

KOMUNIKASI DIGITAL KREATIVITAS DAN INTERKONEKTIVITAS

KOMUNIKASI DIGITAL

KREATIVITAS DAN INTERKONEKTIVITAS



EDITOR

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.
Ponco Budi Sulistyono, M.Com., Ph.D.

**KOMUNIKASI DIGITAL
KREATIVITAS DAN INTERKONEKTIVITAS**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**



KOMUNIKASI DIGITAL KREATIVITAS DAN INTERKONEKTIVITAS
Prosiding *The Power of Communication Conference* 2016
Pangkalpinang, 20 - 21 September 2016

Editor : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., Ponco Budi Sulisty, M.Comn. ,Phd.
Penyusun: Yuni Tresnawati, M.Ikom.

Desain Cover: Aulia Rahman, S.I.Kom
Tata Letak: Aulia Rahman, S.I.Kom

Edisi Pertama
Cetakan Pertama, September 2016

xvi + 528 hlm, 1 jil 21 cm x 14,8 cm

ISBN:

Hak Cipta (c) 2016 pada penulis
Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Penerbit:
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta

Bekerjasama dengan Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Stisipol Pahlawan 12 Sungai Liat Bangka, FISIPOL Universitas Bangka Belitung

DAFTAR ISI

Pengantar Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M.....	v
Pengantar Panitia Pelaksana Dr. Agustina Zubair, M.Si.....	viii
Pengantar Ketua ASPIKOM Dr. Heri Budianto, M.Si.....	x
Pengantar Editor Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. Ponco Budi Sulisty, M.Comn. ,Phd.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
Akun Instagram Dagelan Sebagai Media Promosi Brand Dan Bisnis Lokal Indonesia Edy Prihantoro.....	1
Penggunaan Media Komunikasi Pemasaran Kampung Tenun Silungkang sebagai Wisata Budaya Kota Sawahlunto Revi Marta	19
Penggunaan Media Sosial Twitter Dalam Pembentukan Dimensi Ekuitas Merek L-Men Saepudin dan Widya Darmawati.....	36
Transmedia Branding!: Strategi Unik Kolaborasi Kekuatan Naratif Dan Fungsi Media Baru Dalam Dunia Komunikasi Pemasaran Terpadu Dr. Muhamad Sulhan.....	64
Penggunaan Media Sosial Dies Natalis Universitas Padjadjaran Ke-58 Oleh Mediawave Interactive Bandung Riezka Khairunnisa, Dr. Lukiati Komala dan Priyo Subekti.....	85
Peran Instagram Dalam Pemasaran Bagi Dunia Usaha Endri Listiani.....	100
Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Mereservasi Hotel Melalui Online Erna Mariana Susilowardhani, Lidia Djuhardi,	

Syarifuddin S. Gassing.....	119
Pokémon Go Sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran Alternatif	
Inco Hary Perdana.....	134
Upaya Pengenalan Produk Kuliner Lokal Melalui Bauran Komunikasi Digital (From AIDA To AISAS)	
Rahma Santhi Zinaida.....	156
Pengaruh Konten Dan Komentar Dalam Program Intertaste Di Kanal Youtube Binus Tv Terhadap Pengetahuan Kuliner	
William Grinaldi dan Dr. Irwansyah, MA.....	173
Perilaku Pembelian Pada Komunikasi Pemasaran Digital	
Salman, S.E., M.Si. Dan Satya Candrasari, M.I.Kom.....	191
Brand Jamming, Brand Activation & Advertising Literacy: Strategi Melawan Industri Rokok Dalam Menjaring Replacement Smokers	
Santi Indra Astuti.....	206
Pemetaan Strategi Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta Di Indonesia (Analisis Pengembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Pendidikan Melalui Model Pembelajaran E-Learning)	
Siti Komsiah, m.Si., Eli Jamilah, Dian Harmaningsih.....	227
Efektivitas Penggunaan Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online Shop	
Sri Dwi Fajarini, S.I.Kom.....	237
Peluang Pemanfaatan Virtual Community Dalam Membudayakan Konsumsi Sayur Dan Buah Guna Mencegah Kanker (Studi Pada Akun Instagram Indonesia Makan Sayur)	
Oktaviana Purnamasari.....	255
Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Perusahaan dengan Media	
Yugih Setyanto dan Paula T. Anggarina	277
Efektivitas Marketing Public Relations Dalam Membangun Image (Efektivitas Marketing Public Relations “ Social Kitchen Lounge” Dalam Membangun Image	

Terhadap Customer Loyalty) Virginia Ayu Sagita.....	287
Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif (Studi pada Usaha Mikro Kecil & Menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta) Diyah Ayu Retno & Ranggabumi Nuswantoro, Thomas Adi Purnomo Sidhi.....	308
Konvergensi Media Dan Citizen Journalism: Penyokong Aktivitas Jurnalistik Radio Prfm Bandung Leili Kurnia Gustini, S.Sos., M.Si.....	331
Social Media Editor; A New Emerging Job In The Era of Online Journalism Iksander, M.A.i.....	344
Representasi Gender dalam Aktualisasi Diri Perempuan di Balik Keterbatasan(Analisis EDFAT Foto Berita Perayaan Kartini di Rutan Pondok Bambu pada media Online Republika.co.id dan Kompas.com) Lalita Hanief, S.Sos, M.Si dan Sri Astuty, S.Sos,M.Si.....	359
Pemahaman Intersubjektif Dalam Mempelajari Ilmu Komunikasi Dengan Pemanfaatan Media E-Learning (Studi Makna Belajar Online Menurut Mahasiswa Di Universitas Mercu Buana Jakarta) Juwono Tri Atmodjo.....	381
Membangun Budaya Antikorupsi Melalui Website Sekolah Bagi Siswa Dr. Uud Wahyudin, M.Si dan Dr. Atwar Bajari, M.Si.....	403
Personal Branding di Media Baru: Praktik Selebriti pada akun YouTube Micro-Celebrity Lidwina Mutia Sadasri, S.IP., MA.....	419
Analisis Diskursif Perbincangan Dalam Perspektif Personal Branding Selebriti Melalui Media Sosial Twitter Ponco Budi Sulisty.....	440
Penerimaan Teknologi Instant Messaging Dalam Mendukung Branding Bisnis Startup Irwansyah dan Niken F. ErnungtyasA.....	474



ANALISIS DISKURSIF PERBINCANGAN DALAM PERSPEKTIF PERSONAL BRANDING SELEBRITI MELALUI MEDIA SOSIAL

Ponco Budi Sulistyio
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Ja-
karta
ponco_budi@mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Personal branding merupakan salah satu bentuk atau alat komunikasi pemasaran yang ditujukan bagi pembentukan citra tertentu mengenai diri seseorang melalui persepsi masyarakat atau publik. Personal branding penting untuk dilakukan jika seseorang mengharapkan citra dirinya (yang dipersepsikan oleh orang lain) terbentuk sesuai dengan yang diinginkannya. Dengan menggunakan metode analisis wacana ideologi Teun Van Dijk, penelitian ini bertujuan mengetahui wacana perbincangan selebriti dalam membangun personal branding melalui akun Twitter @LMFoundation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi citra diri yang dilakukan melalui akun @LMFoundation lebih melakukan pendekatan dan penekanan pada menimbulkan kepercayaan dan simpati masyarakat, dalam hal ini pengikut akun tersebut melalui pernyataan-pernyataan yang menonjolkan aspek humanis dan kepedulian pada masyarakat itu sendiri. Meskipun pernyataan yang ditulis adalah di dalam akun @LM Foundation, atau Yayasan Luna Maya, namun respon yang diberikan oleh para pengikutnya tidak lepas dari keberadaan Luna Maya sebagai pribadi yang merupakan selebriti yang juga seorang. Pernyataan-pernyataan anggota komunitas pengikut akun @LMFoundation di media sosial Tweeter tersebut saling menguatkan citra dari sang selebriti, yaitu Luna Maya.

Kata kunci: analisis wacana, personal branding, media sosial

Pendahuluan

Era komunikasi interaktif telah memasuki fase baru menyusul lahirnya teknologi internet. Interaktifitas komunikasi menjadi begitu dinamis dengan menggunakan sarana internet. Kedinamisan komunikasi ini meliputi kecepatan dan juga partisipasi dari para pelakunya. Beberapa dekade terakhir telah terjadi sebuah revolusi besar di bidang komunikasi, termasuk juga komunikasi yang menggunakan media. Keadaan ini telah dimungkinkan oleh lahirnya media baru seperti komputer, jaringan telepon, jaringan komunikasi, internet, dan teknologi multimedia (Mahmoud dan Auer, 2009). Media baru ini mencerminkan berbagai konfigurasi yang berbeda dari komunikasi; mereka mengungkapkan beragam bentuk hubungan antara karakteristik komunikasi interpersonal (interaktivitas, demasifikasi, dan sinkronisasi) dan karakteristik komunikasi massa (massifikasi, penggunaan teknologi baru). Media baru memiliki banyak keuntungan yang membedakan mereka dari media massa tradisional seperti: interaktivitas, demasifikasi, selektivitas, sinkronisasi, kedekatan, forum pro-demokrasi dan alat pemasaran. Namun, interaktivitas umumnya dianggap sebagai ciri utama dari media baru.

Proses komunikasi interaktif ini menjadi penting ketika keberadaannya tidak saja dianggap sebagai satu ritual pertukaran pesan semata-mata. Namun konsep komunikasi interaktif saat ini telah menjadi perhatian berbagai kalangan, khususnya yang menganggap dimensi interaktivitas ini sebagai salah satu kelebihan dalam 'menguasai' kesadaran khalayak sasarannya. Meskipun menurut Downes dan McMillan (2000) individu merasa bahwa tujuan komunikasi lebih berorientasi pada pertukaran informasi daripada mencoba membujuk, namun dinyatakan pula bagaimanapun kadang-kadang individu berpotensi untuk memanipulasi isi, dan kecepatan (Downes, 2000: 157). Dengan demikian proses komunikasi interaktif dapat berlangsung lebih setara dalam pengertian bahwa kedudukan komunikator dan komunikan berada dalam kapasitas dan tingkatan yang sama.

