

PENYELENGGARAAN PASANGGIRI MOJANG JAJAKA DALAM MENGETAHUI PERSONAL BRANDING MOJANG JAJAKA UNTUK MEMPROMOSIKAN PARIWISATA KABUPATEN BOGOR

Tanti Nur, Yanti Setianti, Evi Novianti
Universitas Padjadjaran

Tantiinur1@gmail.com, yantisetianti@gmail.com, novianti.vi@gmail.com

Abstract

Recognizing that socializing tourism and culture is so important, the West Java community of collectors takes part in the part of socializing tourism and culture to improve quality and appreciation by offering various cultural and tourism programs. over time and to develop tourism and culture of a community, then an innovation is made to maintain existence and also to progress and development in providing culture and tourism to young people. This research uses descriptive study type, the nature of the data in this study is qualitative data, the sampling technique used by researchers is a purposive sampling technique, while the data collection techniques in this study are in-depth interviews, non-participant observation and literature study. Researchers can conclude how the strategy of the 2017 Bogor Regency Mojang Jajaka in building his personal branding through Instagram. This can be done by better understanding the importance of harmony in communication, they must be able to better align what they say with what they are aiming for when interacting with others. In addition, the 2017 Bogor Regency Mojang Jajaka must show more good intentions and sincerity both directly and through Instagram so that it can improve the quality of the brand that they have built so far.

Keywords: *Tourism, culture, Mojang Jajaka, Bogor, Promotion*

Abstrak

Menyadari bahwa mensosialisasikan pariwisata dan kebudayaan begitu penting, maka paguyuban mojang jajaka Jawa Barat ikut andil dalam bagian mensosialisasikan pariwisata dan kebudayaan tersebut untuk meningkatkan kualitas dan apresiasi dengan menawarkan berbagai program kebudayaan dan pariwisata. seiring berjalannya waktu dan untuk mengembangkan pariwisata dan kebudayaan suatu paguyuban, maka dibuatlah suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemajuan serta pengembangan dalam memberikan kebudayaan dan pariwisata kepada pemuda-pemudi. Penelitian ini menggunakan jenis studi deskriptif, Sifat data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif, Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah teknik purposive sampling, Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara Wawancara Mendalam, Observasi Non Partisipan dan Studi Pustaka. Peneliti dapat menyimpulkan bagaimana strategi para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 dalam membangun *personal branding* nya melalui instagram. Hal tersebut dapat dilakukan dengan lebih memahami pentingnya keselarasan dalam berkomunikasi, mereka harus dapat lebih menyelaraskan apa yang mereka ucapkan dengan apa yang mereka tuju saat sedang berinteraksi dengan orang lain. Selain itu, para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 harus lebih sering menunjukkan niat baik serta ketulusan baik secara langsung maupun melalui instagram sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kualitas brand yang mereka bangun selama ini.

Kata kunci : *Turis, Budaya, Mojang Jajaka, Bogor, Promosi*

1. Pendahuluan

Dengan dibuatnya program yang diadakan oleh paguyuban mojang jajaka Jawa Barat maka diperlukan pula adanya penyebaran informasi mengenai pariwisata dan budaya tersebut, karena pariwisata dan budaya tidak akan ada artinya tanpa adanya suatu sosialisasi, karena sosialisasi merupakan hal terpenting yang harus dilakukan guna menyampaikan pesan atau informasi kepada publik. Seperti definisi sosialisasi itu sendiri, “sosialisasi (pemasyarakatan) juga mengandung arti penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat” (Effendy, 2000)

Tujuan dari sosialisasi yang dilakukan oleh paguyuban mojang jajaka Jawa Barat adalah untuk mengenalkan atau mempromosikan pariwisata dan kebudayaan kepada masyarakat atau publik, agar masyarakat semakin cinta pada kebudayaan dan pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia terutama di Jawa Barat khususnya Kabupaten Bogor.

