



Strategi Komunikasi Personal Branding Nusibah Jazuli dalam Pembentukan Citra Positif Partai Politik

Farhatuz Zahra ^{1*}, Agnia Mumtaza ², Tria Patrianti ³

¹⁻³ Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Email : Farhatuzzahra002@gmail.com ^{1*}, agniamumtaza@gmail.com ², tria.patrianti@umj.ac.id ³

*Penulis Korespondensi: Farhatuzzahra002@gmail.com

Abstract. *This research aims to identify the personal branding strategy implemented by Nusaibah Jazuli, a PKS faction member of the South Tangerang City Regional People's Representative Council (DPRD), in building a positive image during the 2024 Election campaign. The advancement of social media has transformed how politicians build and manage their self-image, making a strong personal brand a crucial tool for young politicians to achieve credibility and differentiation amid fierce competition. Employing a qualitative descriptive method, the study analyzes Nusaibah's approach using the Personal Branding Pyramid framework (determine who you are, determine what you do, position yourself, and manage your brand). The findings indicate that this strategy successfully built her reputation and credibility. This success is underpinned by the "Determine Who You Are" commitment, exemplified by donating her entire salary to community welfare. The "Determine What You Do" strategy is reinforced by tangible actions, including distributing 1,000 basic necessity packages and advocating for school bus services. Furthermore, she applied "Position Yourself" as a humble, people-oriented leader who is highly responsive to citizens' concerns, presenting herself as an equal to the community. Finally, "Manage Your Brand" involves consistent and continuous image maintenance. Overall, Nusaibah's ability to engage in relatable political communication successfully won public support and enhanced her reputation.*

Keywords: 2024 Election, Determine Who You Are, Manage Your Brand, Personal Branding, Positive Image.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi *personal branding* yang digunakan oleh Nusaibah Jazuli, anggota DPRD Kota Tangerang Selatan dari Fraksi PKS, dalam membangun citra positif selama kampanye Pemilu 2024. Seiring berkembangnya media sosial, *personal branding* menjadi alat krusial bagi politisi muda untuk mencapai kredibilitas dan diferensiasi di tengah persaingan ketat. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis strategi Nusaibah berdasarkan kerangka *Pyramid Personal Branding* (determine who you are, determine what you do, position yourself, dan manage your brand). Hasilnya menunjukkan bahwa strategi ini berhasil membangun reputasi dan kredibilitas di mata publik. Keberhasilan tersebut didukung oleh komitmen "Determine Who You Are" melalui empati sosial, seperti menyumbangkan seluruh gajinya untuk kesejahteraan masyarakat. Strategi "Determine What You Do" diperkuat dengan tindakan nyata, termasuk membagikan 1.000 paket sembako. Selain itu, ia menerapkan "Position Yourself" sebagai pemimpin yang rendah hati dan responsif terhadap keluhan warga, menjadikannya setara dengan masyarakat. Akhirnya, "Manage Your Brand" dilakukan dengan pengelolaan citra yang konsisten dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, kemampuan Nusaibah dalam komunikasi politik yang merakyat berhasil memenangkan hati pemilih dan meningkatkan reputasinya.

Kata kunci: Citra Positif, Determine Who You Are, Manage Your Brand, Pemilu 2024, Personal Branding.

1. PENDAHULUAN

Akumulasi informasi, inovasi, dan penggunaan sistem dan alat yang lebih canggih seiring waktu adalah semua bagian dari proses berkelanjutan yang dikenal sebagai perkembangan teknologi. Berbagai aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, terutama teknologi media sosial, yang telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir (Hayat et al., 2024). Media baru atau new media muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi internet. Komunikasi politik adalah bagian dari kegiatan politik, di mana politikus berbagi

pesan politik untuk mencapai tujuan politik. Di era internet, penggunaan media sosial dalam komunikasi politik juga memengaruhi cara seorang politikus membangun, mempertahankan, dan mengelola citra diri mereka. Dengan memberikan akses yang luas dan kesempatan untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat, media sosial telah mengubah cara politik memengaruhi opini publik dan mengembangkan personal branding mereka.