Fenomena komunikasi interaktif ini semakin dinamis ketika lahir apa yang disebut sebagai media sosial (baru). Media sosial ini mempunyai ciri-ciri utama bahwa pesannya dapat tersebar secara luas dengan mudah dan murah, pelaku yang terlibat sama-sama dapat bertindak sebagai subyek komunikasi, pesannya dapat disunting kapan saja, memungkinkan pelaku-pelakunya melakukan komunikasi secara micro-blogging dan memungkinkan pelaku-pelakunya dapat melakukan tindakan sosial tertentu (DeChoudhury et. all., 2010).

Penggunaan media sosial saat inipun menjadi begitu beragam jika dilihat dari motifnya, mulai dari hanya sekedar berbagi pesan dalam bentuk tulisan, gambar dan video untuk tujuan kesenangan semata-mata, mencari sahabat lama, bersosialisasi untuk meneguhkan eksistensi, sampai dengan motif-motif yang lebih "serius", misalnya melakukan survei khalayak, kampanye politik, pengelolaan reputasi dan juga melakukan pemasaran sosial. Pemasaran melalui media sosial ini juga dapat digunakan tidak saja untuk kepentingan bisnis ataupun kampanye politik, namun juga sebagai sarana konstruksi citra, baik secara organisasional maupun individu. Dalam konteks komunikasi pemasaran proses ataupun konstruksi pencitraan inidividu ini juga dikenal dengan istilah personal branding, yaitu suatu proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana stimulus – stimulus ini menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Susanto, 2009). Sementara, secara lebih terperinci Kupta mengatakan bahwa personal branding adalah citra personal yang mewakili sekumpulan keahlian, ide cemerlang, sistem kepercayaan dan persamaan nilai yang dianggap menarik. Personal branding adalah segala sesuatu tentang anda yang membedakan dan memasarkan diri anda, seperti misalnya pesan-pesan anda, citra diri dan taktik pemasaran.

Media sosial seperti Youtube, Linkeidn, MySpace ataupun

Twitter telah banyak dimanfaatkan oleh siapa saja yang berkentingan untuk membangun merek personal mereka. Personal branding, seperti telah dijelaskan sebelumnya sangat terkait dengan konstruksi citra. Bagaimana membangun, mengembangkan atau bahkan memulihkan citra diri seseorang melalui kegiatan personal branding dengan menggunakan media sosial perlu mendapatkan perhatian secara kritis. Mengingat media sosial seperti juga media (massa) lainnya menggunakan jaringan yang merupakan ranah publik. Interaksi yang terjadi dalam media sosial adalah salah satu bukti nyata yang memanfaatkan ruang publik (public sphere). Segala fasilitas yang tersedia di dalam dunia maya telah menjadi arena informasi dan komunikasi bagi masyarakat untuk terlibat di dalamnya, yang mana salah satunya adalah dengan terwujudnya jaringan sosial yang dapat mempengaruhi bentuk komunikasi termasuk juga pola dan karakteristik komunikasi (Tracey, 1999).

Twitter dan Personal Branding Selebriti

Twitter adalah salah satu bentuk media sosial yang mempunyai banyak pengguna di dunia. Menurut situs web perankingan pengguna media sosial www.statista.com, Twitter adalah media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di dunia, dengan jumlah pengguna 284 juta pengguna pada bulan November 2014. Sementara di peringkat pertama adalah Facebook dengan 1,350 miliar pengguna, QZone dengan 645 juta pengguna, Google+ dengan 343 juta pengguna, LinkedIn dengan 332 pengguna dan di peringkat keenam ada Tumblr dengan 320 juta pengguna, Instagram dengan 200 juta pengguna dan Sina Weibo dengan 157 juta pengguna. Di antara pengguna-pengguna Twitter tersebut, kalangan selebriti dan public figure adalah yang paling banyak memiliki pengikut (followers) pada akun Twittemya. Data dari Socialbakers, sebuah firma penyedia jasa penelusuran, penganalisis, pembandingan dan pemeringkat pengguna media sosial di dunia, menyebutkan bahwa pengguna media sosial Twitter yang memiliki paling banyak pengikut di dunia sampai dengan Desember 2014 adalah artis Katy Perry yang memiliki akun Twitter

@katyperry dengan jumlah pengikut 61.370.629 orang, disusul oleh Justin Bieber (@justinbieber) dengan jumlah pengikut 57.375.267 orang, peringkat ketiga ada Taylor Swift (@taylorswift13) dengan jumlah pengikut 48.353.454 orang, peringkat keempat Lady Gaga (@ladygaga) dengan jumlah pengikut 43.059.774 orang dan di peringkat kelima adalah Britney Spears (@britneyspears) dengan jumlah pengikut 39.829.920 orang.

Demikian pula yang terjadi di Indonesia, pengguna Twitter yang termasuk di dalam peringkat sepuluh besar berdasarkan pengikutnya adalah kalangan artis yang lebih populer dengan sebutan selebriti. Indonesia sendiri sempat berada pada peringkat ketiga dunia dalam hal jumlah pengguna Twitter dan berdasarkan data dari Alexa firma peneliti media sosial, Twitter adalah situs web yang masuk ke dalam peringkat kesepuluh dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Berdasarkan hasil perhitungan tahun 2013 oleh SemioCast, peneliti sosial media, ada lima negara yang dianggap paling banyak menggunakan Twitter. Negara terbanyak pertama adalah Amerika Serikat, kedua Jepang, ketiga Indonesia, keempat Inggris, dan kelima Brazil. Sebanyak 24,3 persen pengguna atau sekitar 3,7 miliar tweet datang dari Amerika Serikat dan langsung mendominasi dunia Twitter. Jepang menyumbang 9,3 persen pengguna dan sekitar 1,8 miliar tweet. Sementara Indonesia memberikan angka sebanyak 6,5 persen pengguna dan 1 miliar tweet.

Jika dilihat dari segi pengikutnya, kalangan artis atau selebriti masih mendominasi pemilik akun Twitter dengan jumlah pengikut terbanyak. Untuk kategori keseluruhan peringkat pertama adalah penyanyi Agnes Monica yang memiliki akun Twitter @agnezmo dengan 11.893.277 pengikut, peringkat kedua adalah situs Ramalan Indonesia (@TeetRAMALAN) dengan 9.424.491 pengikut, di peringkat ketiga penulis Raditya Dika (@radityadika) dengan 8.766.406 pengikut, di peringkat keempat situs berita detik.com (@detikcom) dengan 8.751.816 pengikut, di peringkat kelima penyanyi Sherina Sinna (@sherinasinna) dengan 8.596.109 pengikut dan

di peringkat keenam pembawa acara dan juga pemain film Luna Maya (@lunamaya) dengan 8.345.549 pengikut. Sementara untuk kategori selebriti, pemilik akun Twitter dengan peringkat pertama adalah Agnes Monica, peringkat kedua Raditya Dika, peringkat ketiga Sherina Sinna, peringkat keempat Luna Maya dan peringkat kelima penyanyi Vidi Aldiano (@vidialdiano) dengan 7.406.299 pengikut. Di antara akun twitter selebriti dengan pengikut terbanyak tersebut, salah satu akun Twitter Luna Maya adalah yang akan menjadi subyek penelitian ini yaitu @LMFoundation. Seperti diketahui, nama Luna Maya sempat menjadi pembicaraan publik, ketika beredarnya video mesum yang dianggap mirip dirinya dengan penyanyi Ariel 'Peterpan' (pemilik nama asli Nazril Irham) di dunia maya pada tanggal 22 Mei 2010. Sejak peristiwa tersebut Luna Maya mulai jarang tampil di depan publik, terlebih lagi ketika pada tanggal 9 Juli 2010 dirinya dinyatakan resmi sebagai tersangka oleh pihak kepolisian terkait kasus video mesum tersebut.

Namun seiring dengan perkembangan kasus tersebut, lama kelamaan status hukum Luna Maya sebagai tersangka pun mengambang begitu saja. Luna Maya pun sudah kembali dengan aktivitasnya di depan publik, terutama keberadaannya sebagai pembawa acara program musik di televisi swasta setelah Ariel divonis bersalah. Bahkan hingga saat ini, masyarakat seolah-olah sudah melupakan bahwa Luna Maya pernah ditetapkan sebagai tersangka oleh pihak kepolisian. Luna Maya telah kembali dengan aktivitas keartisannya, baik sebagai pembawa acara program televisi, bintang iklan dan video klip musik, pemain film dan sinetron serta penyanyi. Bahkan pada tahun 2011 Luna Maya sempat memperoleh penghargaan dari Grazia Glitz and Glam Awards kategori The Best Comeback dan kategori Cover Terfavorit. Tahun 2012 mendapat penghargaan yang sama untuk kategori Cover Terfavorit untuk kedua kalinya. Kembalinya Luna Maya di tengah-tengah masyarakat bahkan telah mendapat apresiasi sebagai seorang selebriti, dapat diasumsikan bahwa sosok Luna Maya telah diterima kembali meskipun Luna Maya pernah tersangkut kasus video mesum dan

ditetapkan sebagai tersangka pada tahun 2010.

Meskipun seseorang memang tidak harus menjadi selebriti atau public figure untuk mempunyai sebuah 'I-Brand' (istilah lain untuk Personal Branding) yang solid. Strateginya adalah pembinaan diri untuk menjadi seseorang yang punya nilai tinggi di mata rekan atau lingkungan sekitarnya (masyarakat). Terlepas dari tingkat keberhasilan Luna Maya dalam membangun kembali citra ataupun imej dirinya, dari fakta-fakta yang ada telah dapat dikatakan bahwa saat ini Luna Maya telah mampu bangkit kembali dan sadar bahwa realitas adalah sesuatu yang tidak muncul dengan sendirinya, ia merupakan kenyataan yang bisa dikonstruksi atau bahkan direkonstruksi demi mencapai satu tujuan tertentu. Luna Maya juga dikenal sebagai selebriti yang aktif menggunakan media sosial, di antaranya Instagram, Facebook dan Twitter. Dari ketiga akun media sosialnya tersebut, akun Twitter-nya (@lunamaya26) yang paling banyak memiliki pengikut (follower) dibandingkan kedua media sosial lainnya, yaitu sebanyak 8,35 juta pengikut di mana Instagram-nya ([instagram.com/lunamaya](https://www.instagram.com/lunamaya)) memiliki 1,1 juta pengikut dan Facebook-nya ([facebook.com/officiallunamaya](https://www.facebook.com/officiallunamaya)) hanya memiliki 2,6 juta pengikut. Dengan demikian, selain sebagai selebriti di dunia nyata, Luna Maya juga mendapat julukan "seleb-twit" atau orang yang populer melalui media sosial Twitter.

