitatif, dapat disimpulkan untuk dapat menjadi sebuah instrument kunci, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, memotret, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

Subjek penelitian yang penulis ambil adalah Susi Pudjiastuti. Objek penelitian dalam penulisan ini penulis akan membahas mengenai kepribadian, komunikasi dan *personal branding* Susi Pudjiastuti. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepribadian dan komunikasi Susi Pudjiastuti dalam membentuk *personal branding*.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara tertulis dengan Susi Pudjiastuti dengan peneliti. Adapun beberapa narasumber yang akan diwawancarai penulis, yaitu: Fika Fawzia selaku *Staff Khusus* Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia, Okky Asokawati selaku anggota DPR RI komisi IX, Dewi Haroen selaku pakar kepribadian dan *personal branding*, Amalia E. Maulana selaku *brand consultant*, Ahmad Junaidi selaku direktur di Serikat *Jurnalist*. Hasil wawancara tersebut akan banyak membicarakan mengenai berbagai tanggapan atas kepribadian yang dimiliki oleh Susi Pudjiastuti. Sehingga penulis dapat menganalisis kepribadian yang ada dalam pribadi Susi Pudjiastuti yang membentuk *Personal Branding*nya.

Dalam menganalisis data, penulis akan melakukan pendekatan analisis naratif. Menurut Chase dalam Penelitian Kualitatif (Samiaji, 2012) narasi adalah tulisan yang berisi rangkaian peristiwa dari waktu ke waktu yang dijabarkan dengan urutan awal, tengah dan akhir. Narasi merupakan cerita, dalam ilmu sosial, narasi adalah sebutan untuk materi empiris yang dikumpulkan peneliti. Dalam pengumpulan data kualitatif, peneliti biasanya menuliskan hasil wawancara, FGD, dan lainnya ke bentuk narasi. Dengan demikian, analisis naratif menjadi salah satu alat analisis yang cocok dengan jenis data yang dikumpulkan peneliti.

Menurut Mayer dalam Samiaji (2012), ada enam pendekatan dalam analisis naratif, yaitu: Membaca atau menulis, dari atas atau dari bawah, *realist*, *Constructivist*, dan *Critical*, *genre*, suara, dan *ante-Narrative*. Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan *realist*, *constructivist*, dan *critical*. Dimana penulis akan mengasumsikan adanya relasi satu lawan satu (*one to one*) antara narasi dan peristiwa yang diceritakan. Penulis juga akan menggambarkan penelitian sebagai deskripsi realitas secara logis, masuk akal, dan apa adanya. Penulis juga akan mengasumsikan menceritakan atau mempublikasikan narasi yang dapat membawa perubahan.

Hasil Penemuan dan Diskusi

Kepribadian Susi Pudjiastuti

- a) Susi Pudjiastuti merupakan kaum ekstrovet, dimana beliau adalah seorang pribadi yang terbuka, jujur, *welcome* dan juga *friendly*.
- b) Susi Pudjiastuti memiliki tingkat keramahan yang tinggi.
- c) Susi Pudjiastuti memiliki kesadaran tinggi akan disiplin dan tanggung jawab.
- d) Susi Pudjiastuti memiliki kontrol diri yang baik.
- e) Susi Pudjiastuti adalah seorang pribadi yang *open of experience* atau selalu ingin mencoba hal-hal baru yang menarik, menyenangkan dan juga menantang bagi dirinya

Komunikasi Susi Pudjiastuti

- a) Susi Pudjiastuti merupakan seseorang yang terbuka dan memiliki kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima dari masyarakat kepada dirinya.
- b) Susi Pudjiastuti memiliki rasa empati untuk memahami apa yang dialami orang lain.
- c) Susi Pudjiastuti memiliki perilaku yang berorientasi dalam masalah dimana Susi Pudjiastuti mengajak masyarakat untuk bekerja sama dalam membantu, memberikan informasi, mendengar masukan masyarakat akan cara pemecahan masalah, tidak mendikte orang lain, secara bersama-sama menetapkan tujuan dan memutuskan bagaimana mencapainya yang merupakan bagian dari dukungan.
- d) Susi Pudjiastuti memiliki rasa positif yang cenderung mampu bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa merasa bersalah yang berlebihan, memiliki keyakinan atas kemampuannya untuk mengatasi persoalan, peka terhadap kebutuhan orang lain, pada kebiasaan sosial yang telah diterima.
- e) Pudjiastuti memiliki kesetaraan dalam sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis, tidak menunjukkan diri sendiri lebih tinggi atau lebih baik dari orang lain karena status, kekuasaan, kemampuan intelektual kekayaan

Personal Branding Susi Pudjiastuti

- a) Nilai-nilai baik yang menjadi prinsip atau karakter diri.
- b) Memiliki kemampuan dalam mengerjakan sesuatu yang menjadi kompetensinya.
- c) Memiliki *behavior* beberapa perilaku yang tidak mencontoh, namun dilihat dari sisi positif Susi Pudjiastuti memiliki perilaku yang baik.
- d) Penampilan diri yang baik dengan berbagai macam gaya penampilan.
- e) Prestasi yang cukup banyak dengan penghargaan-penghargaan yang diberikan oleh banyak perusahaan maupun Negara.
- f) Memiliki kekuatan yang terbentuk dari kelebihan yang berbeda dengan orang lain.

- g) Memiliki keunikan saat bekerja dan pemikiran yang *out of the box*.
- h) Memiliki tujuan atau goal dalam pencapaiannya saat menjadi menteri.

