

## KEUNIKAN PERSONAL BRANDING KOMEDIAN MERAUP SUARA DI PEMILIHAN LEGISLATIF DPD JAWA BARAT

Elisa Rosalind<sup>1</sup>, Seistha Herdiana Nindyasti<sup>2</sup>, Oberlinton Manulu<sup>3</sup>, Tania Mariane Pellokila<sup>4</sup>

[elisa.rosalind13@gmail.com](mailto:elisa.rosalind13@gmail.com)<sup>1</sup>, [seistha.nindyasti48@gmail.com](mailto:seistha.nindyasti48@gmail.com)<sup>2</sup>, [lintonober202@gmail.com](mailto:lintonober202@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[marianetania24@gmail.com](mailto:marianetania24@gmail.com)<sup>4</sup>

Universitas Kristen Indonesia

### ABSTRAK

Sedang marak terjadi di kalangan artis, musisi hingga komedian yang berpindah profesi menjadi politisi di Indonesia. Salah satunya adalah seorang komedian senior yang bernama Komeng. Personal branding menjadi aspek penting dalam dunia politik, terutama dalam konteks Pemilihan yang terjadi di tahun 2024. Karena personal branding dari selebritas yang sudah terkenal memang mampu memikat para penggemarnya untuk memilih mereka di pemilu karena para pendukungnya sudah mengenali mereka di panggung, televisi dan juga media sosial. Strategi yang Komeng lakukan di pemilu adalah dengan menonjolkan keunikannya seperti menggunakan nama panggungnya Alfiansyah Komeng dan menggunakan foto yang “unik dan ekspresif” di surat suara. Dengan keunikan dan kepopulerannya itu, mampu mengambil hati masyarakat untuk memilihnya, oleh karena itu ia berhasil meraup 1.828.642 suara yang membuatnya menjadi kandidat dengan suara terbanyak sementara di Pemilihan Legislatif DPD RI di Jawa Barat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana keunikan personal branding seorang komedian dapat berkontribusi terhadap hasil pemilihan suara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori personal branding yang dikemukakan oleh Hubert K. Rampersad, yaitu Criteria for Effective Authentic Personal Branding. Pada kasus ini, keberhasilan Komeng dalam membangun personal branding yang unik turut berkontribusi besar pada hasil pemilu. Bahkan Komeng tidak pernah melakukan kampanye mempromosikan dirinya sebagai kandidat legislatif, maka dari banyak masyarakat yang terkejut dengan adanya eksistensi foto dirinya yang “nyeleneh” terpampang di surat suara.

**Kata kunci:** Personal Branding; Pemilihan Suara; Kandidat Legislatif

### ABSTRACT

*Currently it is common among artists, musicians and comedians who change professions to become politicians in Indonesia. One of them is a senior comedian named Komeng. Personal branding is an important aspect in the world of politics, especially in the context of the elections that will take place in 2024. Because personal branding from well-known celebrities is indeed able to attract their fans to vote for them in the election because their supporters already recognize them on stage, television and also in the media. social. Komeng's strategy in the election was to highlight his uniqueness, such as using his stage name Alfiansyah Komeng and using a "unique and expressive" photo on the ballot. With his uniqueness and popularity, he was able to win the hearts of the people to vote for him, therefore he succeeded in getting 1,828,642 votes which made him the candidate with the most votes in the DPD RI Legislative Election in West Java. The aim of this research is to find out how a comedian's unique personal branding can contribute to voting results. The theory used in this research is the personal branding theory proposed by Hubert K. Rampersad, namely Criteria for Effective Authentic Personal Branding. In this case, Komeng's success in building a unique personal branding contributed greatly to the election results. In fact, Komeng never carried out a campaign to promote himself as a legislative candidate, so many people were surprised by the existence of his "eccentric" photo on the ballot.*

**Keywords:** Personal Branding; Vote Election; Legislative Candidate

## PENDAHULUAN

Personal branding didefinisikan oleh Montoya dan Vandehey (2008) sebagai “mengendalikan bagaimana orang lain memandang Anda sebelum mereka melakukan kontak langsung dengan Anda”. Sementara itu, Mobray (2009) mendefinisikan personal branding sebagai “kemampuan untuk secara sengaja menggunakan atribut yang menunjukkan kemampuan mengelola ekspektasi yang akan dihasilkan dari pertemuan dengan Anda”. Dengan menggunakan personal branding, seseorang dapat menggabungkan aspek-aspek penting dalam dirinya, seperti keterampilan, kepribadian, dan karakter, untuk membentuk identitas kuat yang membedakannya dari orang lain.

Strategi personal branding di dalam Pemilu adalah dengan menggunakan personal branding yang mencerminkan karakteristik seseorang sebenarnya dan dibangun dengan didasari nilai-nilai, kekuatan, keunikan dan kecerdasan diri sendiri sehingga lebih terasa autentik dan mampu membuat personal branding menjadi kuat, jelas, dan berbeda dengan lainnya. Personal branding menjadi strategi yang sangat efektif dan menjadi keharusan, hal ini karena personal branding merupakan kegiatan yang memposisikan diri dengan “brand” yang memiliki keunikan bagi mata masyarakat begitupun dengan kaitannya dengan penampilan pribadi kandidat pemilihan legislatif. Personal branding perlu dibentuk agar masyarakat mendapatkan informasi secara optimal untuk dijadikan landasan untuk menentukan pilihan mereka. Oleh sebab itu, kandidat diharuskan untuk memiliki ciri khasnya sendiri dalam meningkatkan kesadaran masyarakat.