Selain memiliki akun Twitter atas nama pribadinya, Luna Maya juga memiliki akun Twitter atas nama yayasan miliknya yang diberi nama Yayasan Luna Maya (Luna Maya Foundation), yaitu @LMFoundation. Melalui yayasan ini, Luna Maya memberikan beasiswa pendidikan bagi anak-anak berprestasi. Meskipun baru memiliki 5.082 pengikut, namun akun Twitter ini selalu menyebut (mention) akun pribadi Luna Maya (@lunamaya26) di setiap status maupun komentarnya. Mention adalah istilah Twitter yang digunakan saat anda menyertakan ID akun seseorang di Twitter dalam sebuah isi posting tweet. Hal ini biasanya sering digunakan untuk mengajak teman bergabung di sebuah topik yang anda bicarakan pada sebuah posting. Dengan demikian, perbincangan di dalam akun @

LMFoundation juga akan masuk ke dalam akun @lunamaya26.

KAJIAN TEORITIS

Startegi Citra Diri Melalui Personal Branding

American Marketing Association (AMA) dalam sebuah artikel yang berjudul "What is Branding and How Important is it to Your Marketing Strategy", mendefinisikan brand atau merek dengan nama, istilah, tanda, simbol atau desain, atau kombinasi dari semua itu yang tujuannya untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu perusahaan atau kelompok perusahaan dan untuk membedakan mereka dari perusahaan lain. Senada dengan definisi tersebut Kotler (2002) menyimpulkan bahwa merek merupakan nama atau simbol yang bersifat membedakan, dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual tertentu. Brand adalah sesuatu yang tidak terlihat (*intangibile*), tetapi efeknya sangat nyata. Merek memberi tanda pada konsumen mengenai sumber merek, dan melindungi konsumen maupun produsen dari para kompetitor yang berusaha meberikan produk yang tampak identik.

Jika dikaitkan dengan konsep personal branding, maka produk dalam konteks ini adalah seseorang ataupun individu yang dianggap perlu untuk dibentuk citranya sehingga yang bersangkutan dipercaya dan dipersepsikan sebagai individu yang mempunyai kualitas diri tertentu sesuai dengan keinginan dan harapannya. Persepsi ini diharapkan dapat tertanam secara terus menerus di benak khalayak, sehingga citra yang demikian pun akan kekal dan individu tersebut akan dikenang dan dikesankan sebagaimana ia ingin dikenang dan dikesankan. Pada kenyataannya, kita menemukan banyak individu yang memiliki brand yang sangat kuat di bidangnya, sebagai contoh, Jokowi, Deddy Corbuzier, Ahmad Dhani, Syahrini dan juga Luna Maya. Dengan brand yang kuat itu, mereka menjadi eksis dengan profesinya dalam rentang waktu yang cukup lama, meski pendatang baru yang lebih muda dan berbakat terus muncul. Dalam konteks ini, Timothy P. O'Brien penulis buku "The Power of Branding" (2007)

mengatakan bahwa personal brand adalah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut. Penjelasan yang mirip pernah ditulis oleh Montoya (2009) yang mengatakan bahwa personal brand adalah image yang kuat dan yang jelas yang ada di benak klien anda. Personal branding bisa dilakukan secara out-of-date atau up-to-date, halus atau kurang ajar, tetapi jika anda sendiri tidak berpartisipasi, anda akan tertinggal. Pakar personal branding lainnya dan penulis "Me 2.0", Schawbel (2009) mengatakan, "ini adalah apa yang anda lakukan yang membuat anda siapa anda dan bagaimana anda memproyeksikan bahwa orang lain yang membuat anda tak terlupakan."

Personal Branding Melalui Media Interaktif (Media Sosial)

Ide personal branding relatif baru. Penyebutan pertama dari konsep online terbanyak adalah pada tahun 1997 ketika Tom Peters menulis sebuah artikel untuk Fast Company yang berjudul "The Brand Called You". Namun, dalam dekade terakhir pentingnya personal branding telah tumbuh secara astronomis sebagai alat media sosial baru seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, WordPress dan Tumblr telah memungkinkan orang untuk dengan mudah mengekspresikan diri secara online.

Ketika sebagian besar dari kita berpikir tentang merek, kita berpikir tentang logo, iklan dan perusahaan. Kita mencintai beberapa merek dan membenci orang lain. Alasan kita memilih sebuah merek tidak hanya untuk logo, tetapi untuk reputasi dan kualitas yang berdiri di belakangnya. Demikian pula, merek pribadi kita diciptakan oleh nilai-nilai pribadi yang kita yakini dan bagaimana kita membangun reputasi kita dengan kontribusi kita kepada masyarakat kita, secara online dan offline.

Personal brand is "the total experience of someone having a relationship with who you are and what you represent. Your personal brand is who you are, what you represent, what you believe in and what you offer all rolled into one. – Forbes

(Personal branding adalah "pengalaman total seseorang yang memiliki hubungan dengan siapa yang anda dan apa yang anda wakili. Personal brand anda adalah siapa anda, apa yang anda wakili, apa yang anda percayai dan apa keseluruhan dari anda yang dikemas menjadi satu – Forbes)

Apa yang hebat tentang personal branding adalah bahwa hal itu bukan tentang produk yang kita beli, tapi apa yang kita nilai sebagai manusia dan bagaimana kita memilih untuk mengekspresikan diri. Kita semua memiliki sesuatu yang kita ingin mengungkapkan kepada dunia. Apakah anda seorang seniman, musisi, penulis, pengusaha atau hanya benar-benar bergairah tentang hobi favorit anda, anda memiliki sesuatu yang bermakna untuk menawarkan kepada dunia. Menurut Chris Brogan seorang pakar media sosial dan pendiri Owner Media Group, sebuah merek pribadi yang kuat adalah bauran dari reputasi, kepercayaan, perhatian, dan eksekusi.

Sekarang, karena web dan media sosial, mudah untuk memulai sebuah blog, aliran sosial, saluran video atau situs untuk mengekspresikan gairah hidup seseorang, mempromosikan sesuatu yang telah dibuat dan berhubungan dengan orang yang memiliki minat yang sama di seluruh dunia. Hambatan masuk untuk mengekspresikan diri secara online atau memulai bisnis digital telah menurun begitu drastis dalam dekade terakhir, bahwa sebenarnya tidak ada apa-apa yang dapat menghentikan kita untuk menyelaminya lebih dalam. Memiliki merek pribadi dan reputasi di sekitarnya, online dan offline, tidak hanya penting untuk berbagi apa yang kita sukai, itu juga sangat penting jika Anda ingin mencari pekerjaan yang besar atau memulai bisnis kita sendiri.

Konstruksi Realitas Sosial Melalui Media Sosial

Berdasarkan konsep Berger, Luckmann dan Schutz (dalam Adone dan Mane, 1984), proses konstruksi realitas didefinisikan sebagai sosial karena dapat dilakukan hanya melalui interaksi sosial, baik secara nyata maupun simbolis. Konstruksi sosial atas realitas adalah proses dialektika yang mana manusia bertindak sekaligus

sebagai pencipta dan produk dalam dunia sosial mereka. Konstruksi ke atas realitas sosial adalah satu konsep yang disebabkan dari sebuah proses komunikasi massa. Penelitian telah menunjukkan bahwa media telah mempengaruhi konsepsi khalayak ke atas realitas sosial (Tan, 1989).

Menurut Gergen (1985), konstruksi sosial realitas secara langsung berhubungan dengan individu dan pengalaman mereka tentang dunia. Gergen menyatakan bahwa konstruksi sosial berdasarkan asumsi-asumsi berikut (dalam Karasar, 2002):

1. Dunia tidak hadir sendiri secara objektif kepada pengamat, tetapi dikenal melalui pengalaman manusia yang sebagian besar dipengaruhi oleh bahasa.
2. Kategori dalam bahasa yang digunakan untuk mengklasifikasikan sesuatu muncul dari interaksi sosial dalam kelompok individu pada suatu waktu tertentu dan di tempat tertentu.
3. Bagaimana realitas dipahami dalam waktu yang diberikan adalah ditentukan oleh kesepakatan komunikasi yang berlaku saat itu.
4. Realitas sosial dibangun oleh pola perilaku komunikasi yang saling terhubung. Dalam sesuatu kelompok sosial atau budaya, realitas didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak begitu banyak terkait dengan tindakan individu, tetapi oleh pola yang kompleks dan teratur dari tindakan yang berkelanjutan.
5. Peraturan adalah bagian penting dari realitas sosial (Littlejohn, 1992). Bukan saja mereka terbentuk dalam proses interaksi itu, tetapi mereka juga mengontrol interaksinya sendiri. Peraturan umumnya menentukan perilaku yang sesuai berkaitan dengan penggunaan media.

Kehadiran internet telah membawa pola baru pada proses komunikasi massa, internet telah mengakibatkan partisipasi masyarakat sipil dalam proses komunikasi yang lebih luas. Sifat internet yang global, memfasilitasi komunikasi dalam kalangan masyarakat dari semua bangsa dari setiap negara di dunia. Ini adalah sistem komunikasi dua arah yang mana semua individu

adalah penyedia pesan dan penerima pesan yang potensial. Dengan internet, orang tidak lagi perlu menunggu sampai waktu siaran berita untuk mendapatkan satu informasi global. Informasi di internet tersedia sepanjang hari dan dapat diakses untuk fasilitas khalayak. Sementara itu, menurut Kaye dan Medoff (1999) internet telah mengubah khalayak dari yang semula hanya menjadi penerima informasi, menjadi penyedia informasi. Oleh karena seorang pengguna internet juga dapat memberikan orang lain informasi dengan mengirimkannya secara langsung kepada mereka. Internet dengan jelas mengubah cara orang menerima dan mengirim informasi. Internet memungkinkan seseorang untuk mengintip ke dalam kehidupan orang yang tidak dikenal dengan melihat situs pribadi mereka sekaligus dengan gambar-gambarnya.