Personal branding merupakan proses menciptakan dan mengelola persepsi orang lain tentang diri seseorang dalam kehidupan profesional dan pribadi. Ini mencakup bagaimana seseorang menunjukkan kepribadiannya, identitas, dan keahliannya kepada masyarakat sehingga mereka membentuk citra diri yang konsisten dan dikenali. Personal branding bukan sekadar gambar di internet; itu adalah strategi untuk membangun reputasi yang kuat yang akan bertahan lama, menciptakan peluang, dan memberi keunggulan di berbagai bidang kehidupan. Dengan menunjukkan kemampuan, keunikan, dan nilai diri seseorang, *personal branding* bertujuan untuk memengaruhi orang lain dan membangun kredibilitas, kepercayaan, dan memudahkan pengenalan diri dalam lingkungan sosial dan profesional. Personal branding, menurut Peter Montoya (2008) dalam (Dennysal, 2025), adalah proses strategis yang bertujuan untuk menciptakan citra diri yang asli, relevan, dan kuat di benak audiens. Ia menekankan delapan komponen utama: kepemimpinan, spesialisasi, kepribadian, unik, visibilitas, kesatuan, ketekunan, dan reputasi. Prinsip-prinsip ini memberikan kerangka teoritis yang kuat untuk penelitian tentang cara orang membuat dan mempertahankan merek pribadi mereka dalam jangka panjang.

Dalam strategi *branding personal*, citra yang kuat dan konsisten harus dibangun dari kualitas rasional dan emosional. Politisi yang dapat menunjukkan integritas dan menjalin hubungan yang kuat dengan konstituennya akan memiliki kredibilitas yang lebih tinggi, yang pada gilirannya berdampak langsung pada loyalitas pemilih. Menurut Rachman et al. (2024), Untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata publik, personal branding dalam politik harus berakar pada kualitas yang asli dan verifikabel. Menurut Rangkuti (2013), pyramid personal branding adalah alat yang dapat digunakan untuk menciptakan personal branding. Pyramid ini mencakup empat pendekatan yang dapat digunakan untuk membangun dan mempertahankan personal branding, termasuk *determine who you are*, *determine what you do*, *position yourself*, dan *manage your brand* (Rahmah, 2021).

Menurut (Khair, 2023) citra publik politisi sering kali lebih penting daripada rekam jejak atau kebijakan politik mereka dalam demokrasi modern. Media massa, khususnya media sosial, telah mengubah cara politisi berinteraksi dengan pemilih, memungkinkan mereka untuk membuat dan menyebarkan citra secara lebih cepat dan luas (Kurniawan et al., 2024). Menurut

Pich dan Dean (2015), personal branding yang efektif dapat meningkatkan elektabilitas kandidat dan membentuk hubungan emosional antara kandidat dan pemilih; kedua komponen ini sangat penting untuk hasil pemilihan. Menurut Mentari Putri et al. (2022), persepsi publik terhadap aktor politik di media sosial sangat dipengaruhi oleh delapan aturan personal branding: spesialisasi, visibilitas, keunikan, dan baik hati.

Nusaibah Jazuli dengan menyangdang status sebagai anggota DPRD memiliki image, pribadi, serta kelebihan. Maka peran *Public Relations* berfungsi untuk membentuk Nusaibah Jazuli bisa membangun *personal branding*. Personal branding adalah perlu dalam kepemimpinan untuk menciptakan penokohan atau figur untuk seorang pemimpin agar karakter dan kepribadiannya terlihat untuk mengoptimalkan keunikan sendiri. Dengan memiliki image dan reputasi yang baik, penilaian khalayak akan menjadi lebih baik.