Terdapat tiga elemen penting yang perlu diperhatikan dalam membangun personal branding dan ketiganya itu saling berhubungan sehingga harus dilakukan secara bersamaan. Elemen pertama yaitu orang itu sendiri yang mampu menciptakan sebuah personal branding melalui polesan dan strategi komunikasi yang disusun dengan baik. Selanjutnya ialah janji atau pertanggungjawaban yang diharapkan mampu menjawab segala ekspektasi masyarakat terhadap personal branding seseorang tersebut. Dan elemen terakhir adalah relasi yang terjalin dengan baik karena personal branding yang dimiliki seseorang menjadi faktor pendukungnya (Arianti & Asri, 2019).

Nyarwi Ahmad merupakan seorang pengamat komunikasi, ia mengatakan bahwa politik telah terjadi ‘ledakan’ anggota politik di Indonesia dan itu nampak dalam kegiatan diskusi, banyak perbincangan di dunia maya tentang topik politik di media sosial dan media lainnya yang relevan dengan konten politik. Ledakan politik yang muncul disebabkan dari adanya generasi muda yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya.

Dan juga ada fenomena yang baru-baru ini terjadi di Indonesia. Dimana seorang Komedian senior berkecimpung di dunia politik bernama Alfiansyah Bustami yang memiliki nama panggungnya Komeng. Baru-baru ini ia sempat viral di media sosial karena banyak masyarakat yang terkejut fotonya yang terpampang di kertas suara DPD. Ternyata komeng menjadi kandidat pada pemilu DPD RI dapil Jawa Barat 2024 dengan nomor urut 10. Komeng berhasil meraih suara terbanyak sementara pada perhitungan resmi KPU untuk pemilihan DPD Jawa Barat. Tempo.co menuliskan di salah satu artikel membahas bahwa dengan pembawaan Komeng terlihat santai yang disertai bumbu candaan, ia mengucapkan rasa terima kasihnya kepada masyarakat yang telah memberikan hak suara mereka.

Dilihat dari data di DataIndonesia.id, menurut rekapitulasi hasil pemilu sebenarnya yang terpantau dalam website resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU) per Rabu, 21 Februari pukul 10.01 WIB dengan jumlah TPS yang sudah terekap sebanyak 82.725 dari total 140.457 berarti sudah 58,9% dari seluruh TPS di wilayah Jawa Barat. Sementara Alfiansyah Komeng menjadi kandidat legislatif Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Jawa Barat dengan

suara tertinggi pada Pemilu 2024, yakni sebanyak 1.828.642 suara (20,13%), yang mana melampaui pesaingnya di surat suara DPD Jawa Barat. Di posisi kedua ditempati oleh Aanya Rina Casmayanti yang mendapati 761.152 suara (8,39%). Jihan Fahira menempati posisi kedua dengan 512.161 suara (4,73%). Sementara ini Komeng masih unggul dengan suara terbanyak di Pemilihan Legislatif DPD RI dapil Jawa Barat 2024.

Menurut Devi Darmawan, seorang pengamat politik dari Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), politik di Indonesia masih sangat dipengaruhi oleh figur dan sosok dibandingkan dengan pengalaman dan ide. Devi menyebut bahwa masyarakat percaya bahwa Komeng adalah sosok yang segar dan dapat diandalkan sebagai perwakilan dari Jawa Barat di parlemen. Devi menyoroti pandangan masyarakat yang melihat peran perwakilan rakyat, baik di DPR, DPD, maupun DPRD, sebagai posisi simbolis atau formalitas, sehingga pemilih cenderung memilih sosok yang akrab, seperti tetangga, kenalan, atau dalam konteks ini, selebritas.

Sosok Komeng dianggap lebih dekat dengan masyarakat dan dapat membangun suasana lebih hidup di pemerintahan dengan adanya bumbu komedi didalamnya. Di dukung dengan visi misi yang Komeng miliki yaitu ingin memajukan kesenian dan budaya Indonesia sampai dikenal seluruh mancanegara sehingga mampu menjadi kekuatan (sumber pemasukan) untuk APBN negara, yang mana hal tersebut ia yakini dapat terjadi jika kesenian budaya dari seluruh suku di Indonesia dikelola dengan baik, khususnya di Jawa Barat yang kaya akan kesenian budaya. Yang mana hal itu ia terinspirasi dari Korea Selatan yang mampu mengenalkan budaya seninya ke seluruh dunia hingga pemasukan ke APBN Negara hingga 12 digit. Dan harapan lainnya ialah ingin menciptakan hari komedi nasional sebagai bentuk apresiasi kepada para seniman di Indonesia terutama kepada pelawak. Komeng pun tidak menjanjikan kesejahteraan melainkan kebahagiaan melalui kesenian dan budaya yang nantinya ia akan mengaktifkan kembali gedung kesenian di Jawa Barat dan memberikan pertunjukan seni secara gratis untuk dinikmati oleh masyarakat sekitar. Dengan pengalaman karirnya sebagai komedian senior, oleh karena itu ia mengaitkan karir sebelumnya dengan visi misinya tentang kesenian dan budaya.