Internet juga sering digunakan untuk chatting secara virtual yang dikenal sebagai forum perbincangan atau "chat forum" (Kaye dan Medoff, 1999). Forum perbincangan memungkinkan peserta untuk bertukar pengalaman kehidupan, pesan yang dikirim adalah pesan seketika. Dengan kata lain, orang yang terlibat dalam perbincangan (chatters) melakukan percakapan sebagaimana mereka lakukan seperti dengan menggunakan telepon, tetapi bukan melalui berbicara dan bereaksi, peserta mengetik pesan dan penerima bereaksi dengan cepat. Sesuatu yang menarik dengan forum chatting ini adalah seseorang itu dapat chatting langsung dengan masyarakat di seluruh dunia.

Perkembangan terkait dengan hal di atas adalah kelahiran media sosial yang memungkinkan orang melakukan interaksi secara virtual, apakah antara individu maupun dalam jumlah yang besar, maka munculah apa yang disebut sebagai komunitas online yang biasanya melakukan aktivitasnya dalam media sosial. Masih dalam konteks ini, Karasar (2002) menyatakan peserta komunikasi online merasakan bahwa mereka dapat menciptakan realitas sosial dalam diskusi atau percakapan. Penciptaan realitas sosial dalam kalangan pengguna yang sering mengobrol satu sama lain secara online akan memungkinkan mereka merasa seolah-olah mereka berada dalam

lingkungan yang sangat nyata. Meskipun mayoritas tidak pernah melihat satu sama lain dalam kehidupan nyata, mereka merasa seperti mereka adalah teman yang sangat dekat.

Di antara kegiatan yang dilakukan individu dengan menggunakan media sosial adalah kegiatan sosial yang berkenaan dengan penentangan atas ketidakadilan dan perjuangan ke atas kesetaraan. Setelah itu istilah demokrasi digital atau kegiatan sosial online (online or virtual social activity) telah mewakili gerakan sebegitu. Beberapa uraian pada bab sebelumnya telah menjelaskan bagaimana perkembangan media baru dalam technoculture memungkinkan suatu restrukturisasi (reconfiguring) politik dan budaya dan konvergensi ulang (refocusing) politik dalam kehidupan sehari-hari (Kahn dan Kellner, 2004). Ini telah menunjukkan satu perspektif baru akan konstruksi sosial atas realitas. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi itu sendiri, internet telah berhasil menciptakan satu wadah baru bagi konstruksi realitas. Konstruksi realitas yang dapat menjadi lebih alami, dalam arti kepentingan secara ekonomi dan politik dalam konteks ini lebih didasarkan pada ideologi yang berasal dari golongan yang tidak memiliki kepentingan dari sudut pihak-pihak yang berwenang.

Media massa arus utama (mainstream) yang kebanyakan dimiliki oleh kaum pemilik modal (kapitalis) dan digunakan oleh aktor-aktor politik (penguasa), telah mendapatkan "mitra" atau mungkin lebih tepatnya "pesaing" dalam membangun realitas sosial ini. Ketika ini, begitu banyak dalam kalangan kaum pemilik modal dan penguasa yang menggunakan media sosial tersebut untuk kepentingan ekonomi dan politik mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana. Pada dasarnya, analisis wacana merupakan upaya yang dilakukan untuk menguak identitas obyek analisis. Karena obyek analisis wacana tidak pernah hadir sendirian, selalu disertai konteks, maka konteks merupakan penentu identitas obyek analisis. Dalam hal ini kita

memfokuskan obyek kita pada salah satu media massa yang ada, misalnya surat kabar.

Dalam analisis wacana adalah penting untuk mengakui perbedaan antara kata-kata yang diucapkan, gambar dilukis dan kalimat tertulis, berarti sehingga berbeda komunikasi memegang cara yang berbeda pengaruh. Hal ini juga penting untuk mengakui bahwa teks-teks yang tidak bermakna secara individual : hanya melalui interkoneksi dengan teks-teks lain (Phillips dan Hardy, 2002). Wacana juga dapat muncul dalam percakapan dari seorang peneliti dan yang diwawancarai. Dalam arti dalam analisis wacana dengan jenis analisis percakapan (*conversation analysis*) peneliti juga merupakan bagian dari penelitian. Ia memiliki bagian utama dalam membangun realitas sosial dengan mengajukan pertanyaan yang mengarah diwawancara untuk jawaban tertentu. Analisis wacana juga mengikat erat dengan struktur bahasa sehingga bahasa nasional, tata bahasa, intonasi, aksen dan lain-lain harus diambil dalam pertimbangan ketika menggunakan metode ini.

Kerangka analisis wacana yang digunakan dalam penelitian ini adalah mencacu pada format analisis wacana Teun Van Dijk. Dalam analisis wacana ada tiga hal penting yang mempengaruhi produksi maupun analisis wacana yakni: ideologi, pengetahuan dan wacana. Ideologi mempengaruhi produksi wacana. Tidak ada wacana yang benar-benar netral atau steril dari ideologi penutur atau pembuatnya. Ideologi adalah sistem kepercayaan baik kepercayaan kolektif masyarakat maupun skemata kelompok yang khas, yang tersusun dari berbagai kategori yang mencerminkan identitas, struktur sosial, dan posisi kelompok. Ideologi merupakan basis sikap sosial. Pengetahuan adalah kepercayaan yang dibuktikan dengan benar (*dijustificasi*). Kepercayaan menjadi pengetahuan apabila dimiliki oleh kelompok yang bersangkutan. Dalam kondisi tertentu terdapat pengetahuan yang belum menjadi ideologi sekalipun dimiliki secara kolektif oleh suatu kelompok. Pengetahuan semacam itu dalam analisis wacana disebut *common ground* (Eriyanto, 2011).

Tabel 1. Struktur Teks Model Analisis Wacana Van Dijk

Struktur Wacana	Hal Yang Diamati	Elemen
Struktur makro Makna global dari satu teks yang dapat diamati dari topik yang diangkat oleh suatu teks	Tematik (Topik yang ingin dikedepankan dalam satu teks)	Topik
Superstruktur Kerangka satu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup dan kesimpulan	Skematik (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai dalam satu teks)	Skema
Struktur mikro Makna lokal dan suatu teks yang dapat diamati dan pilihan kata, kalimat dan gaya yang digunakan oleh suatu teks	Semantik (Makna yang ingin ditekankan dalam teks. Contoh, dengan memberi detail pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detail sisi lainnya)	Latar, detail, maksud, pra-anggapan, nominalisasi (penomoran)
Struktur mikro	Sintaksis (Bagaimana bentuk dan susunan kalimat disampaikan)	Bentuk, kalimat, koherensi, kata ganti
Struktur mikro	Stilistik (Pilihan kata yang digunakan)	Leksikon
Struktur mikro	Retorik (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan)	Grafis, metafora, ekspresi/ungkapan

Sumber: Eryanto, 2011: 228-229

Subyek penelitian ini adalah status dan juga komentar di dalam akun Twitter @LMFoundation. Status atau yang dalam Twitter biasa disebut sebagai tweet yang akan dianalisis adalah tweet yang dituliskan baik oleh Luna Maya selaku pendiri Luna Maya Foundation dengan akun Tweeter @lunamaya26 maupun oleh pihak pengelola akun Twitter Yayasan Luna Maya. Tweet akan dianalisis beserta dengan komentar-komentar yang ditujukan langsung pada posting tweet aslinya dari para pengikutnya, baik pengikut di akun @LMFoundation maupun pengikut di akun @lunamaya26. Retweet atau mengirimkan kembali status atau pun komentar kepada akun tweernya (forward) tidak akan dijadikan subyek dalam penelitian ini. Sementara topik-topik tweet atau status dan komentar yang dianalisis adalah yang dianggap relevan dengan Yayasan Luna Maya dan juga Luna Maya itu sendiri. Tweet yang merupakan tautan (link) dari akun lainnya (bukan dibuat langsung oleh Yayasan Luna Maya dan Luna Maya) tidak akan dijadikan subyek dalam penelitian ini. Tweet ataupun komentar yang tidak relevan dengan topik tersebut

tidak akan dimasukkan menjadi subyek penelitian ini. Unit analisis di dalam penelitian ini adalah status dan komentar tertulis di dalam akun @LMFoundation. Teks yang akan dianalisis adalah tweet atau status dan komentar langsung terhadap tweet atau status tersebut yang berbentuk tulisan saja. Tweet atau status dan komentar yang berbentuk foto, gambar dan bentuk grafis lainnya ataupun merupakan tautan (link) dari sumber lain tidak akan dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dilakukan analisis terhadap data yang telah berhasil dikumpulkan, yaitu melalui penelusuran tweet-tweet yang di-posting oleh Luna Maya di dalam akun Twitter @LMFoundation. Analisis perbincangan antara Luna Maya dan para penggemar ataupun pendukungnya secara terperinci adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis Sampel 1

Tanggal Posting : 10 Desember 2013 – Jam 02.21 WIB

Dimensi Teks	Tematik	Dengan Adanya @LMFoundations semoga nantinya anak2 yg bisa sekolah dengan baik dan tinggi bisa membuat dan membawa perubahan di negri kita. (tweet)
	Skematik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan Adanya @LMFoundations semoga nantinya anak2 yg bisa sekolah dengan baik dan tinggi bisa membuat dan membawa perubahan di negri kita. 2. @LunaMaya26 Aminnn Ya Allah,,,selalu support dan dukung kakak,,,sukses yaa kak untuk @LMFoundationsnya.) (@pudanjuni85) 3. @LunaMaya26 @LMFoundations amien,,, semoga sukses dan bisa membantu semua yang membutuhkan. amien. GO FOLLOW @LMFoundations (@ervans_reinardo). 4. @LunaMaya26 @LMFoundations ranti seorang guru kak.. :) paling sayang ktw lihat anak2 pintar dg latar blakng kurang mampu... (@Ra_Nti). 5. @LunaMaya26 @LMFoundations smoga rencananya berjalan dgn lancar.Proud of you :) (@tusri_adnyani15)