Secara etimologis, duta pariwisata dan kebudayaan ialah “usaha meningkatkan kualitas dan apresiasi”. Di era persaingan global saat ini serta berbagai macam tantangan persaingan mengharuskan paguyuban mojang jajaka Jawa Barat untuk dapat terus berinovasi dan kreatif dalam menyusun strategi dan memiliki program-program agar dapat meningkatkan kualitas dan apresiasi. Akumulasi strategi dan program yang tepat akan menghasilkan identitas paguyuban mojang jajaka Jawa Barat yang lebih baik. Memiliki identitas yang lebih baik harus berorientasi pada pemuda-pemudi, bukan berorientasi kepada Jawa Barat.

Tugas mojang jajaka terpilih antara lain “membrandingkan Kabupaten Bogor pada masyarakat melalui dirinya terutama pada aspek kebudayaan dan kepariwisataan”. Dibutuhkan strategi untuk melakukan proses branding mulai dari bahasa, serta kesenian yang ada di Kota Hujan ini. Sebagai Mojang

Jajaka Kabupaten Bogor mereka dituntut untuk melakukan hal tersebut selama masa menjabatnya dalam satu periode. Mereka harus turut berpartisipasi serta menggunakan baju adat khas Jawa Barat dalam setiap kegiatan Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Bogor karena mereka bertugas untuk membrandingkan Kabupaten Bogor melalui dirinya. Dengan menggunakan baju adat Jawa Barat, serta tutur kata yang sopan dan santun serta ramah, Mojang Jajaka Kabupaten Bogor bisa membrandingkan Kabupaten Bogor pada aspek kebudayaannya yang tercermin pada para Mojang dan Jajaka yang terpilih.

Strategi pada hakikatnya “ adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. (Effendy, 2000). Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Menyadari bahwa mensosialisasikan pariwisata dan kebudayaan begitu penting, maka paguyuban mojang jajaka Jawa Barat ikut andil dalam bagian mensosialisasikan pariwisata dan kebudayaan tersebut untuk meningkatkan kualitas dan apresiasi dengan menawarkan berbagai program kebudayaan dan pariwisata. seiring berjalannya waktu dan untuk mengembangkan pariwisata dan kebudayaan suatu paguyuban, maka dibuatlah suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemajuan serta pengembangan dalam memberikan kebudayaan dan pariwisata kepada pemuda-pemudi. Atas dasar latar belakang ini maka penulis ingin mengetahui “ Bagaimana Penyelenggaraan Pasanggiri Mojang Jajaka Dalam Mengetahui Personal Branding Mojang Jajaka Untuk Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Bogor”

2. METODE PENELITIAN

Ditinjau dari metodenya, penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan jenis studi deskriptif. Studi deskriptif sebuah metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Studi deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang berlangsung (Nazir, 2014)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena dalam bentuk aktivitas atau proses yang sedang berlangsung. Aktivitas atau proses yang ingin dideskripsikan dalam penelitian ini adalah strategi membangun *personal brand* Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2018. Sifat data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Data kualitatif diungkapkan dalam bentuk kalimat serta uraian-uraian, bahkan dapat berupa cerita pendek (Bungin, 2008)

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai objek/situasi sosial yang diteliti. Selanjutnya dinyatakan bahwa sampel sebagai sumber data atau sebagai informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut: “ (1) Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya. (2) Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti. (3) Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi. (4) Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi dari “kemasannya” sendiri. (5) Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk

dijadikan semacam guru atau narasumber. (Sugiyono, 2011)

Narasumber penelitian ini merupakan orang yang pernyataannya dinilai atau dirasa sesuai dilihat berdasarkan profesinya, sehingga dalam penelitian ini peneliti meneliti narasumber sebagai seorang Mojang Jajaka Kabupaten Bogor yang memegang tanggung jawab dalam proses Personal Branding yang dilakukan. Pada penelitian ini narasumber dipilih dengan cara *Purposive Sampling* sample sumber data pada tahap awal memasuki lapangan dipilih orang yang memiliki pemahaman dan pengalaman yang cukup dalam akan kegiatan Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2018, sehingga sumber data tersebut dapat membantu memudahkan peneliti nantinya untuk mengumpulkan data. Lalu, nantinya akan ada penyesuaian berkelanjutan mengenai sample, dimana nantinya jumlah informan bergantung kepada data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini.