Salah satu keunikan Komeng di pemilihan umum yang sudah dilakukan pada tanggal 14 Februari 2024 menjadi perbincangan hangat di media sosial, seperti di aplikasi X. Dengan menggunakan foto yang ekspresif dibandingkan kandidat lainnya dan menggunakan nama panggungnya Alfiansyah Komeng, hal itu menjadi daya tariknya untuk memikat perhatian dan juga mampu mengejutkan masyarakat dengan sosok Komeng yang terpampang di surat suara karena ia tidak pernah melakukan kampanye untuk mengenalkan dirinya sebagai kandidat legislative DPD di daerah pemilihan Jawa Barat, bahkan balihonya pun jarang ditemukan. Dibalik cerita foto yang ekspresif itu ternyata ia memotret sendiri di depan rumah pada pagi hari sebelum pergi. Komeng mengakui sengaja menggunakan ekspresi seperti kaget di foto tersebut dengan alasan ingin tampil baru, berbeda dan menghibur, apalagi tidak ada ketentuan khusus dalam penggunaan foto. Dengan strategi yang Komeng terapkan juga mampu menonjolkan keautentikan seorang komedian yang memiliki karakteristik yang unik, santai, dan menghibur. Membuatnya diingat masyarakat dengan ciri khasnya yang nyeleneh itu juga menjadi alasan mengapa masyarakat memilih dan memperbincangkan sosok Komeng ini di media sosial.

Banyak masyarakat di Jawa Barat yang membagikan ceritanya yang memilih Komeng karena hanya sosok Komeng yang mereka kenal diantara banyaknya kandidat yang mencalonkan diri di pemilihan Legislatif 2024, terutama para generasi muda yang baru merasakan suasana pemilu serta berkontribusi langsung dalam menggunakan hak pilihnya di pemilihan umum. Mereka lebih memilih sosok yang mereka kenal daripada menyia-

nyiakan hak suaranya dengan memutuskan untuk golput (golongan putih) karena mengetahui bahwa kontribusi mereka sangat berpengaruh besar di tahun ini.

Banyak yang mengagumi Komeng dengan kesederhanaan yang ia terapkan seperti tidak melakukan kampanye di TV maupun terjun ke lapangan, baliho yang dipampangkan hanya dalam jumlah yang sedikit, tidak berada dalam naungan partai apapun yang hanya mengandalkan mekanisme pengumpulan kartu penduduk yang dibantu oleh pengurus PASKI di Jawa Barat dan berhasil terkumpul 8 ribu KTP dari batas minimumnya sejumlah 5 ribu KTP. Bahkan saat ia sudah menjadi kandidat dengan suara tertinggi sementara dan jauh lebih unggul dibandingkan kandidat lainnya, Ia muncul di beberapa acara talkshow, podcast, dan juga wawancara berita untuk diwawancarai membahas dirinya yang baru berkecimpung di dunia politik namun mampu meraih angka pemilih hingga satu juta lebih yang bahkan dalam sejarah belum ada tercatat calon legislatif yang mampu meraih jumlah suara sebesar itu, ia tetap konsisten dengan karakteristiknya yang santai dan penuh candaan menjawab segala pertanyaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis menggunakan teori personal branding yang dikemukakan oleh Hubert K. Rampersad dinamakan Criteria for Effective Authentic Personal Branding, yang mana dianggap relevan dengan topik pembahasan diatas terkait keunikan personal branding seorang komedian senior yang baru berkecimpung di dunia politik.

Personal branding seorang Komeng memiliki keunikannya sendiri dan mempresentasikan dirinya sebagai komedian yang lawak dan terlihat santai. Dengan karakteristik yang ditonjolkan oleh Komeng, mampu membangun kedekatan dengan masyarakat dan juga dirasakan oleh masyarakat karena Komeng yang sudah dikenal dari awal karirnya pada tahun 1990-an. Masyarakat cenderung memilih seseorang yang mereka kenal karena merasa memiliki bonding dengan sosok itu.

Melalui personal branding yang memiliki ciri khasnya, orang-orang dapat mengenali individu tersebut karena berbeda dengan lainnya. Dengan memiliki personal branding yang kuat dapat membangun kepercayaan, kredibilitas, dan hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat dan juga membantu meningkatkan keberhasilan dalam pekerjaan. Dan dilakukan juga dalam konteks politik, dimana kandidat yang menerapkan personal branding yang unik mampu membantu meningkatkan elektabilitas dan berkontribusi besar dalam hasil pemilihan suara. Karena dengan memiliki citra yang khas terbukti memiliki kredibilitas di mata publik dan akan menjadi lebih menarik bagi para pemilih yang berpotensi mendukungnya, seperti yang dialami oleh Komeng. Namun, aspek penting dari personal branding yang berhasil menarik perhatian publik adalah dengan autentitas. Meskipun sudah memiliki personal branding yang khas dan berbeda dengan lainnya, citra yang dibangun harus sesuai dengan nilai dan karakteristik yang sebenarnya dimiliki oleh individu itu sendiri. Jika terkesan memaksa dan terlihat berpura-pura dalam upaya membangun citra yang sebenarnya tidak sesuai dengan karakteristik sesungguhnya, maka personal branding itu dapat dikatakan tidak efektif dan bahkan merugikan reputasi dalam jangka waktu yang panjang. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengangkat satu pertanyaan yaitu bagaimana keunikan personal branding seorang komedian dapat berkontribusi terhadap hasil pemilihan suara?