	Skematik	<p>1. Latar</p> <p>a. Dengan Adanya @LMFoundations semoga nantinya anak2 yg bisa sekolah dengan baik dan tinggi bisa membuat dan membawa perubahan di negri kita</p> <p>b. @LunaMaya26 Aminnn Ya Allah,,,selalu support dan dukung kakak,,,sukses yaa kak untuk @LMFoundationsnya.) (@pudanjuni85)</p> <p>c. @LunaMaya26 @LMFoundations amien,,, semoga sukses dan bisa membantu semua yang membutuhkan. amien. GO FOLLOW @LMFoundations (@ervans_reinardo).</p> <p>2. Detail Tidak ditemukan</p> <p>3. Maksud @Ra_Nti @LunaMaya26 @LMFoundations Alhamdulillah ya Allah ini sebenarnya cita2ku semenjak duduk dibangku SMA kak Brharap bisa bergabung (@ashanthye)</p> <p>4. Pra-anggapan</p> <p>a. Dengan Adanya @LMFoundations semoga nantinya anak2 yg bisa sekolah dengan baik dan tinggi bisa membuat dan membawa perubahan di negri kita (tweet)</p> <p>b. @FansBangBily @LunaMaya26 @LMFoundations iya mudah2n kita jd pribadi yg suka memberi ya :) pintu rizki itu akan trbuka lebar klw qta memberi (@Ra_Nti)</p> <p>c. @LunaMaya26 amienn ya allah, niat yg baikk ,akan dijabahh allahh swt :D (@yasmin_mimin1)</p> <p>5. Nominalisasi Tidak ditemukan</p>
	Sintaksis	<p>1. Kata ganti</p> <p>a. @LunaMaya26 @LMFoundations amien,,, semoga sukses dan bisa membantu semua yang membutuhkan. amien GO FOLLOW @LMFoundations . Cc @R_besar (@ervans_reinardo).</p> <p>b. @FansBangBily @LunaMaya26 @LMFoundations iya mudah2n kita jd pribadi yg suka memberi ya :) pintu rizki itu akan trbuka lebar klw qta memberi (@Ra_Nti)</p> <p>2. Koherensi Dengan Adanya @LMFoundations semoga nantinya anak2 yg bisa sekolah dengan baik dan tinggi bisa membuat dan membawa perubahan di negri kita. (tweet)</p>

	Stilistik	<p>1.Leksikon</p> <p>a @LunaMaya26 @LMFoundations ranti seorang guru kak.. :) paling sayang klw lihat anak2 pintar dg latar blakng kurang mampu. (@Ra_Nti)</p> <p>b @FansBangBily @LunaMaya26 @LMFoundations iya mudah2n kita jd pribadi yg suka memberi ya :) pintu rizki itu akan trbuka lebar klw qta memberi (@Ra_Nti)</p> <p>c @LunaMaya26 amienn ya allah, niat yg baikk ,akan dijababh allahh swt :D (@yasmn_mimin1)</p> <p>2 Retorik</p> <p>a @LunaMaya26 Aminnn Ya Al'ah,,selalu support dan dukung kakak,,sukses yaa kak untuk @LMFoundationsnya) (@pudanjuni85)</p> <p>b @LunaMaya26 @LMFoundations so proud of you kak Luna :) (@BlogLDR)</p>
	Konteks	<p>Tweet atau kicauan tersebut adalah kicauan perdana pada akun tweeter @LMFoundation yang ditulis langsung oleh pendiri Luna Maya Foundation, yaitu Luna Maya.</p>

Tematik

Tema perbincangan pada sampel 1 di atas adalah mengenai harapan Luna Maya selaku pendiri LM Foundation. Luna Maya berharap anaka-anak Indonesia dapat bersekolah dengan baik dan menncapai pendidikan yang tinggi agar dapat mebawa perubahan bagi negeri. Tema yang yang ditulis pada masa awal-awal didirikannya LM Foundation tersebut cukup relevan dengan konteks saat itu. Melalui tema tersebut Luna Maya mencoba menyampaikan satu harapan sekaligus dapat ditangkap seagai salah satu tujuan utama didirikannya LM Foundation, yaitu untuk mendukung program wajib belajar dengan melakukan pemberdayaan terhadap pihak-pihak terkait dan juga memberikan beasiswa bagi anak-anak cerdas namun kurang mampu dari segi ekonomi. Tema tersebut sebetulnya adalah hal yang umum, namun ketika hal tersebut dinyatakan oleh seorang pesohor seperti Luna Maya, maka ia boleh dikatakan dapat berpotensi menjadi satu trending topic dan juga secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi citra Luna Maya itu sendiri yang dianggap sudah mau peduli terhadap masalah pendidikan, khususnya di Indonesia.

Skematik

Apabila dilihat secara skematik, alur perbincangan terlihat sangat selaras dengan inti atau maksud dari tema perbincangan. Tweet (atau yang biasa disebut sebagai kicauan dalam kalangan pengguna tweeter) dari para pengikut (followers) akun @LMFoundation terlihat seluruhnya mendukung apa yang menjadi gagasan utama dalam perbincangan tersebut. Secara skematik setiap kicauan para pengikut memberikan dukungan dan semakin menguatkan tujuan utama dari tema yang telah dinyatakan sebelumnya melalui kicauan Luna Maya. Seperti yang dinyatakan oleh pemilik akun @pundanjuni85 yang menyatakan "Aminnn Ya Allah,,,selalu support dan dukung kakak,,,sukses yaa kak untuk @LMFoundationsnya:)" dan juga dukungan dari pemilik akun @evans_reinardo yang menyatakan, "amien,,, semoga sukses dan bisa membantu semua yang membutuhkan. amien. GO FOLLOW @LMFoundations." Pemilik akun tersebut tidak saja memberikan dukungan kepada Luna Maya namun juga mengajak pemilik akun lainnya untuk mengikuti akun @LMFoundation. Ini sekaligus menandakan bahwa skema telah berkembang atau setidaknya telah dicoba dikembangkan oleh para pengikut akun @LMFoundation. Dapat dikatakan juga, apa yang sudah dinyatakan oleh Luna Maya melalui akun @LMFoundation telah mampu menghasilkan satu alur perbincangan yang dapat mengembangkan gagasan utamanya. Hal ini juga dapat menguatkan keberadaan Luna Maya sebagai seorang pesohor dan juga pendiri LM Foundation. Bahkan kicauan Luna Maya di dalam akun tersebut, telah mampu menggugah emosi salah satu pengikutnya, seperti yang ditulis oleh pemilik akun @Ra_Nti yaitu, "ranti seorang guru kak.. :) paling sayang klw lihat anak2 pintar dg latar blakng kurang mampu...". Secara jelas dapat dilihat bahwa pemilik akun tersebut tergugah perasaan atau emosinya terkait konteks pembicaraan.

Dengan demikian, secara skematik, tema perbincangan telah mampu menciptakan satu alur pembicaraan yang tidak saya mendukung, namun juga dapat membantu mengembangkan pokok pikiran dari tema dan mengguah emosi para pengikut akun

tersebut.

Semantik

Latar dalam perbincangan sampel 1 ini adalah kicauan-kicauan dari pendiri LM Foundation itu sendiri yaitu Luna Maya dan juga beberapa pengikutnya, yaitu akun @pudanjuni 85 yang menyatakan, "@LunaMaya26 Aminnn Ya Allah,,,selalu support dan dukung kakak,,,sukses yaa kak untuk @LMFoundationsnya:)" dan juga pernyataan dari pemilik akun @ervans_reinardo yang menyatakan "@LunaMaya26 @LMFoundations amien,,, semoga sukses dan bisa membantu semua yang membutuhkan. amien. GO FOLLOW @LMFoundations". Ketiga kicauan ini mengawali perbincangan, sehingga menciptakan satu alur dan tema yang konsisten mendukung pernyataan akun @LunaMaya26. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan pernyataan yang ditulis oleh para pengikut akun tersebut, seluruh pengikut akun @LMFoundation menuliskan pernyataan-pernyataan yang pada umumnya mendukung gagasan utama atau tema di dalam perbincangan tersebut.

Unsur lain yang ditemukan di dalam elemen semantik ini adalah maksud, dalam pernyataan pemilih akun @ashanthye tertulis, "Alhamdulillah ya Allah ini sebenarnya cita2ku semenjak duduk dibangku SMA kak. Brharap bisa bergabung" terkandung maksud yang selain mendukung gagasan atau pun tema dalam perbincangan, namun juga ada maksud yang ingin disampaikan, bahwa dengan didirikannya LM Foundation, dapat membuka peluang pemilik akun tersebut mewujudkan cita-citanya untuk berperan dalam memperjuangkan pendidikan anak-anak kurang mampu.

Sintaksis

Sementara itu dari segi elemen sintaksis, ditemui dua unsur dalam perbincangan tersebut, yaitu unsur kata ganti dan unsur koherensi. Pada pernyataan pemilik akun @ervans_reinardo tertulis, "amien,,, semoga sukses dan bisa membantu semua yang membutuhkan. amien. GO FOLLOW @LMFoundations." Dalam

kicauan tersebut terdapat perkataan "semua yang membutuhkan". Perkataan ini merujuk kepada anak-anak yang berada pada keadaan kurang mampu namun memerlukan bantuan pembiayaan untuk melanjutkan sekolah mereka. Dengan kata lain, didirikannya LM Foundation oleh Luna Maya diharapkan mampu membantu anak-anak tersebut, karena memang anak-anak tersebut membutuhkan bantuan atau pertolongan.