Kepribadian Membentuk *Personal Branding* Susi Pudjiastuti

Susi Pudjiastuti memiliki kepribadian yang baik dari sifat sosial. Kepribadian yang terbuka, ramah, memiliki kesadaran tinggi terutama dalam bertanggung jawab dan disiplin diri, kontrol diri yang baik dan keterbukaan akan mencoba hal-hal baru. Hal tersebut menjadikan Susi Pudjiastuti sebagai seorang pribadi yang mampu berkomunikasi baik dengan orang lain dikarenakan Susi Pudjiastuti memiliki nilai-nilai positif yang baik didalam dirinya.

Sehingga dalam berkomunikasi Susi Pudjiastuti merupakan seseorang yang dapat berkomunikasi secara terbuka dengan orang lain karena memiliki kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima dari masyarakat kepada dirinya serta keterbukaan akan mengkomunikasikan ekspresi diri seperti kegembiraan di depan publik. Dalam berkomunikasi Susi Pudjiastuti dapat berempati kepada orang lain dengan ikut turut merasakan apa yang dialami dan dirasakan oleh orang lain. Sehingga percakapan yang dilakukan dengan orang lain tersampaikan dengan baik. Sikap mendukung satu sama lain dengan saling berinteraksi dan bertukar informasi menjadikan Susi Pudjiastuti sebagai Seorang komunikator yang dapat mendukung orang lain dengan baik untuk mencapai tujuan-tujuan yang ingin diwujudkan bersama dengan rakyat.

Untuk memiliki keyakinan, berani dan rasa percaya diri. Susi Pudjiastuti harus dapat memotivasi diri sendiri dengan memberikan penanaman nilai positif dalam diri. Susi Pudjiastuti memiliki pemikiran yang positif dimana Susi Pudjiastuti mampu berkomunikasi baik dengan diri sendiri dengan memotivasi diri sendiri berdasarkan tugas atau tanggung jawabnya. Serta pemikiran yang positif mengenai apa yang dilakukannya adalah untuk kepentingan rakyat dan masa depan bangsa. Tidak hanya perilaku positif, Kesetaraan juga dimiliki oleh Susi Pudjiastuti melalui perilaku yang saling menghargai orang lain dan juga menghormati orang lain menjadikan Susi Pudjiastuti mampu berkomunikasi dengan seluruh masyarakat tanpa memikirkan status atau jabatan.

Kepribadian dan Komunikasi Susi Pudjiastuti merupakan bagian dari faktor terbentuknya *personal branding* pada dirinya secara alami. Citra diri merupakan sesuatu yang nampak dan terlihat dari diri seseorang yang dapat membentuk persepsi orang lain terhadapnya. Susi Pudjiastuti memiliki *personal branding* yang sangat *natural* dan yang memang sudah dimiliki oleh Susi Pudjiastuti sebelum menjadi Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. *Personal Branding* Susi Pudjiastuti sebenarnya sudah dimiliki olehnya jauh sebelum ia menjadi menteri. Tetapi, *personal branding* Susi Pudjiastuti mulai terlihat ketika Susi Pudjiastuti terpilih menjadi kabinet kerja Jokowi yang memiliki tamatan SMP yang sukses dalam bisnis dibidang perikanan dan penerbangan.

Simpulan

Dalam penelitian mengenai kepribadian dan komunikasi Susi Pudjiastuti dalam membentuk *personal branding*, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa:

1. Susi Pudjiastuti memiliki kepribadian dan komunikasi yang baik. Kepribadiannya menjadikan Susi Pudjiastuti memiliki sifat sosial yang baik dengan orang lain dalam bersikap dan berperilaku. Susi Pudjiastuti memiliki kemampuan komunikasi dimana Susi Pudjiastuti dapat dengan mudah mengekspresikan dirinya, terbuka dalam berkomunikasi dengan orang lain, memiliki kemampuan memotivasi diri yaitu *positivisme*, kemampuan berkomunikasi dengan saling mendukung satu sama lain serta kesetaraan antara dirinya dengan masyarakat.
2. Susi Pudjiastuti memiliki *personal branding*. Dalam komponen-komponen *personal branding* Susi Pudjiastuti memiliki nilai, kemampuan, penampilan diri, prestasi, kekuatan, keunikan yang baik serta tujuan yang ingin dicapainya saat ini yaitu perubahan. Namun, Kritik mengenai perilaku merokok masih diingat oleh masyarakat mengenai Susi Pudjiastuti. Perilaku tersebut merupakan satu perilaku yang kurang baik dalam persepsi masyarakat.
3. Susi Pudjiastuti memiliki *personal branding* yang alami yang terbentuk dari kepribadian yang baik serta kemampuan komunikasi yang baik antar pribadi dengan orang lain.

Dalam penelitian terbukti bahwa Susi Pudjiastuti memiliki *personal branding* yang memang sudah melekat dalam persepsi masyarakat mengenai Susi Pudjiastuti dari kepribadian yang baik dan komunikasi yang terbuka dengan orang lain.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih terutama kepada Ibu Susi Pudjiastuti dan juga kepada seluruh narasumber yang telah bersedia dan bekerjasama dalam penelitian ini. Kemudian ucapan terima kasih juga diberikan kepada Bapak Widayatmoko sebagai pembimbing yang telah membantu penulis selama proses penelitian ini berlangsung.

Daftar Pustaka

- DeVito, Joseph A. (1989). *The Interpersonal Communication Book, Fifth Edition*. New York: Harper & Row Publishers.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Samiaji. (2012). *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: PT Indeks.

- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Wiasarana Indonesia.
- Youtube. (2016). *Hasil Survey Kabinet Jokowi*. Data retrieved from: Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=d-zJEJy7pFM&index=1&list=PLzjoySXzNEdJZPDVrOWEhvi5HenPkWgo>