## **METODOLOGI**

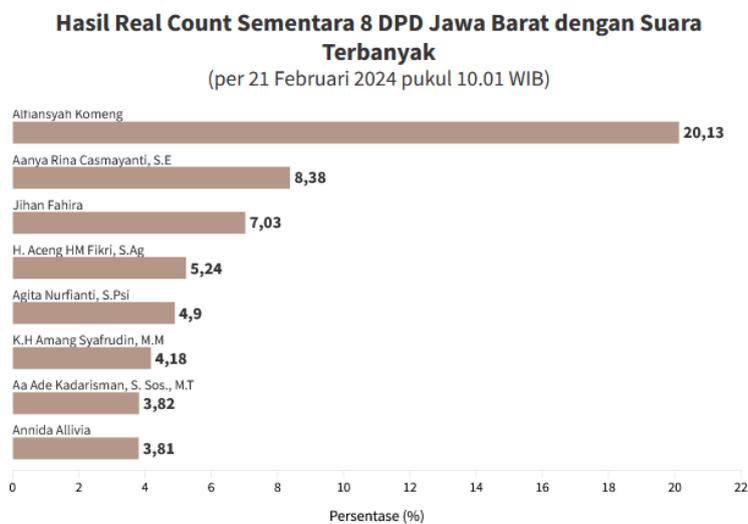
Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif analisis deskriptif, dimana didasari dengan pengumpulan data berupa observasi virtual yang bersifat non-partisipasi dan hasil analisis yang mengutip dari berbagai referensi literatur yang

terpercaya yaitu artikel ilmiah dan penelitian terdahulu, yang dijadikan sumber pemikiran karena dianggap berkesinambungan dengan penelitian ini. Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang situasi yang membuktikan bahwa kepopuleran yang dimiliki oleh Komeng dan personal branding yang diterapkannya dalam berpolitik memang mampu membuatnya menjadi kandidat yang memperoleh hasil suara terbanyak sementara serta menjelaskan juga kontribusi para generasi muda dalam pelaksanaan pemilihan legislatif 2024, yang mana banyak generasi muda yang baru menggunakan hak pilihnya di tahun ini dan digunakan untuk menentukan pilihannya secara bijaksana.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Komeng memanfaatkan citra sebagai seorang komedian untuk menarik perhatian publik. Tindakan yang dilakukannya dalam pemilu 2024 meliputi mengganti namanya dengan menambahkan nama panggung Alfiansyah Komeng dan memasukkan foto yang "unik" pada kertas suara. Ini membuatnya berhasil dalam strategi kampanye dengan branding yang cerdas. Berdasarkan perhitungan suara resmi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), Alfiansyah Komeng berhasil meraih suara terbanyak sebagai calon anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Jawa Barat dalam Pemilu 2024. Jumlah suaranya mencapai 1.828.642 atau setara dengan 20,13% dari total suara yang telah dihitung.

Hasil tersebut berasal dari penghitungan suara oleh Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) yang dipantau melalui situs web resmi KPU pada Rabu (21/2) pukul 10.01 WIB. Sampai saat itu, sudah ada 82.725 TPS yang tercatat dari total 140.457 TPS, atau sekitar 58,9% dari seluruh TPS di Jawa Barat.



Sumber: Komisi Pemilihan Umum (KPU)  
\*) Jumlah TPS Masuk 58,90% di Jawa Barat

### 1. Sumber: DataIndonesia.Id

Sementara itu, perhatian masyarakat tertuju pada Komeng karena penggunaan gambar yang nyentrik pada surat suara Pemilu 2024. Komeng menggunakan foto tersebut dalam daftar calon tetap Dewan Perwakilan Daerah (DPD) untuk Daerah Pemilihan (Dapil) Provinsi Jawa Barat. Saat ini, banyak orang Indonesia, terutama pengguna media sosial, merasa terhibur dengan foto yang dipilih oleh Komeng. Oleh karena itu, beberapa orang langsung tertarik pada sosok Komeng di surat suara dan memilihnya.