Selain itu, untuk penelitian dengan jenis studi deskriptif ini dibutuhkan karakteristik lain dalam penentuan *key informan* dalam penelitian. Peneliti memiliki beberapa kriteria dalam menentukan *key informan*. Kriteria tersebut dibuat dan ditentukan oleh *key informan* dan bukan oleh peneliti. Kriteria tersebut diantaranya: “ (1) Informan yang digunakan dalam penelitian adalah pemenang Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2018 yang melakukan langsung strategi membangun Personal Branding. (2) Informan bersedia untuk terlihat dalam kegiatan penelitian yang mungkin membutuhkan waktu yang cukup lama. (3) Informan bersedia untuk di wawancara dan direkam aktifitasnya selama wawancara dan penelitian berlangsung.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti kemudian dapat menentukan *key informan* yaitu: (1) Moh. Fernanda Gunawan, Jajaka Pinilih Kabupaten Bogor 2018. (2) Rizky Rahma Fadila, Mojang Wakil 1 Kabupaten Bogor 2018. (3) Adi Juardi, Jajaka Wakil 1 Kabupaten Bogor 2018. (4) Suci Wulandari, Mojang Wakil 2 Kabupaten Bogor 2018. (6)

Helmi Imaddudin, Jajaka Wakil 2 Kabupaten Bogor 2018

Menurut Sugiyono “teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan dilain-lain. Bila dilihat dari sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya, bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, secara wawancara, dokumentasi dan gabungan /triangulasi” . (Sugiyono, 2011)

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara : “ (1) Wawancara Mendalam. Wawancara mendalam dilakukan peneliti untuk mendapatkan hal-hal dari responden yang ingin diketahui secara mendalam. Teknik wawancara digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam semi terstruktur. Wawancara mendalam semi terstruktur adalah jenis wawancara yang merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Jenis wawancara ini sudah termasuk ke dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Sugiyono, 2011) . Penelitian ini menggunakan

wawancara semi terstruktur dimana peneliti tetap menggunakan pedoman wawancara untuk pengumpulan data, tetapi sifatnya lebih bebas yang berarti dapat menemukan permasalahan secara lebih terbuka dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat serta ide-idenya. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan keenam pemenang Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2018 sebagai informan yang juga pelaku dari *personal branding*. (2) Observasi Non-Partisipan . Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan observasi non partisipan karena peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari, subyek yang sedang diamati. Peneliti hanya mengamati dan mencatat kegiatan yang dilakukan subyek penelitian yaitu pemenang Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2018 melalui *instagram*. (3) Studi Pustaka sangat diperlukan peneliti sebagai bukti pendukung atas data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi sehingga dapat membantu peneliti. Studi pustaka yang dilakukan peneliti adalah dengan membaca berbagai buku, jurnal serta literatur ilmiah lainnya.

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan dengan analisis model Miles dan Huberman, seperti yang dikemukakan Sugiyono . “Dalam model ini, aktivitas dalam analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Berdasarkan model ini, terdapat tiga tahapan analisis data yakni: *data reduction, data display dan conclusion drawing/verification*” (Sugiyono, 2011)

Menurut Sugiyono proses-proses analisis tersebut dapat dijelaskan ke dalam tiga langkah berikut: “(1) Reduksi Data, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini (Sugiyono (2016:247). (2) Penyajian Data, dalam

penelitian ini, peneliti menguji apa yang telah ditemukan pada saat memasuki lapangan yang masih bersifat hipotesis itu berkembang atau tidak. Bila setelah lama memasuki lapangan ternyata hipotesis yang dirumuskan selalu didukung oleh data pada saat dikumpulkan di lapangan. Maka hipotesis tersebut terbukti, dan akan berkembang menjadi teori yang grounded. Maksud dari teori grounded adalah teori yang ditemukan secara induktif, berdasarkan data-data yang ditemukan di lapangan dan selanjutnya diuji melalui pengumpulan data yang terus menerus (Sugiyono, 2016:250). (3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari sejumlah data yang telah dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk yang lebih ringkas, kemudian mengambil kesimpulan dari data yang diperoleh tadi. Kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan “ (Sugiyono, 2016:253).