Komitmen kuat Nusaibah untuk mengembalikan gaji anggota DPRD kepada masyarakat, terutama Majelis Taklim di wilayah pemilihannya, adalah salah satu ciri dari strategi personal brandingnya. Langkah ini menunjukkan kepedulian dan integritas yang mendalam terhadap rakyat, membedakannya dari politisi lain yang lebih suka berbicara tetapi tidak melakukan apa-apa. Nusaibah Jazuli menghadapi tantangan untuk menampilkan diri sebagai sosok yang kredibel, terpercaya, dan relevan dengan kebutuhan pemilih sekaligus membedakannya dari kandidat lain selama proses kampanye Pemilu 2024 untuk mencapai tujuan membangun kepercayaan publik dan memperkuat citra positifnya. Pendekatan ini harus secara sengaja digunakan untuk meningkatkan popularitas dan memenangkan hati publik melalui pembangunan kredibilitas dan citra yang kokoh.

Personal branding menjadi bagian penting dari strategi politik seorang calon legislatif di era demokrasi kontemporer di Indonesia karena membangun kepercayaan dan citra positif di mata publik. Nusaibah Jazuli, B.B.A., M.B.A., adalah anggota DPRD Kota Tangerang Selatan dari Fraksi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang terkenal dengan pendekatan yang merakyat dan aktif dalam kegiatan sosial dan pelayanan masyarakat. Sebelum dipilih sebagai anggota DPRD Tangsel dari tahun 2024 hingga 2029.

Untuk membangun personal branding yang efektif, politisi perlu memiliki strategi yang komprehensif yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut secara harmonis. Dalam kasus Nusaibah Jazuli, anggota muda Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang terpilih sebagai anggota DPRD Kota Tangerang Selatan, tantangan yang dihadapi cukup kompleks. Sebagai politisi perempuan muda yang relatif baru di panggung politik, ia dihadapkan pada persaingan ketat dengan kandidat yang lebih berpengalaman dan populer. Oleh karena itu, personal branding

yang kuat dan inovatif menjadi kebutuhan utama untuk menciptakan diferensiasi dan meningkatkan daya tarik di mata Masyarakat.

Salah satu ciri khas dari strategi personal branding yang diterapkan oleh Nusaibah adalah kemampuan berkomunikasi yang mudah dipahami dan dapat dipercaya yang menimbulkan rasa kepercayaan oleh Masyarakat Tangerang Selatan. Langkah ini menjadi simbol nyata integritas dan kepedulian yang mendalam terhadap rakyat, sekaligus membedakan dirinya dari politisi lain yang cenderung bersifat retorik tanpa tindakan konkrit. Untuk mencapai tujuan membangun kepercayaan publik dan memperkuat citra positifnya selama proses kampanye Pemilu 2024, Nusaibah Jazuli menghadapi tantangan untuk menampilkan diri sebagai sosok yang kredibel, terpercaya, dan relevan dengan kebutuhan pemilih sekaligus membedakannya dari kandidat lain. Tidak hanya untuk meningkatkan popularitas, tetapi juga untuk memenangkan hati publik melalui pembangunan kredibilitas dan citra yang kokoh, pendekatan ini harus secara sengaja digunakan.

2. METODE PENELITIAN

Subjek penelitian tidak terganggu untuk menjelaskan fenomena yang terjadi ketika pendekatan deskriptif kualitatif diterapkan. Sugiyono (2023) menyatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada menemukan makna dan pemahaman mendalam suatu gejala sosial dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui analisis konten dan data sekunder dari e-book, jurnal, dan situs web yang relevan. Dalam konteks ini, tujuan penelitian adalah untuk memperoleh pemahaman tentang strategi personal branding Nusaibah Jazuli sebagai tokoh politik muda dan bagaimana strategi ini membentuk citra yang baik di mata masyarakat. Hasil penelitian ini tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi, sebaliknya, mereka bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang strategi personal branding yang digunakan secara kontekstual dan mendalam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Nusaibah Jazuli, B.B.A., M.B.A., adalah anggota DPRD Kota Tangerang Selatan dari Fraksi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang terkenal dengan pendekatan yang merakyat dan aktif dalam kegiatan sosial dan pelayanan masyarakat. Sebelum dipilih sebagai anggota DPRD Tangsel dari tahun 2024 hingga 2029.