2. sumber : Liputan6.com

## Pembahasan

Diambil dari situs IDN Times (Fitriani, 2024), sebelum terkenal di dunia entertainment sebagai pelawak atau komedian, Alfiansyah Komeng atau yang kerap disapa Komeng ini adalah seorang penyiar radio. Ia menjadi penyiar Radio di SK Jakarta dari tahun 1993 hingga 1996. Kemudian, dia beralih menjadi penyiar radio di Bens Radio Jakarta. Kemudian sejak tahun 1991, Komedian Komeng juga mulai membintangi beberapa serial komedi seperti *Kompur Diamor* (1991), *Akal-Akalan* (1996), *Otak-Otak Kuda* (1996), *Malioboro* (1996), *Putri Duyung* (2001—2002), dan *Lola & Liliput* (2002—2003) dan Komeng juga menjadi penyiar Radio SK Jakarta sejak 1993 hingga 1996 dan Bens Radio Jakarta pada 1996. Namun, puncak popularitasnya adalah saat dia membawakan serial komedi *Spontan* dan jargon "Spontan...Uhuy!" sangat melekat dengan sosok Komeng. Asal mula nama Komeng sendiri cukup unik. Awalnya Komeng memiliki nama panggilan Simon saat masih menjadi penyiar radio. Melihat kesuksesan pelawak lain setelah mengubah nama, nama Simon diganti jadi Komeng. Alasan lain yang sempat diungkapkan Komeng, nama tersebut sengaja dipilih karena memiliki kesan 'jelek'. Baginya, seorang komedian perlu nama panggung yang jelek agar lebih dikenal masyarakat. Daripada nama Alfiansyah, nama Komeng tentu lebih berkesan.

Menurut Hasbullah (2024), Komeng juga sempat menjadi ketua PASKI atau Persatuan Seniman Komedi Indonesia, di Subanglah tempat di mana Alfiansyah Komeng pertama kali mempertimbangkan untuk maju sebagai Calon Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) RI mewakili Jawa Barat. Meskipun tinggal di Depok, keinginan tersebut muncul saat pemilihan Ketua Persatuan Seniman Komedi Indonesia (PASKI) Jawa Barat beberapa tahun yang lalu. Komeng, yang pada saat itu menjabat sebagai Ketua PASKI Jabar selama dua periode, mengaku bahwa momen tersebut bertepatan dengan musim pandemi Covid-19. Dalam suatu kesempatan, di luar acara pemilihan Ketua PASKI Jabar yang diadakan di Subang, dua rekan Komeng mengajaknya untuk mempertimbangkan untuk menjadi anggota parlemen DPD demi kemajuan seni. Mereka menggambarkan bahwa langkah tersebut akan menjadi bentuk perjuangan untuk memajukan dunia seni. Dorongan dari rekan-rekan tersebut kemudian mendorong Komeng untuk akhirnya memutuskan untuk maju sebagai Calon Anggota DPD RI Jawa Barat.

Menurut Pratama (2024), alasan Alfiansyah Komeng menetapkan tanggal 27 September sebagai hari komedi nasional dikarenakan pada tanggal 27 September adalah hari lahir aktor sekaligus komedian legenda tanah air yaitu Ahmad Syech Albar alias Bing Slamet. Menurut komedian Komeng sendiri Hari Komedi Nasional setidaknya penting sebagai pengakuan dan penghargaan bagi para komedian di Indonesia. "Paling nggak, kita

dihargai sebagai komedian," kata Komeng dalam program ROSI Kompas TV yang tayang pada Kamis malam.

Berdasarkan hasil perhitungan suara sementara yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), Alfiansyah Komeng memimpin sebagai calon anggota legislatif Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Jawa Barat dengan perolehan suara tertinggi pada Pemilu 2024. Dia berhasil meraih 1.828.642 suara atau setara dengan 20,13% dari total suara yang masuk. Hasil ini diperoleh dari perhitungan suara oleh Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) yang terpantau dalam website resmi KPU pada Rabu (21/2) pukul 10.01 WIB, dengan sekitar 58,9% dari total Tempat Pemungutan Suara (TPS) di wilayah Jawa Barat sudah terdata. Posisi kedua ditempati oleh Aanya Rina Casmayanti dengan perolehan suara sebanyak 761.152 atau sekitar 8,39%. Diikuti oleh Jihan Fahira dengan dukungan sebanyak 638.502 suara atau sekitar 7,03% suara. Selanjutnya, Aceng HM Fikri mendapatkan dukungan sebanyak 476.040 atau sekitar 5,24% suara. Agita Nurfiandi dan Amang Syafrudin masing-masing meraih suara sebanyak 4,9% dan 4,18%. Caleg DPD Jawa Barat, Aa Ade Kadarisman, meraup sebesar 3,82% suara. Sedangkan, Annida Alliva berada di posisi kedelapan dengan perolehan suara sebesar 3,81% pada saat itu. Hasil tersebut berasal dari penghitungan suara oleh Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) yang dipantau melalui situs web resmi KPU pada Rabu (21/2) pukul 10.01 WIB. Sampai saat itu, sudah ada 82.725 TPS yang tercatat dari total 140.457 TPS, atau sekitar 58,9% dari seluruh TPS di Jawa Barat (Amalia & Pratiwi, 2024).