Peneliti melakukan pengecekan data kepada narasumber dapat dipilih peneliti karena sudah jelas alur yang diikuti sejak awal hingga akhir penelitian. Secara struktural *key informant* yang ditetapkan sudah tepat untuk memberikan data yang valid terkait dengan Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2018. Ada dua cara dalam melakukan validitas data melalui triangulasi sumber ini yaitu *Recheck* dan *Crosscheck*. *Recheck* adalah pengecekan data kepada informan yang sama dengan mengajukan pertanyaan wawancara sebelumnya namun waktu dan tempat yang berbeda. Sedangkan *Crosscheck* adalah mengajukan pertanyaan yang sama kepada *key informant* dan non *key informant* lain yang terkait pada jawaban atas pertanyaan yang diajukan pada waktu dan tempat yang berbeda. Dalam penelitian ini *key informant* yang dipilih yaitu Juara I, II, III Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2018.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam memaksimalkan potensi pariwisata, kegiatan promosi harus digalakkan guna menyebarluaskan informasi kepada para wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Disinilah dituntut peranan aktif dari Mojang Jajaka sebagai Duta Pariwisata untuk menjadi ujung tombak promosi pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Bogor. Salah satu media promosi yang mampu digunakan yaitu dengan media sosial Instagram. Seiring perkembangan zaman, baik tugas wajib maupun tugas moral ini pun dilakukan melalui berbagai hal terutama yang berkaitan dengan teknologi dan berkomunikasi. Berkomunikasi bisa dilakukan dengan melalui media lain, salah satunya seperti sosial media. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.

Salah satu bentuk media sosial yang digandrungi banyak orang adalah Instagram. Nama Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Instagram memberikan ruang bagi penggunaannya untuk berbagi dan berinteraksi serta memberikan ruang pada penggunaannya untuk menampilkan diri dan membentuk apa yang ia ingin sampaikan ke khalayaknya melalui foto dan video dibantu dengan caption yang ia tuliskan serta dengan kolom komentar. Oleh karena itu dari hal tersebut dapat diperdalam dengan sebuah penelitian mengenai Personal Branding Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 melalui media sosial Instagram.

Paguyuban mojang jajaka sebagai penyalur bakat, dimana pemuda-pemudanya diharapkan menjadi citra teladan generasi muda Indonesia yang dinamis, kreatif dan cerdas, juga menjadi ujung tombak Dinas Pariwisata dalam mempromosikan kepariwisataan Indonesia secara nasional maupun internasional. Paguyuban mojang jajaka di naungi oleh disparbud Jawa Barat. Paguyuban mojang jajaka telah banyak

memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan kualitas dan apresiasi untuk pemuda-pemudi jawa barat.

Dimata paguyuban mojang jajaka pemuda pemudi adalah segala-segalanya, karena tanpa adanya pemuda-pemudi atau pelajar, mungkin paguyuban mojang jajaka tidak bisa seberhasil seperti sekarang ini, maka dari itu paguyuban mojang jajaka jawa barat sangat mementingkan kualitas dan apresiasi yang baik image paguyuban mojang jajaka akan terus menerus berkembang lebih baik dimata pemuda-pemudinya. Sesuai dengan salah satu tujuan dan strategi eksternal dari paguyuban mojang jajaka , yaitu menciptakan opini publik dan menarik perhatian publik, menciptakan kondisi yang kondusif bagi setiap pelaksanaan sosialisasi tersebut maka paguyuban mojang jajaka harus mengoptimalkan komunikasi dan publikasi paguyuban. paguyuban mojang jajaka jawa barat melakukan sosialisasi dengan berbagai program, dimana hal tersebut diharapkan oleh pihak paguyuban agar menambah informasi bagi masyarakat yang lebih luas.

Komunikasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok, organisasi dan masyarakat untuk mengubah, menciptakan perilaku orang lain dengan cara menyampaikan informasi yang menghubungkan dengan lingkungan dan orang lain. Biasanya komunikasi dilakukan secara lisan (langsung) atau verbal dan secara tidak langsung atau non verbal yang dapat dimengerti oleh kedua pihak dan tidak ada pengertian dua arah. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi dalam bahasa inggris yaitu *Communication* berasal dari kata lain yaitu *Communication* dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, disini maksudnya adalah sama dalam pemaknaanya. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam

percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Jadi, apabila dua orang atau lebih terlibat komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa saja yang mereka perbincangkan. Pendapat Carl. I Hovland yang dikutip Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi, menjelaskan bahwa Komunikasi adalah :Proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang –lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain”. (Mulyana.deddy, 2007)

Penyandangan profesi *Public Relation Officer* (pejabat humas), didalam menjalankan tugas dan fungsinya harus selalu berusaha memenuhi keinginan perusahaan atau lembaga yang diwakilinya apa dan bagaimana aktivitas dan kegiatan komunikasi tersebut harus diinformasikan, temanya apa, untuk berapa lama, sejauh mana dukungan dana, manajemen dan fasilitas, serta dapatkah memenuhi keinginan atau mencapai target. Public Relations adalah satu kata yang mungkin cukup banyak dikenal dan didengar. Apalagi di era globalisasi dimana modernitas mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan, interaksi antar sesama disegala kalangan dan lingkungan tidak bisa dihindarkan. Kenyataan ini sesuai dengan pemahaman bahwa manusia adalah “zoon politicon” tidak bisa terlepas dari manusia lainnya. Public relations menurut Howard Bonham adalah Suatu seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap suatu individua tau organisasi atau perusahaan.(Soemirat & Ardianto, 2002)

Berbentuk pemilihan Duta Wisata muda (*Young Tourism Ambassador*) untuk mempromosikan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bogor. Kabupaten Bogor terkenal dengan kekayaan wisatanya baik wisata alam maupun buatan. Potensi wisata di Kabupaten Bogor tergolong lumayan banyak. Sayangnya, semua potensi tersebut dinilai belum dioptimalkan oleh

pemerintah daerah. Hal tersebut dikarenakan kurangnya promosi pariwisata di beberapa daerah di Kabupaten Bogor..

“Pariwisata sebagai fenomena kompleks tidak dapat difahami secara komprehensif dengan menggunakan berbagai perspektif disiplin ilmu yang ada tetapi harus dikembangkan sebagai disiplin ilmu sendiri yang disebut *Tourismology*. (Sedarmayanti, Gumelar, & Afriza, 2018). Pariwisata sebagai industry sangat tergantung kepada keberadaan manusia, terwujudnya industry pariwisata karena interaksi dari manusia yang melakukan wisata dan manusia yang menawarkan produk dan jasa, motor penggerak bagi keberlangsungan industry pariwisata .” (Sedarmayanti, 2014)

Untuk memaksimalkan visi misi Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor maka di adakanlah pemilihan mojang jajaka Kabupaten Bogor Mojang Jajaka dipilih dari kalangan pemuda dan pemudi asli daerah yang memiliki wawasan yang luas dan pengetahuan kebudayaan yang mumpuni, dan diharapkan dapat menjadi cerminan atas kecintaan pemuda dan pemudi terhadap daerah aslinya. Kegiatan ini mendukung proses pembentukan suatu regenerasi budaya yang ideal, dengan menghasilkan sosok generasi muda yang memiliki jati diri sunda. Kualitas ini akan ditumbuhkan untuk menghasilkan sosok generasi muda yang dapat merepresentasikan Kabupaten Bogor dalam seluruh aspek pada masyarakat nasional maupun Internasional.

Selama periode menjabat berlangsung, pemenang Mojang Jajaka Kabupaten Bogor memiliki tugas wajib dan tugas moral yang harus dilakukan. Tugas wajib tersebut yakni berkontribusi dan membantu pemerintah untuk memajukan budaya dan pariwisata di Kabupaten Bogor. Tugas wajib dilakukan selama satu tahun selama periode berlangsung. Setiap tahunnya tugas wajib yang diberikan pada setiap pemenang Mojang Jajaka akan sama, namun pelaksanaannya saja yang akan berbeda

karena disesuaikan program kerja Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor.

