

Personal Branding Penyiar Radio

Rizky Ahmad Fauzie, Tresna Wiwitan

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
e-mail : rizkyahmadf34@gmail.com

Abstract—Personal branding is an important thing to do for everyone and every section in their job. Personal branding is a stronger and clearly a big picture of people on their self. Personal branding is also an activity of creating self-images to sync for their self, showing who they really are indirectly. Personal branding activities to do for showing self-image has a character and good image for the public. The method used in this study is descriptive qualitative with a case study strategy. The researcher collect, process and analyse data sync with the personal branding announcer in Play99ers radio Bandung. The radio announcer studied was Rizal Sastra who had been in the profession for 10 years. Data collection techniques are carried out through interviews, observation, documentation, and literature studies.

Keywords—Personal Branding, Announcer, Radio

Abstrak—Personal branding adalah suatu hal yang penting dilakukan bagi setiap orang dan setiap bidang pekerjaan. Personal branding adalah image yang kuat dan jelas yang ada di benak seseorang mengenai diri sendiri. Personal branding juga merupakan kegiatan atau aktifitas yang dilakukan berhubungan dengan diri sendiri yang secara tidak langsung ingin memperlihatkan siapa dirinya itu. Kegiatan personal branding ini dilakukan agar bisa terlihat memiliki karakter tersendiri dan mempunyai citra baik bagi publik. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data yang berhubungan dengan personal branding seorang penyiar radio di Play99ers Bandung. Penyiar radio yang diteliti adalah Rizal Sastra yang sudah menjalankan profesinya selama 10 tahun. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

Kata kunci—Personal Branding, Penyiar, Radio

I. LATAR BELAKANG

Pekerjaan sebagai penyiar radio saat ini sudah bisa dikatakan cukup untuk kehidupannya sehari-hari. Penyiar radio sendiri biasanya dianggap sebagai seseorang yang dijadikan panutan. Penyiar radio memang lebih dikenal lewat suaranya saja, tapi dalam kehidupan sehari-hari mereka biasanya juga memiliki gaya berpakaian yang menarik. Hal itu terjadi karena ketika seorang penyiar terkenal dan mulai dianggap bagus oleh masyarakat, memungkinkan mereka mendapatkan *job* atau pekerjaan lain diluar siaran seperti memandu acara atau lebih sering dikenal sebagai *MC*. Selain *MC* pekerjaan yang bisa penyiar dapatkan bisa berupa *Disk Jockey (DJ)*, *Marketing*, *PR* suatu instansi atau perusahaan, pembicara seseorang, notaris, dll. Pekerjaan itu bisa mereka dapatkan karena kemampuan berlebihnya dalam berkomunikasi dan

menyusun kata-kata menjadi lebih menarik. Kemampuan tersebutlah yang selalu mereka gunakan untuk menghidupi kesehariannya. Kemampuan itulah pula yang menuntun mereka untuk mem-branding *personality*-nya menjadi terlihat baik dimata masyarakat.

Rizal Sastra bisa di katakan sangat menguasai teknik siaran dengan baik. Penguasaan *power*, intonasi, hingga pembawaan siaran yang digunakan oleh Rizal Sastra membuat para pendengarnya tahu ciri khas suaranya. Dengan demikian bisa dikatakan Rizal Sastra melakukan *branding* diri melalui keahliannya membawakan siaran di media radio.

Selain memiliki karakter unik yang berbeda dari penyiar radio lain, Rizal Sastra juga mem-branding dirinya melalui penampilannya sehari-hari. Penampilan yang digunakan Rizal Sastra setiap harinya selalu mengikuti *fashion* yang sedang berkembang. Karena pembawaan berkomunikasi yang baik Rizal Sastra tidak hanya dikenal sebagai Penyiar radio di *Play99ers* saja, dia sering diundang menjadi *MC* di berbagai tempat dan diundang sebagai pembawa acara bagi perusahaan-perusahaan besar untuk acaranya. Keahlian Rizal Sastra sebagai *MC* tidak hanya di Bandung saja tapi juga hingga Jakarta. Bukan hanya keahlian sebagai penyiar radio dan *MC* saja, keahlian lainnya adalah menjadi seorang *Disk Jockey* atau sering disebut sebagai *DJ*. Keahlian-keahlian itu lah yang membuktikan dirinya mem-branding diri melalui caranya berkomunikasi. Hal itu sering disebut sebagai *personal branding*.