Personal branding merupakan proses strategis yang dilakukan oleh individu untuk membentuk, memperkuat, dan mempertahankan persepsi publik terhadap dirinya. Ini adalah istilah yang mengacu pada upaya seseorang untuk menciptakan identitas atau citra diri yang unik, asli, dan mudah dikenali oleh masyarakat. Dalam keadaan seperti ini, seseorang dianggap sebagai "merek", atau merek, yang memiliki nilai, kepribadian, dan karakteristik yang berbeda dari produk atau jasa yang dipasarkan dalam dunia bisnis. Politik. personal branding adalah strategi untuk menempatkan diri sebagai pemimpin yang percaya diri dan menarik bagi Masyarakat. Personal branding, menurut Dumont & Ots (2020), adalah upaya untuk secara aktif mempromosikan diri sendiri dan meningkatkan reputasi seseorang. Di era teknologi modern, kegiatan ini telah menjadi semakin penting (Anwar, Harits, & Handijono, 2025).

Setiap orang memiliki filosofi branding sendiri, menurut Al-Ries (1982) dan Boush (1991), yang berarti setiap orang memiliki karakteristik dan karakter pribadi yang berbeda. Alat yang dapat digunakan untuk membangun personal branding adalah pyramid personal branding. Pyramid ini mencakup empat strategi untuk menciptakan dan mengembangkan personal branding, yaitu menentukan *determine who you are*, *determine what you do*, *position yourself*, dan *manage your brand* (Rangkuti, 2013).

Mengetahui siapakah Anda adalah salah satu cara pertama untuk menentukan *Determine Who You Are*. Karena personal branding adalah refleksi dari individu yang sudah melekat pada objek tersebut, orang harus bertanya pada diri sendiri apa yang harus mereka lakukan agar mereka berbeda dari orang lain. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk menerapkan strategi ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Salah satu anggota DPRD yang sukarela, Nusaibah Jazuli menyumbangkan seluruh gajinya untuk program kesejahteraan masyarakat. Studi kasus ini menunjukkan siapa sebenarnya Nusaibah Jazuli, anggota DPRD Tangerang Selatan, dan komitmennya terhadap transparansi dan empati sosial.



Sumber: Liputan6.com

Determine What You Do, dapat dicapai dengan menemukan keunggulan dan kekuatan utama yang sudah kita miliki terkait dengan topik yang akan kita bahas. Tidak perlu melakukan sesuatu yang menarik perhatian untuk melakukan personal branding. Di sisi lain, lebih baik untuk berkonsentrasi pada nilai-nilai yang telah Anda miliki dan menentukan apakah nilai-nilai tersebut relevan dan bermanfaat bagi orang lain. *Positing Yourself* adalah strategi untuk menemukan fitur dan kualitas yang membedakan Anda dari pesaing. Untuk meningkatkan kekuatan positioning, nilai-nilai yang dimiliki seseorang dapat disesuaikan dengan nilai-nilai yang dimiliki target. Ini akan memastikan bahwa nilai-nilai keduanya sesuai dengan tujuan bisnis yang saling mendukung. Langkah awal "*Determine what you do*" menekankan pentingnya mendefinisikan peran dan kontribusi unik individu dalam ekosistem profesionalnya, yang kemudian membentuk fondasi identitas merek pribadi.



Sumber: Ibadah.co.id

Nusaibah Jazuli adalah anak dari pengusaha dan aktivis sosial Jazuli Juwaini, seorang politisi senior dari PKS. Menurutnya, sebagai bagian dari dukungan terhadap Gerakan Nasional 2 Juta Paket Ramadan yang dicanangkan oleh PKS selama bulan Ramadan tahun ini, 1.000 paket sembako didistribusikan. Dengan membagikan 1.000 paket sembako kepada warga terdampak, Nausiah telah menunjukkan komitmennya terhadap inisiatif nyata. Dengan melakukan ini, dia menegaskan peranannya dan meningkatkan reputasinya sebagai pemimpin yang memperhatikan kebutuhan lokal.