Dalam penelitian ini, teori personal branding yang digunakan adalah Criteria for Effective Authentic Personal Branding yang dikembangkan oleh Hubert K. Rampersad. Rampersad (2008: 19) menjelaskan sebelas kriteria yang diperlukan untuk membangun Authentic Personal Branding yang efektif. Pertama adalah keotentikan (authenticity), di mana seseorang harus menjadi dirinya sendiri dan membangun merek pribadi dari kepribadian sejati yang mencerminkan karakter, perilaku, nilai, dan visi. Kriteria yang kedua yaitu integritas (integrity) menekankan pentingnya memegang teguh pedoman moral dan perilaku yang sesuai dengan ambisi pribadi. Konsistensi (consistency) menjadi kriteria ketiga, menjelaskan tentang mengharuskan untuk konsisten dalam perilaku. Selanjutnya terdapat spesialisasi (specialization) membutuhkan fokus pada satu bidang spesialisasi atau bakat inti yang unik. Ada juga membahas tentang otoritas (authority), dimana diperlukan untuk terlihat seperti ahli yang berpengalaman dalam bidang tertentu. Keberbedaan (distinctiveness) adalah kriteria keenam yang menekankan pentingnya membedakan diri dengan cara unik dan memberikan nilai tambah pada orang lain. Pesan merek yang relevan (relevant) harus terkait dengan hal-hal yang penting bagi audien. Ada pula visibilitas (visibility) menekankan pentingnya menyebarkan pesan merek secara terus-menerus dan konsisten. Persistensi (persistence) membutuhkan kesetiaan terhadap merek dan ketekunan dalam membangunnya secara organik. Dan kriteria yang terakhir yaitu Goodwill dan kinerja (performance), dimana menekankan pentingnya dipandang positif oleh orang lain dan terus meningkatkan kinerja untuk menjaga reputasi Personal Branding yang baik (Rampersad dalam Ariani & Liliyana, 2020).

Aurellia (2024) menulis dalam situs Detik.com menginformasikan bahwa Komeng mengatakan jika dirinya sangat memilih ke DPD dan tidak bergabung kedalam partai politik apapun. "Menurut saya, dengan menjadi anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), saya bisa lebih leluasa untuk bertindak sesuai dengan keyakinan dan pengetahuan saya sendiri tanpa harus terikat pada kepentingan partai politik tertentu," kata Komeng. Menurut Komeng ia berniat untuk memulai perjalanannya di Dewan Perwakilan Daerah

(DPD) dari Jawa Barat. Di sana, Komeng memiliki rencana yang kuat untuk fokus pada menghidupkan kembali semangat dan potensi para seniman di wilayah tersebut. Komedian asal Indonesia tersebut, percaya bahwa seni dan budaya memiliki peran penting dalam menginspirasi, menyatukan, dan memperkaya kehidupan masyarakat.

Mengutip dari BBC News Indonesia (2024), masyarakat mengatakan bahwa “Komeng adalah *mockingjay* kami”. Pada hari pencoblosan, banyak masyarakat di daerah pemilihan (dapil) Jawa Barat dibuat terkejut ketika foto komedian ternama Indonesia Alfiansyah Bustami Komeng terpampang di kotak suara. Dengan mata yang melotot dan mulut yang mangap, foto komedian Indonesia alias Komeng ini memang terkesan unik daripada calon-calon yang lain. Komeng sendiri mengaku sengaja menggunakan foto ‘nyeleneh’ tersebut. Apalagi tidak ada perintah larangan dari pihak berwajib untuk penggunaan foto dengan gaya seperti itu. “Itu kan suratnya nggak bersuara, makanya saya bikin bersuara. Ya saya suka saja, anti-mainstream, nggak sama kayak orang lain,” ujar Komeng kepada media detik.com.

Kompas.com merilis artikel yang berjudul “Maju Jadi Caleg DPD Jabar tanpa kampanye besar-besaran, Komeng: Katanya Politik itu Mahal, Ternyata Enggak” pada tanggal 16 Februari 2024, yang menyatakan bahwa komedian bernama Alfiansyah Komeng atau yang sering dikenal dengan nama komeng ini mengaku bahwa ia tidak melakukan kampanye besar-besaran saat maju sebagai calon anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Jawa Barat. Komeng sendiri mengatakan bahwa kegiatan seperti itu dilakukan untuk membuktikan kepada masyarakat bahwa biaya yang didapat untuk hal terjun ke dunia politik sendiri tidak selalu mengeluarkan biaya atau modal yang besar.

Situs resmi BBC News Indonesia (2024) menyatakan, Komedian Komeng mencalonkan diri sebagai anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) di Jawa Barat, berhasil mengubah dinamika politik dengan pendekatan pemasaran yang inovatif. Melalui personal branding yang unik, dia menggunakan gambar dengan ekspresi khasnya pada surat suara, menciptakan sensasi di media sosial dan mendapat dukungan luas dari masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya membangun citra yang mudah diingat tetapi juga merangkul persona yang akrab bagi pemilih, mengubah pandangan tradisional terhadap politik. Dengan demikian, Komeng tidak hanya menjadi salah satu kandidat yang populer tetapi juga mendorong partisipasi yang lebih tinggi dalam proses pemilihan.