Unsur kata ganti lainnya juga terdapat pada pernyataan atau kicauan pemilik akun @Ra_Nti yang tertulis, "iya mudah2n kita jd pribadi yg suka memberi ya :) pintu rizki itu akan trbuka lebar klw qta memberi." Di dalam pernyataan tersebut terdapat perkataan "Pribadi yang suka memberi". Perkataan ini merujuk kepada para pengikut akun @LMFoundation yang didirikan oleh Luna Maya. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa pemilik akun @Ra_Nti berharap dengan didirikannya LM Foundation para pengikutnya akan menjadi pribadi yang suka memberi, dalam arti yang lebih sempit adalah orang-orang yang suka memberikan bantuan atau menolong orang lain yang membutuhkan. Sehingga, apa yang dinyatakan oleh Luna Maya di dalam akun @LMFoundation tersebut telah dapat menginspirasi pengikutnya untuk menjadi orang-orang yang peduli terhadap sesama dan juga ikut mempromosikan tujuan LM Foundation tersebut.

Unsur koherensi di dalam perbincangan tersebut terdapat di dalam pernyataan atau tweet Luna Maya yang berbunyi, "Dengan Adanya @LMFoundations semoga nantinya anak2 yg bisa sekolah dengan baik dan tinggi bisa membuat dan membawa perubahan di negri kita." Di dalam kalimat tersebut ada dua gagasan utama yang saling berhubungan. Jika anak-anak dapat bersekolah dengan baik dan tinggi, maka dapat membuat dan membawa perubahan di negri kita. Gagasan dalam kalimat tersebut adalah mengusahakan agar anak-anak dapat mencapai pendidikan terbaik, sehingga mereka dapat berkontribusi di dalam membangun negri.

Stilistik

Dalam elemen stilistik, terdapat beberapa pernyataan yang mengandur unsur leksikon, seperti yang ditulis oleh pemilik akun @Ra_Nti yaitu, "ranti seorang guru kak.. :) paling sayang klw lihat anak2 pintar dg latar blakng kurang mampu...". Perkataan "anak-anak pintar dengan latar belakang yang kurang mampu" ditujukan bagi anak-anak yang memang seharusnya menjadi perhatian dan perlu dibantu. Maksud tersebut ditulis dengan sangat halus namun dapat di artikan secara jelas. Pemilik akun @Ra_Nti juga menulis, "iya mudah2n kita jd pribadi yg suka memberi ya :) pintu rizki itu akan trbuka lebarklwqta memberi." Perkataan "pribadi yang suka memberi" juga dapat dikategorikan sebagai satu fungsi leksikalisasi, di mana pemilihan kata yang dituliskan sangat halus dan juga mengandung makna yang mendalam. Kalimat lainnya yang mengandung unsur leksikon ditulis oleh pemilik akun @yasmin_mimin1 yaitu, "amienn ya allah, niat yg baikk ,akan dijabahh allahh swt :D." Dalam pernyataan tersebut terdapat kata "dijabah" yang artinya adalah "dikabulkan" atau "disetujui". Pemilihan kata tersebut juga dapat diartikan bahwa perbuatan baik yang dilakukan (oleh Luna Maya selaku pendiri LM Foundation) akan mendapatkan balasan (pahala) dari Allah SWT.

Elemen stilistik lainnya adalah unsur retorik, seperti yang terdapat pada kalimat yang ditulis oleh pemilik akun @BlogLDR "so proud ofyoukakLuna:)." Perkataan "so proud ofyou" dapat dikatakan sebagai satu ungkapan yang tujuannya adalah memberikan pujian. Penggunaan ikon-ikon seperti :) atau maksudnya adalah (smile atau tersenyum) juga mengisyaratkan menekankan dukungan para pengikut akun @LMFoundation.

Tabel 3. Analisis Sampel 2

Tanggal Posting : 1 Mei 2014 – 19.07 WIB

Dimensi Teks	Tematik	Selamat pagi pemuda Indonesia. Selamat Hari Pendidikan Nasional. semoga semua anak Indonesia mendapatkan pendidikan yg baik @LunaMaya26. (tweet)
	Skematik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selamat pagi pemuda Indonesia, Selamat Hari Pendidikan Nasional, semoga semua anak Indonesia mendapatkan pendidikan yg baik @LunaMaya26 2. @LMFoundations @LunaMaya26 amin biar pemuda indonesia cerdas n bs bersaing d era globalisasi. (@zun_nurainii) 3. @LMFoundations salam merdeka kak buad bngsa indonesia yg nerayskan (@yanianiAni) 4. @LMFoundations @LunaMaya26 Semogah pendidikan di Indonesia lbh maju {@cevin_clayrine}
	Semantik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Latar <ol style="list-style-type: none"> a. Selamat pagi pemuda Indonesia, Selamat Hari Pendidikan Nasional, semoga semua anak Indonesia mendapatkan pendidikan yg baik @LunaMaya26 (tweet) b. @LMFoundations @LunaMaya26 amin biar pemuda indonesia cerdas n bs bersaing d era globalisasi. (@zun_nurainii) c. @LMFoundations > slwt pg juga luna maya yg lebh dr cantik. Met akfifs ajh. aryayudhistira @arya0834. 2. Detail Tidak ditemukan 3. Maksud @LMFoundations @LunaMaya26 amin biar pemuda indonesia cerdas n bs bersaing d era globalisasi (@zun_nurainii) 4. Pra-anggapan Tidak ditemukan 5. Nominalisasi Tidak ditemukan
	Sintaksis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kata ganti Tidak ditemukan 2. Koherensi <ol style="list-style-type: none"> a. @LMFoundations @LunaMaya26 amin biar pemuda indonesia cerdas n bs bersaing d era globalisasi (@zun_nurainii)
	Stilistik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Leksikon Tidak ditemukan 2. Retorik <ol style="list-style-type: none"> a. @LMFoundations > slwt pg juga luna maya yg lebh dr cantik. Met akfifs ajh. aryayudhistira @arya0834 b. @lmfoundations @lunamaya26 selamat pagii juga !!
	Konteks	Tweet atau kicauan tersebut adalah kicauan perdana pada akun tweeter @LMFoundation yang ditulis langsung oleh pendiri Luna Maya Foundation, yaitu Luna Maya.

Tematik

Tema yang coba diangkat oleh Luna Maya dalam perbincangan tersebut adalah menyemangati para pemuda dalam rangka Hari Pendidikan Nasional. Selain itu juga Luna Maya berharap anak-anak Indonesia mendapatkan pendidikan yang baik. Tema menyemangati pemuda dan berharap pendidikan menjadi baik adalah cukup relevan disampaikan pada saat peringatan Hari Pendidikan Nasional. Dapat dikatakan bahwa Luna Maya menggunakan momen tersebut untuk mengangkat atau mempromosikan LM Foundation, satu yayasan yang bergerak membantu pendidikan anak-anak yang didirikannya. Meskipun tidak ada pernyataan secara eksplisit bahwa yayasan itu didirikan untuk mengangkat namanya, namun secara jelas dapat dilihat bahwa, Luna Maya mendapat banyak dukungan dari para pengikutnya.

Skematik

Tema yang dituliskan oleh Luna Maya tersebut juga terbukti telah mendapatkan tanggapan atau respon yang positif dari para pengikutnya. Tanggapan-tanggapan tersebut telah membuat satu skema yang relevan dan mendukung gagasan utama yang terdapat di dalam perbincangan tersebut. Seperti yang ditulis oleh pemilik akun @Zun_nuarainii yaitu, "amin biar pemuda indonesia cerdas n bs bersaing d era globalisasi." Dukungan pemilik akun tersebut terlihat dari perkataan "amin" dan juga harapannya agar pemuda Indonesia cerdas dan mapu bersaing di era globalisasi. Pernyataan dukungan lainnya juga ditulis oleh pemilik akun @yanianiAni, "salam merdeka kak buad bngsa indonesia yg nerayskan" dan yang ditulis oleh pemilik akun @cevin_clayrine, "semogah pendidikan di indonesia lbh maju". Sehingga dapat dikatakan, pernyataan yang ditulis oleh Luna Maya telah mampu menciptakan satu skema yang dapat mendukung gagasan utamanya.

Semantik

Dari segi elemen semantik, yang menjadi latar dari perbincangan

dalam akun @LMFoundation adalah pernyataan, "Selamat pagi pemuda Indonesia, Selamat Hari Pendidikan Nasional, semoga semua anak Indonesia mendapatkan pendidikan yg baik" yang ditulis oleh Luna Maya selaku pendiri yayasan. Tweet tersebut lalu direspon oleh seorang pengikut dengan akun @zun_nurainii dengan menulis, "amin biar pemuda indonesia cerdas n bs bersaing d era globalisasi." Kedua pernyataan tersebut lalu direspon oleh para pengikut lainnya. Berdasarkan latar dua pernyataan itulah, pengikut-pengikut lainnya menuliskan pernyataan yang sifatnya memberikan dukungan dan juga pujian kepada Luna Maya. Meskipun konteks perbincangan dalam akun @LMFoundation itu adalah kegiatan yayasannya, namun secara langsung maupun tidak langsung, melalui perbincangan tersebut, para pengikutnya juga memberikan dukungan dan pujian kepada Luna Maya sang pendiri yayasan. Seperti yang ditulis oleh pemilik akun @arya0834, "slwt pg juga luna maya yg lebh dr cantik. Met aktrfs ajh" maksudnya adalah "selamat pagu juga Luna Maya yang lebih dari cantik. Selamat beraktivitas."

Masih dalam elemen semanti, pernyataan yang ditulis oleh pemilik akun @zun_nurainii yang berbunyi, "amin biar pemuda Indonesia cerdas n bs bersaing d era globalisasi" sekaligus juga mengandung unsur maksud. Maksudnya adalah, jika pemuda Indonesia mendapatkan pendidikan yang baik, maka pemuda Indonesia diharapkan akan menjadi pemuda yang cerdas dan mampu bersaing di era globalisasi.