Sumber: Beritatangsel.com

Berita

Dorong Efektivitas Layanan, Nusaibah Minta Sosialisasi Bus Sekolah Dimaksimalkan

Adminbacahukum 21 Oktober 2025 3 Mins



Sumber : bacahukum.com

Dorongannya untuk memaksimalkan sosialisasi layanan bis sekolah menandai kontribusinya dalam meningkatkan efektivitas Pendidikan dan transportasi publik, mengukuhkan posisinya pada kesejahteraan anak dan keluarga. Keterlibatan Nusaibah dalam perencanaan Pembangunan kelurahan melalui forum tersebut memperluas definisi perannya sebagai perencana strategis yang mendorong Pembangunan inklusif, sehingga membangun personal branding yang kuat sebagai legislator yang terhubung erat dengan aspirasi Masyarakat. Untuk Nusaibah, "*Determine What You Do*" berarti menunjukkan nilai-nilai kepemimpinan yang nyata dan efektif, bukan sekadar deskripsi pekerjaan.

Strategi ketiga untuk membangun merek pribadi adalah *Position Yourself*. Nausiah Jazuli mencoba menunjukkan dirinya sebagai seorang pemimpin yang berbeda melalui penentuan diri dan tindakan yang dia ambil; dia dekat dengan masyarakatnya dan cepat menanggapi keluhan dan masalah di wilayahnya. Meskipun dia diberi wewenang untuk membantu menyelesaikan aduan dan laporan masyarakat, Nusaibah merasa dirinya setara dengan mereka. Dia adalah politikus yang unik karena cara dia berinteraksi dengan masyarakat.

Manage Your Brand Adalah strategi yang terakhir. Dalam pyramid personal branding, "*manage your brand*" mengacu pada tingkatan atau elemen strategis di mana orang secara aktif mengawasi, menjaga, dan mengoptimalkan citra dan reputasi merek pribadinya. Ini bukan hanya promosi awal; pengelolaan terus menerus diperlukan untuk memastikan bahwa itu konsisten, responsif terhadap kritik, dan mengurangi risiko. Selama bertahun-tahun, Nusaibah Jazuli telah membantu, menyebarkan, dan menyuarakan kebutuhan masyarakat. Dengan mempertimbangkan banyaknya pencapaian yang dicapainya sebagai anggota DPRD Tangerang Selatan. Strategi *Personal Branding* Nusaibah Jazuli dianggap berhasil. Nusaibah Jazuli mudah berkomunikasi politik karena dia memiliki reputasi baik di mata masyarakatnya.

4. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Nusaibah Jazuli, anggota Fraksi PKS di DPRD Kota Tangerang Selatan, menggunakan strategi personal branding untuk membangun citra positif selama kampanye Pemilu 2024. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang teknik ini dan cara ia berkontribusi pada pemahaman yang positif di mata masyarakat. Strategi personal branding Nusaibah Jazuli dianggap berhasil karena mampu membangun reputasi dan kredibilitas di mata publik. Ini adalah hasil dari Pyramid Personal Branding, yang terdiri dari empat langkah. *Determine What You Do* menunjukkan dirinya sebagai pemimpin responsif dan perencana strategis yang terhubung erat dengan tujuan masyarakat. Inisiatif dan kontribusi seperti membagikan 1.000 paket sembako dan mendorong untuk lebih banyak orang tahu tentang layanan bus sekolah. *Positing Yourself* Anda sebagai pemimpin yang rendah hati, ramah, dan cepat menanggapi kritik di wilayahnya, membuatnya terlihat berbeda dan setara dengan masyarakat. Terakhir, pengelolaan citra dan reputasi yang berkelanjutan adalah bagian dari *Manage Your Brand*, yang didukung oleh sejarah panjang Nusaibah dalam membantu, menyebarkan, dan menyuarakan kebutuhan masyarakat. Secara keseluruhan, kemampuan Nusaibah Jazuli untuk berkomunikasi politik dengan cara yang mudah dipahami dan dapat diandalkan telah berhasil memenangkan hati masyarakat dan meningkatkan reputasinya.