Seiring perkembangan zaman, baik tugas wajib maupun tugas moral ini pun dilakukan melalui berbagai hal terutama yang berkaitan dengan teknologi dan berkomunikasi. Berkomunikasi bisa dilakukan dengan melalui media lain, salah satunya seperti sosial media. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.

Salah satu bentuk media sosial yang digandrungi banyak orang adalah Instagram. Nama Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Instagram memberikan ruang bagi penggunaannya untuk berbagi dan berinteraksi serta memberikan ruang pada penggunaannya untuk menampilkan diri dan membentuk apa yang ia ingin sampaikan ke khalayaknya melalui foto dan video dibantu dengan caption yang ia tuliskan serta dengan kolom komentar. Oleh karena itu dari hal tersebut dapat diperdalam dengan sebuah penelitian mengenai Personal Branding Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 melalui media sosial Instagram.

Mojang Jajaka dipilih dari kalangan pemuda dan pemudi asli daerah yang memiliki wawasan yang luas dan pengetahuan kebudayaan yang mumpuni, dan diharapkan dapat menjadi cerminan atas kecintaan pemuda dan pemudi terhadap daerah aslinya. Mengharumkan pariwisata Kabupaten Bogor dengan memperkenalkan kepada masyarakat luas terutama kepada wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara bahwa daerah kita kaya akan kelestarian sumber daya alamnya, hal tersebut juga merupakan salah satu program Dinas Pariwisata yang diadakan tiap tahunnya untuk menemukan bibit-bibit unggul putra putri daerah. Pada dasarnya, tugas untuk mempromosikan dalam rangka memajukan pariwisata Kabupaten Bogor merupakan tugas dari semua Mojang dan Jajaka yang terpilih sebagai finalis. Namun, sebagai Jajaka Pinilih merupakan suatu hal yang mempunyai tanggung jawab

moral tersendiri sebagai 'Icon' Kabupaten Bogor.

Tugas wajib Mojang Jajaka Kabupaten Bogor antaralain membrandingkan Kabupaten Bogor pada masyarakat melalui dirinya terutama pada aspek kebudayaan dan kepariwisataan. Mulai dari bahasa,serta kesenian yang ada di Kota Hujan ini. Sebagai Mojang Jajaka Kabupaten Bogor mereka dituntut untuk melakukan hal tersebut selama masa menjabatnya dalam satu periode. Mereka harus turut berpartisipasi serta menggunakan baju adat khas Jawa Barat dalam setiap kegiatan Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Bogor karena mereka bertugas untuk membrandingkan Kabupaten Bogor melalui dirinya. Dengan menggunakan baju khas adat Jawa Barat,serta tutur kata yang sopan dan santun serta ramah,Mojang Jajaka Kabupaten Bogor bisa membrandingkan Kabupaten Bogor pada aspek kebudayaannya yang tercermin pada para Mojang dan Jajaka yang terpilih.

Mereka wajib untuk membentuk *image* untuk mempromosikan Kabupaten Bogor melalui Mojang Jajaka warga Kabupaten Bogor. Selain membranding Kabupaten Bogor kita juga harus memberikan gagasan untuk kan pariwisatanya,yaitu dengan memberikan masukan masukan positif kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor. Hal yang penting pula yang harus dilakukan oleh Mojang Jajaka yaitu dengan membentuk *image* positif terhadap daerah Kabupaten Bogor yang diaplikasikan langsung oleh diri kita sendiri. Dengan memberikan perilaku dan contoh yang positif terhadap masyarakat melalui media promosi online yaitu Instagram.