Sintaksis

Elemen sintaksis dapat ditemui di dalam pernyataan pemilik akun @zun_nurainii yaitu, "amin biar pemuda indonesia cerdas n bs bersaing d era globalisasi." Kalimat sintaksis tersebut mengandung unsur koherensi. Di mana terdapat dua anak kalimat yang dihubungkan dengan kata "dan" (yang di dalam kalimat di singkat dengan hanya menuliskan huruf "n"). Anak kalimat pertama seolah-olah syarat atau kondisi yang harus dipenuhi, yaitu "pemuda Indonesia cerdas" yang dapat membuat mereka mampu bersaing

di era globalisasi. Pernyataan ini juga merupakan respon yang cukup relevan dari pernyataan yang ditulis oleh Luna Maya melalui kicauannya di akun @LMFoundation.

Stilistik

Elemen terakhir di dalam analisis wacana Van Dijk adalah stilistik, di mana dalam perbincangan sampel 2 ini ditemui dua kalimat atau pernyataan yang dapat dikategorikan ke unsur retorik. Pertama seperti yang ditulis oleh pemilik akun @arya0834 yaitu, "slwt pg juga luna maya yg lebh dr cantik. Met aktfts ajh" maksudnya adalah "selamat pagi Luna Maya yang lebih dari cantik, selamat beraktivitas.". Perkataan "Luna Maya yang lebih dari cantik" merupakan satu bentuk pujian yang dapat disebut sebagai satu metafora. Tweet yang dituliskan oleh Luna Maya dalam akun @LMFoundation ini ternyata juga direspon oleh salah satu pengikutnya dengan menyatakan satu sanjungan kepada pribadi Luna Maya. Pengikut tersebut tidak hanya melihat Luna Maya sebagai seorang pesohor yang murah hati, tetapi juga seorang pribadi yang kecantikannya melebihi dari cantik.

Kalimat kedua yang dapat dikategorikan sebagai unsur retorik seperti yang ditulis oleh pemilik akun @ZaenalBisMania yaitu, "selamat pagii juga!!" Kalimat tersebut diakhiri dengan dua tanda seru. Menurut KBBI dalam konteks ini adalah tanda baca yang dipakai sesudah ungkapan dan pernyataan yang menggambarkan kesungguhan atau rasa emosi yang kuat. Pengikut tersebut ingin mengungkapkan memberikan respon yang singkat dan sederhana namun diungkapkan dengan sungguh-sungguh. Hal ini dapat menunjukkan kesungguhan pengikut atau penggemar Luna Maya dalam memberikan semangat atau dukungan.

Tabel 4. Analisis Sampel 3

Tanggal Posting : 18 Mei 2014 – Jam 17.47 WIB

Dimensi: Teks	Tematik	Selamat pagi, selamat menempuh Ujian Nasional untuk Pelajar SD. Tetap fokus dan semoga mendapat hasil maksimal @LunaMaya26 (tweet)
	Skematik	<ol style="list-style-type: none"> Selamat pagi, selamat menempuh Ujian Nasional untuk Pelajar SD. Tetap fokus dan semoga mendapat hasil maksimal @LunaMaya26 (tweet) @LMFoundations @LunaMaya26 mantap smg dlm beraktivitas snantiasa dlm bimbinganX (@zun_nurainii) @LMFoundations alhamdulillah makasih ka luna (@suhaedi576). @LMFoundations @LunaMaya26 sipp ka luna buat guru2 nya juga atuh ka luna kasih semangat biyar ngaawasin nya semangat (@khodok911)
	Semantik	<ol style="list-style-type: none"> Latar <ol style="list-style-type: none"> Selamat pagi, selamat menempuh Ujian Nasional untuk Pelajar SD. Tetap fokus dan semoga mendapat hasil maksimal. Cc @LunaMaya26 (tweet) @LMFoundations @LunaMaya26 mantap smg dlm beraktivitas snantiasa dlm bimbinganX (@zun_nurainii) Detail Tidak ditemukan Maksud Selamat pagi, selamat menempuh Ujian Nasional untuk Pelajar SD. Tetap fokus dan semoga mendapat hasil maksimal Cc @LunaMaya26 (tweet). Pra-anggapan Tidak ditemukan Nominalisasi Tidak ditemukan
	Sintaksis	<ol style="list-style-type: none"> Kata ganti Tidak ditemukan Koherensi
	Stilistik	<ol style="list-style-type: none"> Leksikon Tidak ditemukan Retorik @LMFoundations @LunaMaya26 hallooooo apa kabar mba luna kamu tambah cantik aja deh? (@HerriFitrisno)
	Konteks	Perbincangan dalam forum ini terjadi menjelang Ujian Nasional (UN) Sekolah Dasar (SD), seperti pada forum sebelumnya, momen UN ini digunakan untuk menyampaikan pesan sekaligus mempromosikan Yayasan Luna Maya.

Tematik

Tema yang dicoba diangkat di dalam perbincangan dalam sampel 3 adalah ungkapan semangat bagi siswa/i Sekolah Dasar (SD) dalam menempuh Ujian Nasional (UN). Akun @LMFoundation menggunakan masa UN sebagai momen untuk menyampaikan pesan moral kepada para pengikutnya. Meskipun tidak secara langsung ini disampaikan oleh Luna Maya selaku pendiri LM Foundation, namun tweet tersebut menyebutkan juga akun Luna Maya yaitu, @LunaMaya26 sehingga para pengikut akun tersebut dapat membaca dan memberikan respon. Tema tersebut memang relevan dengan bentuk kegiatan LM Foundation, di lain sisi ucapan tersebut juga dapat dianggap satu bentuk perhatian yang diharapkan mendapatkan respon atau kesan positif dari para pengikutnya.

Skematik

Secara skematik diketahui bahwa tweet atau kicauan yang ditulis pada akun @LMFoundation mendapat tanggapan atau respon yang positif dari para pengikutnya. Tweet yang mengandung ungkapan rasa perhatian dan semangat terhadap siswa/i Sekolah Dasar tersebut telah memunculkan berbagai respon yang berkesan dan telah membentuk satu skema yang relevan dan mendukung atau bahkan memberikan apresiasi kepada @LMFoundation dan juga tentunya adalah Luna Maya selaku pendiri yayasan tersebut. Seperti yang ditulis oleh pemilik akun @zun_nurainii yaitu, "mantap smg dlm beraktivitas snantiasia dlm bimbinganNya," akun @suhaedi576, "alhamdulillah makasih ka luna" dan juga yang ditulis oleh pemilik akun @khodok911, "sipp ka luna buat guru2 nya juga atuh ka luna kasih semangat biyar ngaawasin nya semangat."

Ketiga komentar tersebut telah membuat satu rangkaian skema yang pada intinya sama-sama menyambut positif pernyataan yang ditulis dalam akun @LMFoundation. Ketiganya sama-sama menyatakan persetujuan dan dukungan terhadap apa yang ditulis dalam posting tersebut yang selanjutnya dapat dikatakan bahwa skema terbangun secara positif dan sejalan dengan ide utama tweet

yang dituliskan.

Semantik

Latar di dalam perbincangan sampel 3 tersebut adalah pernyataan dalam tweet yang berbunyi, "Selamat pagi, selamat menempuh Ujian Nasional untuk Pelajar SD. Tetap fokus dan semoga mendapat hasil maksimal" dan komentar yang ditulis oleh salah satu pengikut dengan akun @zun_nurainii yaitu, "mantap smg dlm beraktivitas snantiasaa dlm bimbingannya." Kedua pernyataan tersebut seolah-olah membangkitkan dukungan dari pengikut-pengikut akun @LMFoundation yang lainnya, seperti yang telah dijelaskan pada bagian skematik di atas.

Sementara itu, di dalam pernyataan tweet tersebut juga mengandung unsur maksud, di mana akun @LMFoundation dalam kesempatan atau momen UN siswa/i SD tersebut menyampaikan ucapan selamat dan juga semangat dan motivasi untuk tetap fokus dan harapan mereka mendapatkan hasil yang maksimal.

Stilistik

Satu pernyataan yang ditemui dalam elemen stilistik adalah pernyataan yang ditulis oleh pemilik akun @HerriFitrisno yang berbunyi, "halloooooo apa kabar mba luna kamu tambah cantik aja deh?" Kalimat tersebut mengandung unsur retorik dalam kategori metafora. Alih-alih memberikan respon dalam konteks UN, namun pengikut tersebut malah menyapa Luna Maya dan bahkan sambil memberikan pujian. Namun dari segi konstruksi wacana, komentar ini dapat menguatkan citra Luna Maya sebagai seorang pesohor yang berprofesi sebagai aktris, presenter dan juga penyanyi.

Pembahasan

Media sosial telah membawa banyak perubahan bagi kehidupan sosial manusia, termasuk juga cara-cara dan bentuk komunikasi. Dalam konteks penggunaan media, aktivitas personal branding sebelumnya juga dilakukan dengan dukungan media

konvensional seperti surat kabar, majala, radio dan televisi. Namun dengan lahirnya media baru yang berbasis pada teknologi internet yang juga telah membawa pengaruh pada cara-cara dan bentuk komunikasi, termasuk juga aktivitas personal branding. Internet memudahkan interaksi bagi khalayak untuk saling berkomunikasi. Fasilitas yang menggunakan teknologi internet untuk sesuatu diskusi sering disebut sebagai media sosial.

Penggunaan media sosial, seperti Tweeter juga digunakan oleh sebuah yayasan yang bergerak di bidang pemberdayaan pendidikan anak-anak yang didirikan oleh seorang selebriti, yaitu Luna Maya dengan nama Luna Maya Foundation untuk mempublikasikan organisasinya tersebut. Meskipun tidak secara tegas dan jelas disebutkan unsur-unsur konstruksi citra dalam upaya untuk melakukan personal branding di dalam setiap kicauan (tweet) di dalam akun @LM Foundation tersebut, namun dapat diketahui bahwa setiap tweet tersebut bertujuan untuk membangun citra positif LM Foundation dan juga Luna Maya sebagai pendirinya.