DAFTAR REFERENSI

Admin. (2025). *Fraksi PKS soroti efisiensi belanja dan layanan publik dalam perubahan APBD Tangsel 2025*. Retrieved December 24, 2025, from

<https://bacahukum.com/2025/07/09/fraksi-pks-soroti-efisiensi-belanja-dan-layanan-publik-dalam-perubahan-apbd-tangsel-2025/>

- Anwar, C., Harits, A., & Handijono, A. (2025). Pemanfaatan media sosial dalam membangun identitas diri sebagai strategi personal branding. *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 27–32.
<https://doi.org/10.55903/jipm.v3i1.215>
- Aziz, M. A., & Michael, T. (2020). Netralitas gubernur dalam pemilihan umum. *Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan*, 4(3).
<https://doi.org/10.15408/adalah.v4i3.16215>
- Dennysal, S. (2025). Analisis personal branding Instagram co-founder brand pakaian wanita Love, Bonito (studi Instagram Rachel Lim @ms_rach). *Jurnal Media Hukum*, 5(3), 1287–1297.
<https://doi.org/10.37481/jmh.v5i3.1532>
- Fadhli, M. (2023). Analisis fiqh siyasah terhadap kampanye pemilihan umum di media sosial berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum. *Siyasah wa Qanuniah*, 1(1).
- Fikry, A. (2023). *Nusaibah Jazuli milenial muda bagikan 1000 paket sembako untuk warga*. Retrieved December 24, 2025, from <https://ibadah.co.id/featured-news/nusaibah-jazuli-milenial-muda-bagikan-1000-paket-sembako-untuk-warga/>
- Hayat, et al. (2024). Komunikasi politik personal branding Ibnu Sina melalui media sosial Instagram @ibnusina. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(8).
<https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i8.20385>
- Khair, M. Analisis personal branding aktor politik (studi kasus Fadhil Arief sebagai Bupati Batanghari), 1–15.
- Nasution, A. I., Azaria, D. P., Alfarissa, T., Abidin, F. R. M., & Fauzan, M. (2023). Peningkatan peran Bawaslu Republik Indonesia dalam mengawasi kampanye hitam di media sosial pada Pemilu Serentak 2024. *Jurnal Civic Hukum*, 8(2), 173–190.
<https://doi.org/10.22219/jch.v8i2.27700>
- News. (2025). *Nusaibah Jazuli penuhi janji serahkan gaji sebagai anggota DPRD Tangsel untuk masyarakat*. Retrieved December 24, 2025, from https://www.liputan6.com/news/read/5905568/nusaibah-jazuli-penuhi-janji-serahkan-gaji-sebagai-anggota-dprd-tangsel-untuk-masyarakat?page=3#google_vignette
- Pamungkas, A. D., & Arifin, R. (2019). Demokrasi dan kampanye hitam dalam penyelenggaraan pemilihan umum di Indonesia (analisis atas black campaign dan negative campaign). *Diktum: Jurnal Syariah dan Hukum*, 17(1), 16–30.
<https://doi.org/10.35905/diktum.v17i1.641>
- Rachman, N. F., Purnomo, A. M., & Agustini. (2024). Pengaruh identifikasi diri dalam personal branding Prabowo Subianto di Pemilu 2024 melalui TikTok terhadap keputusan pemilih pemula Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 3(8), 8278–8286.
<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i8.14731>

Redaksi. (2025). *Musrembang tingkat kecamatan RKPD 2026, bertujuan untuk merencanakan pembangunan tingkat kelurahan*. Retrieved December 24, 2025, from <https://beritatangsel.com/2025/01/musrembang-tingkat-kecamatan-rkpd-2026-bertujuan-untuk-merencanakan-pembangunan-tingkat-kelurahan/>