Personal branding adalah kegiatan atau aktifitas yang dilakukan berhubungan dengan diri sendiri yang secara tidak langsung ingin memperlihatkan siapa dirinya itu. Kegiatan *personal branding* ini dilakukan agar bisa terlihat memiliki karakter tersendiri dan mempunyai citra baik bagi publik. Dalam bersiaran radio sendiri Rizal Sastra berusaha melakukan *personal branding* melalui karakter yang dibawakannya. Keahlian dalam karakter yang dimilikinya merupakan peluru jitu baginya sedangkan dengan media serta komunikasi sebagai senjatanya

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimana *Personal Branding* Rizal Sastra sebagai Penyiar Radio Di *Play99ers* Bandung?” dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara Rizal Sastra mempresentasikan *personal branding*-nya?
2. Untuk mengetahui cara Rizal Sastra untuk meningkatkan kompetensi sebagai penyiar?

- Untuk mengetahui mengapa Rizal Sastra sebagai penyiar radio perlu melakukan *personal branding*?

II. TINJAUAN PUSTAKA

Salah satu kebutuhan manusia yang paling mendasar adalah keinginan untuk dihargai dan dihormati. Keinginan manusia untuk dihargai membuatnya melakukan berbagai cara untuk mendapatkan pengakuan dan dipresepsikan baik, hebat dan dapat dipercaya oleh orang lain. Secara tidak sadar untuk mendapatkan persepsi baik dari orang lain sebenarnya manusia sudah melakukan *Personal Branding*. Usaha membuat persepsi baik disebut *Personal Branding* atau mem-branding-kan dirinya masing-masing. *Brand* sendiri adalah sesuatu yang tidak terlihat tapi efeknya bisa sangat nyata [1]. Kunci utama dari *personal branding* adalah membangun keunggulan berbeda. Sesuatu yang berbeda itulah yang membuat orang lain memberi persepsi dan membuat reputasi terbentuk berbeda dari yang lain, perbedaan tersebut antara lain adalah keunggulan yang dimiliki. Keunggulan yang berbeda dari orang lain itu harus dilakukan secara konsisten bahkan dilakukan dengan lebih baik. Semakin kreatif penerapan konsistensi itu maka semakin melekat juga sebuah *personal branding* bagi publik. Untuk mempresentasikan *personal branding*, Ervin Goffman memiliki *Strategy Self-Presentation* dari *Self-Presentation Theory* miliknya. Teori ini membahas bagaimana suatu *personal branding* di presentasikan oleh seseorang dengan cara yang baik.

Untuk melihat bagaimana *personal branding* dari Rizal Sastra sebagai penyiar radio. Dalam penelitian ini juga melihat bagaimana kompetensi seorang penyiar radio dari buku [2]. Kompetensi penyiar radio dilihat dari *vocal* yang baik, kemampuan menumbuhkan imajinasi, kekayaan kata, kemahiran mengolah kata, mampu membedakan program siaran yang serius dan santai, menguasai bahasa asing, inisiatif, dan berwawasan luas. Kompetensi penyiar radio membuat kepercayaan diri dari seorang *announcer* menjadi semakin tinggi.

Kepercayaan diri adalah suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri dalam bertindak, sikap percaya diri membuat seseorang itu tidak terlalu merasa cemas dan bebas untuk melakukan suatu keinginannya. Seseorang yang bertindak melakukan sesuatu dengan kepercayaan dirinya akan merasa lebih bertanggung jawab, dan lebih handal dalam berinteraksi dengan orang lain. Kepercayaan diri seseorang tergantung pada komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh dirinya. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan seseorang pada orang lain. Kepercayaan diri seseorang yang bergantung pada komunikasi interpersonal berpengaruh pada kecemasan komunikasi diantaranya rasa takut menerima tanggapan atau penilaian negatif dari orang lain. Dalam penelitian ini peneliti mengaitkan kepercayaan diri seseorang menentukan juga pada latar belakang, tujuan, dan apa yang didapatkan dari *personal branding* penyiar radio. Hal tersebut terlihat dari bagaimana pentingnya seorang penyiar radio melakukan *personal branding*.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dalam bab ini mengikuti langkah-langkah penelitian studi kasus untuk mengetahui bagaimana *personal branding* Rizal Sastra sebagai penyiar radio di *Play99ers* Bandung meliputi bagaimana cara mempresentasikan *personal branding*, kompetensi seorang penyiar radio, dan mengapa penyiar radio harus melakukan *personal branding*.