Seiring perkembangan zaman,baik tugas wajib maupun tugas moral ini pun dilakukan melalui berbagai hal terutama yang berkaitan dengan teknologi dan berkomunikasi. Berkomunikasi bisa dilakukan dengan melalui media lain, salah satunya seperti sosial media. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka,yang mereka

kenal di dunia nyata dan dunia maya. Tidak hanya itu,namun juga media sosial Instagram juga dapat membrikan gambaran dan perspektif terhadap para *followers* Mojang Jajaka 2017, hal tersebut dapat dijadikan media *netizen* untuk menilai sendiri bagaimana peran Mojang Jajaka sebagai duta pariwisata daerah, tidak hanya melihat dari peran para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 namun juga dapat dilihat dari kesehariannya, baik dari segi kegiatan sehari-hari maupun kegiatan sosial yang dijalannya. Para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 dituntut untuk dapat memberikan hal yang positif terhadap para muda mudi daerah khususnya di Kabupaten Bogor untuk lebih peduli dengan kebudayaan dan wisata daerahnya sendiri. Hal tersebut harus diawali dengan contoh yang baik pula, oleh karena itu peran penting Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 untuk membuat branding para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 agar dikenal sebagai duta wisata yang betul-betul berperan terhadap daerah.

Personal Branding para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 tidak dapat disamaratakan bagi tiap-tiap Mojang maupun Jajaka, dalam hal ini Pinilih Mojang Jajaka Kabupaten Bogor dapat memberikan personal branding yang berbeda-beda dalam Media sosial Instagram, Mojang Pinilih juga membrandingkan dirinya melalui Instagram dengan kegiatannya sehari-hari yang bergelut dibidang kesenian sunda dan membrandingkan dirinya bahwa ia merupakan seorang gadis sunda yang tidak hanya beraktifitas saat sedang bertugas di daerah maupun di luar daerah dalam kegiatan kepariwisataan namun juga Mojang Pinilih Kabupaten Bogor 2017 ini juga menggambarkan kesehariannya saat beraktifitas di Kampus dan kegiatan lainnya seperti *Photoshoot* dan Kegiatan sehari-harinya bersama keluarga, lain halnya dengan Jajaka Pinilih Kabupaten Bogor 2017,Seorang Jajaka Pinilih lebih memberikan personal brandingnya dengan mengupload baik di laman Instagram maupun di *instagram story*.



Gambar 1 Pemenang Moka Kab Bogor 2018

Dalam hal ini setiap Mojang Jajaka harus memiliki spesialisasi diri, pemahaman tersebut. Dapat diartikan bahwa memilih spesialisasi, para Mojang Jajaka harus memiliki keahlian yang melebihi saingannya dibidang yang sama. Jika tidak, maka orang-orang pada domain tersebut akan sulit untuk melihat sisi pembeda yang ada pada diri Mojang Jajaka tersebut. Maka dari itu dalam membentuk *personal branding* sebagai representasi dari Kabupaten Bogor para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor ini memilih keahliannya sebagai langkah untuk membangun konsep spesialisasi dirinya.

Selain menunjukkan spesialisasi tersebut secara langsung, para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor juga menunjukkan spesialisasi yang mereka miliki melalui akun instagram pribadinya. Spesialisasi ditunjukkan melalui foto-foto kegiatan mereka saat sedang bertugas atau sedang menunjukkan kemampuan serta keunggulan yang dapat membedakan mereka dengan Moka lainnya.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bagaimana strategi para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 dalam membangun *personal branding* nya melalui instagram. Hal tersebut dapat dilakukan dengan lebih memahami pentingnya keselarasan dalam berkomunikasi, mereka harus dapat lebih menyelaraskan apa yang mereka ucapkan dengan apa yang mereka

tujukan saat sedang berinteraksi dengan orang lain. Selain itu, para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor 2017 harus lebih sering menunjukkan niat baik serta ketulusan baik secara langsung maupun melalui instagram sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kualitas brand yang mereka bangun selama ini.

Penelitian ini masih dapat dikembangkan lagi karena masih banyak aspek yang dapat dibahas secara lebih terperinci. Maka untuk kebutuhan penelitian selanjutnya mengenai *personal branding*. Peneliti menyarankan untuk mengembangkan penelitian tersebut dengan cara menambah hasil survei kepada para pengikut narasumber di instagram terhadap para Mojang Jajaka Kabupaten Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Effendy, U. O. (2000). *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Mulyana, deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sedarmayanti. (2014). *Membangun & Mengembangkan Kebudayaan & Industri Pariwisata*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sedarmayanti, Gumelar, S. S., & Afriza, L. (2018). *Pembangunan & Pengembangan Pariwisata*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2011). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.