Kehadiran Komedian Komeng dalam arena politik membawa warna baru yang segar dengan pendekatan personal branding yang unik. Melalui foto dengan gaya khasnya pada surat suara, ia berhasil mencuri perhatian dan mendapatkan dukungan luas dari masyarakat. Pendekatan pemasaran yang diadopsinya berhasil membangun citra yang kuat dan mudah diingat, sementara penggunaan persona yang dikenal oleh pemilih membantu mengubah persepsi terhadap politik tradisional. Selain itu, Komeng juga berhasil mengubah suasana politik yang serius menjadi lebih santai, memungkinkan partisipasi yang lebih tinggi dari masyarakat. Pendekatan yang menyenangkan ini membuktikan bahwa politik tidak harus selalu formal dan membosankan. Dengan kampanye dan personal branding yang tidak konvensional, Komeng berhasil menarik perhatian pemilih dan membangun citra yang kuat dalam pemilihan DPD di Senayan. Dukungan yang diterimanya adalah bukti bahwa strategi komedi dapat menjadi alat yang efektif dalam politik.

Dalam konteks ini, keunikan personal branding yang dimiliki oleh Komeng menjadi daya tarik utama bagi para pemilih. Dikenal sebagai seorang komedian cerdas dan jenaka, Komeng memiliki kemampuan untuk menghibur serta memainkan perannya dengan baik. Hal ini memungkinkannya untuk membangun komunikasi yang kuat dengan masyarakat

dan meyakinkan mereka untuk mendukung kandidat yang dia wakili. Tidak hanya itu, personal branding Komeng juga membawa kesan bahwa politik tidak hanya terbatas pada para elit atau individu yang serius, tetapi juga dapat dimiliki oleh individu dengan kepribadian unik dan optimis. Dengan pendekatan ini, personal branding Komeng dapat membantu menjangkau lebih banyak pemilih dan menarik perhatian dari segmen masyarakat yang sebelumnya kurang tertarik dalam urusan politik. Sementara itu, ia juga mampu memperjelas isu-isu politik dengan cara yang lebih mudah dipahami dan menghibur, sehingga pesan-pesan politik dapat tersampaikan dengan lebih efektif kepada masyarakat luas.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan data dan informasi yang didapatkan dapat diambil kesimpulan personal branding menjadi hal penting dalam dunia politik serta dapat menjadi sebuah Strategi yang kuat dalam pemilihannya. hal itu pun yang dilakukan seorang Komeng pada pemilu, yaitu memanfaatkan keunikannya dan menciptakan citra yang positif dan unik dimata orang lain. oleh karena personal branding serta keunikannya Komeng mampu bisa berkontribusi terhadap hasil pemilu dan juga kampanye politiknya.

Melalui strategi personal branding yang memperlihatkan kepribadiannya yang unik, Komeng juga menarik perhatian publik dan berhasil membangun relasi dengan pemilihnya Dengan memanfaatkan dirinya yang sebagai seorang komedian cerdas dan santai, dengan foto yang unik, Komeng berhasil meraih suara terbanyak sebagai calon anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Jawa Barat Pemilu 2024. Dengan menggunakan selera humor dan kesederhanaannya, Komeng juga dapat mengubah suasana politik yang serius menjadi lebih santai dan menghibur, sehingga memungkinkan untuk mendapatkan partisipasi yang lebih dari masyarakat.

Pendekatan ini membuktikan bahwa komedi dapat menjadi strategi yang efektif. Kesimpulan ini menegaskan bahwa personal branding yang unik dapat menjadi alat penentu dalam kesuksesan seorang kandidat dalam politik, dan kepribadian yang menarik dan optimis dapat mempengaruhi pola pikir seseorang.

Dalam kasus ini personal branding menunjukkan bahwa membangun citra yang unik dengan karakter asli individu, merupakan kunci keberhasilan komeng dalam menarik perhatian dan pilihan masyarakat. Oleh sebab itu, personal branding yang unik dan sesuai dengan identitas diri sangat penting dalam memenangkan tujuan politik dan berhasil menarik kepercayaan dari masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia, D. Zhalzha & Pratiwi, F. Sulistya. (2024). Hasil Real Count Sementara: 8 Caleg DPD Jabar dengan Suara Terbanyak, Ada Komeng & Jihan Fahira. Data Indonesia. Dikutip dari: <https://dataindonesia.id/data-pemilu/detail/hasil-real-count-sementara-8-caleg-dpd-jabar-dengan-suara-terbanyak-ada-komeng-jihan-fahira>
- Aditya, R. (2024). Visi Misi Komeng Jadi Caleg DPD RI, Ingin Hari Komedi Nasional hingga 'Menjajah' Dunia Seni. Suara. Dikutip dari: <https://www.suara.com/lifestyle/2024/02/17/103804/visi-misi-komeng-jadi-caleg-dpd-ri-ingin-hari-komedi-nasional-hingga-menjajah-dunia-seni>
- Aurellia, A. (2024). Raihan Suara Para Calon DPD Dapil Jabar yang Berpose Tak Biasa. Detik. Dikutip dari: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-7200412/raihan-suara-para-calon-dpd-dapil-jabar-yang-berpose-tak-biasa>
- Arianti, G. & Asri, R. (2019). Pengaruh Personal Branding Sandiaga Uno Terhadap Minat Pemilih Perempuan Pada Pilpres 2019. Dikutip dari: [file:///C:/Users/Labkom16/Downloads/B3.-Gusmia\\_Jurnal-CoverAge-Artikel.pdf](file:///C:/Users/Labkom16/Downloads/B3.-Gusmia_Jurnal-CoverAge-Artikel.pdf)