Melalui akun @LMFoundation dapat dikatakan Luna Maya sekaligus melakukan usaha pencitraan bagi dirinya, meskipun aktivitas Luna Maya Foundation dapat dikategorikan sebagai suatu aktivitas sosial kemanusiaan atau kemasyarakatan. Namun dari tweet-tweet yang dituliskan, dapat diketahui bagaimana Luna Maya berupaya mengkonstruksi citra dirinya melalui pendekatan yang humanis tersebut. Misalnya seperti yang tertulis dalam salah satu tweet-nya yaitu, "Dengan Adanya @LMFoundations semoga nantinya anak2 yg bisa sekolah dengan baik dan tinggi bisa membuat dan membawa perubahan di negri kita." Juga seperti kalimat tweet, "Selamat pagi pemuda Indonesia, Selamat Hari Pendidikan Nasional, semoga semua anak Indonesia mendapatkan pendidikan yg baik." Pernyataan-pernyataan tersebut sepintas lalu terkesan bukan satu bentuk kampanye citra diri, tetapi ketika hal tersebut dinyatakan oleh seseorang, apatah lagi ia adalah seorang public figure, maka ia akan dianggap sebagai sesuatu yang menarik oleh masyarakat. Seperti yang dinyatakan oleh Kaputa (2012) bahwa personal branding adalah

pencitraan pribadi yang mewakili serangkaian keahlian, suatu ide cemerlang, sebuah sistem kepercayaan, dan persamaan nilai yang dianggap menarik oleh orang lain. Merek pribadi kita diciptakan oleh nilai-nilai pribadi yang kita yakini dan bagaimana kita membangun reputasi kita dengan kontribusi kita kepada masyarakat kita, secara online dan offline.

Melalui wadah media sosial tweeter, dapat tercipta satu komunitas sosial di mana terjadi satu perbincangan sosial yang melibatkan sekelompok orang yang cenderung mempunyai keinginan dan/atau ketertarikan yang sama antara satu sama lain. Melalui media sosial ini juga setiap anggota komunitas tersebut dapat berperan aktif dalam mengemukakan pendapat dan menciptakan satu isu yang dapat dibagikan (share) kepada setiap anggotanya. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi itu sendiri, internet telah berhasil menciptakan satu wadah baru bagi konstruksi realitas. Konstruksi realitas yang dapat menjadi lebih alami, dalam arti kepentingan secara ekonomi dan politik dalam konteks ini lebih didasarkan pada ideologi yang berasal dari golongan yang tidak memiliki kepentingan dari sudut pihak-pihak yang berwenang. Setiap anggota komunitas atau kelompok online atau virtual tersebut bahkan dapat memancing dan menginspirasi anggota lainnya untuk ikut serta menyampaikan pendapat. Dalam perbincangan akun @LMFoundation dapat diketahui bahwa sebagian besar anggota kelompok memberikan dukungannya kepada Luna Maya selaku pendiri Luna Maya Foundation melalui penggunaan bahasa sebagai penekanannya. Pencitraan diri Luna Maya semakin kuat dengan respon positif yang diberikan oleh para pengikutnya, seperti yang disampaikan oleh pemilik akun @ervans_reinardo, "amien,,, semoga sukses dan bisa membantu semua yang membutuhkan. amien. GO FOLLOW @LMFoundations" dan juga pemilik akun @Ra_Nti, "iya mudah2n kita jd pribadi yg suka memberi ya :) pintu rizki itu akan trbuka lebar klw qta memberi."

Meskipun pesan yang disampaikan melalui akun @LMFoundation, namun dukungan dan juga pujian tetap saja kebanyakan ditujukan

kepada pendiri Luna Maya Foundation, yaitu Luna Maya. Seperti yang terdapat dalam pernyataan pemilik akun @BlogLDR, "so proud of you kak Luna :)" Selain itu juga dukukan atau pujian yang dinyatakan oleh pengikut akun @LMFoundation tidak hanya dalam konteks Luna Maya Foundation ataupun Luna Maya sebagai pendiri yayasan tersebut, namun juga kepada Luna Maya sebagai seorang pesohor atau public figure. Seperti yang dinyatakan oleh pemilik akun @HerriFitrisno, "halloooooo apa kabar mba luna kamu tambah cantik aja deh?" dan jugayang dinyatakan oleh pemilik akun @arya0834, "slwt pg juga luna maya yg lebh dr cantik. Met aktfts ajh." Sehingga, walau bagaimanapun eksistensi Luna maya Foundatioan tidak mungkin lepas daripada citra yang pada akhirnya juga berpengaruh pada personal branding pribadi Luna Maya itu sendiri.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Media sosial tweeter dapat dimanfaatkan sebagai sarana konstruksi citra diri seorang selebriti melalui pernyataan-pernyataan atau tweet-tweet yang dituliskan.
2. *Konstruksi citra* diri yang dilakukan melalui akun @LMFoundation lebih melakukan pendekatan dan penekanan pada menimbulkan kepercayaan dan simpati masyarakat, dalam hal ini pengikut akun tersebut melalui pernyataan-pernyataan yang menonjolkan aspek humanis dan kepedulian pada masyarakat itu sendiri.
3. Meskipun pernyataan yang ditulis adalah di dalam akun @ LM Foundation, atau Yayasan Luna Maya, namun respon yang diberikan oleh para pengikutnya tidak lepas dari keberadaan Luna Maya sebagai pribadi yang merupakan seorang selebriti.
4. Pernyataan-pernyataan anggota komunitas pengikut akun @ LMFoundation di media sosial tweeter tersebut saling menguatkan citra dari sang selebriti, yaitu Luna Maya.

Daftar Pustaka

- Abd El-Basit Mahmoud dan Philip J. Auter. (2009). The Interactive Nature of Computer-Mediated Communication. *American Communication Journal*. Vol. 11, No. 4, Winter 2009.
- Davis, J. (2012). Personal Branding For Success. February 2012. <http://www.chroniclejournal.com/publications>
- DeChoudhury, M., Sundaram, H., John, A., dan Seligmann, D. D. (2010). Analyzing the Dynamics of Communication in Online Social Networks. In *Handbook of Social Networks Technologies and Applications*, Eds. Borko Furht, 2010, Springer.
- Dewi Haroen. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Downes, J., & McMillan, S. (2000). Defining interactivity: A Qualitative Identification of Key Dimensions. *New Media and Society*, 2 (2), 157-1.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Cetakan 9. Yogyakarta: LKiS.
- Haddon, L. (2004). *Information and Communication Technologies in Everiday Life: A Concise Introduction and Research Guide*. Oxford and New York: Berg Publisher.
- Kahn, R. dan Kellner, D. (2004). New Media and Internet Activism: From the 'Battle of Seattle' to Blogging. *Journal of New Media and Society*. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol. 6(1):87-95.
- Kaputa, C.. (2012). *You Are a Brand!: In Person and Online, How Smart People Brand Themselves For Business Success*. Boston and London: Nicholas Brealey Publishing.
- Karasar, S. (2002). Virtual Construction of Social Reality Through New Medium-Internet. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*. January 2002 ISSN 1302-6488 Volume: 3 Number: 1 Article No: 7.
- Kaye, B., Medoff, N. (1999). *The World Wide Web: A Mass Communication Perspective*. CA: Mayfield Publ. Company.
- Petti Lubis dan Freddy Wally. (2010). *Membangun Citra Diri Positif*. <http://life.viva.co.id/>
- Phillips, N. dan Hardy, C. (2002). *Discourse Analysis. Investigating Processes of Social Construction*. Qualitative Research Methods series 50. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ronald Susanto (2009). *Brand Equity Yang Dibangun Melalui Personal Branding. Studi Kasus: Rhenald Kasali Dengan MMUI dan Hermawan Kartajaya Dengan MarkPlus*. Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Schawbel, D. (2009). *Me 2.0: Build a Powerful Brand to Achieve Career Success*. New York: Kaplan Publishing.

- Stephens, T. (2007). *Trademark 2.0: Defining Your Value in the Web 2.0 World*. NC: Lulu Publishers Inc.
- Leading Social Networks Worldwide as of November 2014, Ranked by Number of Active Users (in millions). @Statista 2014. <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Social Media: What Are the Advantages and Disadvantages of Social Networking Sites? What Should We Include in a Policy? Selengkapnya: <http://www.shrm.org/templatestools/hrqa/pages/socialnetworkingsitespolicy.aspx#sthash.8cNolQRI.dpuf>
- Twitter statistics – Celebrities. <http://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/celebrities/>
- Inilah 10 pengguna Twitter terpopuler di Indonesia. 7 Mei 2014. <http://id.techinasia.com/inilah-10-pengguna-twitter-terpopuler-di-indonesia/>
- Indonesia Pengguna Twitter Nomor 3 di Dunia. Selasa, 17 Desember 2013. <http://www.tempo.co/read/news/2013/12/17/072538043/Indonesia-Pengguna-Twitter-Nomor-3-di-Dunia>
- Twitter Profiles Stats in Indonesia. 14 Desember 2014. <http://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/indonesia/>
- Begini Kronologi Kasus Ariel 'Peterpan'. 21 Juli 2012. <http://www.tempo.co/read/news/2012/07/21/219418424/Begini-Kronologi-Kasus-Ariel-Peterpan>
- Akhirnya, Luna Maya dan Cut Tari Resmi Jadi Tersangka. 9 Juli 2010. <http://www.republika.co.id/berita/breaking-news/hukum/10/07/09/123966-akhirnya-luna-maya-dan-cut-tari-resmi-jadi-tersangka>
- Ariel Bebas Murni, Apa Kabar Status Tersangka Luna Maya dan Cut Tary? 26 September 2014. <http://www.tabloidbintang.com/articles/berita/gosip/12896-ariel-bebas-murni-apa-kabar-status-tersangka-luna-maya-dan-cut-tary>
- Luna Maya Jadi Host Lagi Agar 'dahSyat' Variatif. 18 Oktober 2011. <http://hot.detik.com/read/2011/10/18/203522/1747109/230/luna-maya-jadi-host-lagi-agar-dahsyat-variatif>
- Luna Maya Ditawari Jadi Pemandu "Inbox"? . 24 November 2010. <http://health.kompas.com/read/2010/11/24/10431998/Luna.Maya.Ditawari.Jadi.Pemandu.Inbox>
- Perang Bintang di Grazia Glitz & Glam. <http://www.jakartafashionweek.co.id/id/content/news/perang.bintang.di.grazia.glitz.glam/001/002/159>