Rizal Sastra sebagai informan dan subjek penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan pengalamannya mengenai *personal branding* yang dilakukan sehingga peneliti dapat mendefinisikan temuan yang berhubungan kepada pemahaman penelitian ini. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti terjun secara langsung ke lingkungan informan dan juga melakukan proses wawancara mendalam untuk memperkuat hasil dalam penelitian. Selain wawancara, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Dari penelitian ini ditemukan hasil sebagai berikut:

Dalam mempresentasikan *personal branding*, Rizal Sastra memiliki *airing personality* yang cerdas dan pintar tapi masih terbalut dengan penyampaian yang *humoris*. Karakter Rizal Sastra sendiri adalah penyiar yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas terlihat dari materi yang dibawakan tapi dikemas secara lucu dan *fun*. Pada saat *on-air*, Rizal Sastra selalu membawakan fakta-fakta menarik seperti penemuan unik, hasil penemuan para ahli, *fashion* hingga zona musik. Rizal Sastra tidak pernah membawakan materi tentang percintaan karena akan menjadi bahasan siaran radio yang *flat*. Hal yang membedakan Rizal Sastra dengan penyiar radio lain adalah dengan cara tidak pernah menulis *script* tapi hanya menggunakan persepsi dalam pikirannya saja untuk membuat *theater of mind* untuk pendengar. Rizal Sastra juga memanfaatkan sosial media untuk mempresentasikan *personal branding*-nya, sosial media yang digunakan adalah Twitter dan Instagram, melalui kedua aplikasi tersebut Rizal Sastra mengetahui sebanyak dan sebaik apa respon pendengar ketika dirinya melakukan siaran radio.

Untuk meningkatkan kompetensi Rizal Sastra sebagai penyiar yaitu dengan melakukan beberapa hal seperti, tidak merokok dan membatasi minum air dingin demi menjaga ciri khas suaranya yang berat kering. Sebelum melaksanakan siaran radio Rizal Sastra selalu melakukan pemanasan muka untuk meregangkan bibir, lidah, hingga pipi agar tidak kaku ketika berbicara depan *microfont*. Ketika *on-air* Rizal Sastra memakai bahasa Inggris yang ringan dan sering digunakan sehari-hari. Selain itu ketika menggunakan bahasa ilmiah, bahasa itu akan dijelaskan sesudahnya untuk memberitahu pendengar yang tidak mengerti arti dari bahasa ilmiah itu. Dalam memilih materi yang viral pun Rizal Sastra selalu membahas dengan sudut pandang lain untuk membuat bahasan siaran tidak monoton dan sama dengan penyiar radio lain. Rizal Sastra pernah mengikuti sekolah *broadcasting DJ Arie school* dan *ozcoolschol* berupa pendidikan *non-formal* yang dibuat oleh

Oz Radio Bandung.