- BBC News Indonesia. (2024). BBC News. Dikutip dari: Perolehan Komeng: Tembus satu juta suara di pemilihan DPD Jawa Barat - Kenapa publik terpincut memilih artis di surat suara?. BBC News. Dikutip dari: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c80n75leg77o>
- CNN Indonesia. (2024). Komeng Ditanya Alasan Masuk DPD: Kalau DPO ke Mana-mana Repot. CNN. Dikutip dari: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20240216153337-234-1063604/komeng-ditanya-alasan-masuk-dpd-kalau-dpo-ke-mana-mana-repot>.
- Fitriani, A. Zahra. (2024). Asal Mula Nama Komeng, Ada Cerita Menarik di Baliknyanya. IDN Times. Dikutip dari: <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/alifa-zahra-fitriani/asal-mula-nama-komeng>
- Hasbullah, A. Hamzah. (2024). Subang Jadi Tempat Awal Komeng Uhuy Berniat Maju Caleg DPD RI Asal Jawa Barat, Kok Bisa? Kan Dia Orang Depok?. Pikiran Rakyat Subang. Dikutip dari: <https://subang.pikiran-rakyat.com/subang-raja/pr-657727472/subang-jadi-tempat-awal-komeng-uhuy-berniat-maju-caleg-dpd-ri-asal-jawa-barat-kok-bisa-kan-dia-orang-depok?page=all>
- Hidayat, A. (2024). Komeng dan Layar Mikro Politik Kita. Detik News. Dikutip dari: <https://news.detik.com/kolom/d-7204654/komeng-dan-layar-mikro-politik-kita>
- Jauhar, M. Altaf. (2024). Komeng Ungkap Visi Misinya Maju Jadi Bacaleg DPD RI: Gue Mau Kasih Kebahagiaan. Liputan 6. Dikutip dari: <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5321003/komeng-ungkap-visi-misinya-maju-jadi-bacaleg-dpd-ri-gue-mau-kasih-kebahagiaan?page=4>
- Maulana, E. & Prasetia, A. Reka. (2019). Pengaruh Personal Branding Untuk Meningkatkan Partisipasi Generasi Milenial Pada Pelaksanaan Pemilu 2019. COMNEWS, 2. Dikutip dari: <file:///C:/Users/Labkom16/Downloads/MaulanaPrasetia.2019.PengaruhPersonalBranding.pdf>
- Maulana, A. Haris. (2024). Maju Jadi Caleg DPD Jabar Tanpa Kampanye Besar-besaran, Komeng: Katanya Politik Itu Mahal, Ternyata Enggak. Kompas. Dikutip dari: <https://megapolitan.kompas.com/read/2024/02/16/13244491/maju-jadi-caleg-dpd-jabar-tanpa-kampanye-besar-besaran-komeng-katanya>.
- Putri, N. Kumalalah. (2024). Profil Komeng, Komedian yang Viral Gara-Gara Foto Kocak di Surat Suara DPD RI. Liputan 6. Dikutip dari: <https://www.liputan6.com/regional/read/5528574/profil-komeng-komedian-yang-viral-gara-gara-foto-kocak-di-surat-suara-dpd-ri>
- Pratama, R. L. (2024). Alasan Komeng Ingin Jadikan 27 September sebagai Hari Komedi Nasional. Kompas. Dikutip dari: <https://www.kompas.tv/entertainment/487491/alasan-komeng-ingin-jadikan-27-september-sebagai-hari-komedi-nasional>
- Prindonesia.co. (2024). Kenapa Orang Pilih Komeng? Simak Yuk Rahasiannya!. Prindonesia. Dikutip dari: <https://www.prindonesia.co/detail/3752/Kenapa-Orang-Pilih-Komeng-Simak-Yuk-Rahasiannya>
- Sakina, P. (2024). Komeng sudah dapat lebih dari 1 juta suara, cek visi misinya. Antara. Dikutip dari: <https://www.antaraneews.com/berita/3968085/komeng-sudah-dapat-lebih-dari-1-juta-suara-cek-visi-misinya>
- Tempo.co. (2024). Real Count Komeng Versi KPU, Masih Unggul di DPD Jabar. Tempo. Dikutip dari: <https://pemilu.tempo.co/read/1834361/real-count-komeng-versi-kpu-masih-unggul-di-dpd-jabar>
- Wardhani, A. K. (2024). Komeng Tak Ketahuan Kampanye, Suaranya Unggul Sementara di DPD Jabar, Foto Nyeleneh Jadi Daya Tarik. Tribun News. Dikutip dari: <https://www.tribunnews.com/seleb/2024/02/15/komeng-tak-ketahuan-kampanye-suaranya-unggul- sementara-di-dpd-jabar-foto-nyeleneh-jadi-daya-tarik?page=4>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). Scriptura, 11(1), 41-52. Dikutip dari: [https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/14754/2/T1\\_362011014\\_BAB%20II.pdf](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/14754/2/T1_362011014_BAB%20II.pdf)  
[https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/14754/2/T1\\_362011014\\_BAB%20II.pdf](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/14754/2/T1_362011014_BAB%20II.pdf)