Rizal Sastra sebagai penyiar radio perlu melakukan *personal branding* untuk menunjukkan siapa dirinya dan bagaimana dirinya. Selebihnya adalah Rizal Sastra ingin menjadi *ikon* di Play99ers radio Bandung. Tujuan Rizal Sastra melakukan *personal branding* untuk membedakan dirinya dengan penyiar lain. Rizal Sastra sendiri tidak mau disamakan dengan penyiar radio lain karena membuatnya merasa rata dan tidak memiliki keunikan. *Personal branding* membantu penyiar radio lebih dikenal oleh publik. Melalui *personal branding* seorang penyiar radio juga bisa lebih mudah dicari dan dikenali oleh pendengarnya. Untuk mengetahui penyiar *favorite*-nya secara lebih jauh pendengar bisa mengetahui modus dari penyiar tersebut. Pekerjaan penyiar radio yang memaksa dirinya harus dikenal oleh publik, jadi ketika seorang penyiar tidak memiliki *personal branding* maka dia akan terlupakan dan dianggap sia-sia melakukan pekerjaannya. Rizal Sastra selalu ingin dilirik oleh perusahaan radio di Jakarta bahkan tidak hanya radio saja, pekerjaan *presenter* TV hingga profesi aktor dan artis pun bisa didapatkan oleh penyiar radio di Bandung jika memiliki *personal branding* yang bagus.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa Rizal Sastra sangat baik ketika melakukan *Personal Branding*. Terbukti dari bagaimana Rizal Sastra mempresentasikan *personal branding* seperti memanfaatkan keunikan dan perbedaan dirinya dengan penyiar radio lain. *Airing personality* yang cerdas dan pintar tapi masih terbalut dengan penyampaian yang *humoris* membuat dirinya memiliki karakter yang kuat. Selain itu pemanfaatan media sosial untuk melakukan presentasi *personal branding* pun dilakukan dengan sangat baik seperti dengan memposting materi siaran yang dibawakan untuk mengetahui sebanyak apa pendengar yang berinteraksi dengan dirinya. Kompetensi penyiar radio yang dilakukan Rizal Sastra pun bisa ditarik kesimpulan sangat baik. Hal tersebut karena Rizal Sastra mempersiapkan dirinya dengan baik ketika akan melakukan siaran radio hingga *on-air*. Kompetensi penyiar radio Rizal Sastra sangat baik dilihat dari bagaimana dirinya menjaga suara, melakukan pemanasan wajah, hingga pemilihan bahasa asing yang dipilih untuk membuat pendengarnya lebih mengerti apa materi yang dibawakan. Dalam melakukan *personal branding*, Rizal Sastra tidak bisa diragukan lagi. Rizal Sastra melakukan *personal branding* dengan tujuan menunjukkan siapa dirinya dan bagaimana dirinya. Selebihnya adalah Rizal Sastra ingin menjadi *ikon* di Play99ers radio Bandung. Rizal Sastra melakukan *personal branding* untuk membedakan dirinya dengan penyiar lain dan tidak mau disamakan dengan penyiar radio lain karena membuatnya merasa rata dan tidak memiliki keunikan.

V. SARAN

Untuk menjadi seorang penyiar radio harus mementingkan yang namanya *personal branding*. Seorang penyiar radio dipaksa untuk dikenal oleh publik karena pekerjaannya itu. Jika seorang penyiar radio tidak memiliki *personal branding* maka pekerjaan yang dia lakukan akan dianggap sia-sia. Semakin baik *personal branding* seorang penyiar radio maka akan lebih dikenal namanya oleh publik pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Haroen, Dewi. 2014. *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
 - [2] Habib, Bary. 1995. *Teknik dan Komunikasi Penyiar Televisi-Radio-MC*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
 - [3] Effendi, Onong Uchjana. 1991. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: CV Mandar Maju
 - [4] Yulianita, Neny. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Pusat Penerbit Universitas Bandung
 - [5] McNally, David. Speak, Karl D. 2002. *Be Your Own Brand*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
 - [6] Wasesa, Silih Agung. 2018. *Political Personal Branding*. Jakarta : Expose
 - [7] Busro, Muhammad. 2018. *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana
 - [8] Gunawan, Iman. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif :Teori & Praktek*. Jakarta : Bumi Aksara
 - [9] K. Yin, Robert. 2014. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
 - [10] Moleong, J Lexy. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
 - [11] Rakhmat, Jalaludin. 1996. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
 - [12] McQuail, Dennis & Windahl, Sven. 1985. *Model-Model Komunikasi*. Jakarta: Uniprimas.
- Sumber lain :
- [13] <https://jurnal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/7025/5477>
 - [14] <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/download/629/528>
 - [15] <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/viewFile/12621/pdf>
 - [16] https://www.academia.edu/6342368/ONLINE_PORTFOLIO_SEBAGAI_MEDIA_PERSONAL_BRANDING_DESIGNER_GRAFIS_STUDI_PADA_DESIGNER_GRAFIS_DALAM_MEMBANGUN_ONLINE_PERSONAL_BRAND_DI_DEVIANT_ART_JURNAL_SKRIPSI_JURUSAN_ILMU_KOMUNIKASI_FAKULTAS_ILMU_SOSIAL
 - [17] <http://e-journal.uajy.ac.id/1881/2/1KOM02985.pdf>
 - [18] <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jipt/article/viewFile/1363/1458>