



## Bentuk Personal Branding Fotografer Govinda Rumi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Instagram @Govindarumi)

Teguh Satria<sup>1</sup>, Didi Permadi<sup>2</sup>, Sarwo Edy<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Panca Sakti Tegal, Indonesia

E-mail: [satriateguh.dong@gmail.com](mailto:satriateguh.dong@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-05-07 Revised: 2024-06-27 Published: 2024-07-03  <b>Keywords:</b> <i>Photography;</i> <i>Personal Branding;</i> <i>Instagram.</i>	This research aims to uncover how Govinda Rumi constructs his self-image, content production, and interaction with the audience through his Instagram account. A qualitative descriptive method with a visual approach adopted from Gillian Rose is employed in this study. Findings show that Govinda Rumi presents various photo categories, such as street photography, family photoshoots, and prewedding, with a distinctive visual style. His photos always highlight uniqueness and excellent technical skills. Positive responses from the audience are consistently received, indicating strong acceptance of his work. Govinda Rumi successfully applies The Eight Law of Personal Branding in his Instagram activities, effectively communicating his concept to the audience through his posts. His Instagram account has obtained the blue checkmark, confirming the authority and official recognition of his fame.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-05-07 Direvisi: 2024-06-27 Dipublikasi: 2024-07-03  <b>Kata kunci:</b> <i>Fotografi;</i> <i>Personal Branding;</i> <i>Instagram.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana Govinda Rumi membangun citra diri, produksi konten, dan interaksi dengan audiens melalui akun Instagramnya. Metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan visual yang diadopsi dari Gillian Rose digunakan dalam penelitian ini. Temuan menunjukkan bahwa Govinda Rumi menghadirkan berbagai kategori foto, seperti street photography, family photoshoot, dan prewedding, dengan gaya visual yang khas. Karya fotonya selalu menonjolkan keunikan dan keahlian teknis yang sangat baik. Respons positif dari audiens selalu diterima, menunjukkan penerimaan yang kuat terhadap karya-karyanya. Govinda Rumi berhasil menerapkan The Eight Law of Personal Branding dalam aktivitasnya di Instagram, dengan mampu secara efektif mengkomunikasikan konsep dirinya kepada khalayak melalui postingannya. Akun Instagramnya telah memperoleh tanda centang biru, menegaskan otoritas dan pengakuan resmi atas ketenarannya.

### I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara individu berinteraksi satu sama lain. Internet telah menjadi ruang digital baru yang menciptakan lingkungan kultural. Tidak bisa dipungkiri bahwa internet memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Melalui internet, akses ke berbagai informasi dan hiburan dari seluruh dunia menjadi mungkin. Internet melampaui batas-batas dimensi kehidupan pengguna, waktu, dan ruang, sehingga dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. (Afriluyanto, 2017) Salah satu media sosial yang berkembang pesat saat ini adalah Instagram. Popularitas Instagram sebagai media sosial begitu tinggi sehingga banyak orang tidak mengetahui arti sebenarnya dari nama tersebut. Nama Instagram terdiri dari dua kata, yaitu "Insta" dan "Gram." Kata pertama berasal dari istilah "Instan," yang berarti cepat atau mudah. Semakin banyak orang menyadari bahwa Instagram adalah alat promosi yang sangat efektif. Pengguna internet cenderung lebih tertarik pada bahasa visual. Dibandingkan

dengan media sosial lainnya, Instagram lebih mengoptimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. Saat ini, bahasa visual mendominasi dunia internet. (Karina, 2020)

Platform Instagram memberikan ruang bagi pengguna untuk berbagi gaya hidup mereka dan membentuk citra diri melalui konten foto dan video. Dengan Instagram, pengguna dapat berinteraksi melalui fitur komentar dengan pengguna lainnya, serta memberikan "like" sebagai bentuk apresiasi. Mereka juga dapat mengunggah foto atau video yang menunjukkan interaksi sosial, tempat yang dikunjungi, dan pengalaman-pengalaman lainnya (Widyastuti et al., n.d.). Semakin banyak orang yang menggunakan Instagram, semakin besar pula jumlah audiens atau pengamat yang memperhatikan dan menerapkan Personal Branding yang dilakukan oleh pengguna Instagram tersebut. Membangun Personal Branding dapat dijadikan salah satu cara untuk meningkatkan nilai jual seseorang. (Yusanda et al., 2021)

Personal branding merupakan proses yang membentuk citra atau persepsi yang dimiliki oleh

seseorang di mata masyarakat. Ini mencakup aspek-aspek seperti kepribadian, kemampuan, nilai-nilai, dan bagaimana hal-hal tersebut menciptakan pandangan positif dari masyarakat. Selain itu, personal branding juga dapat dimanfaatkan sebagai alat pemasaran. (Kasela, 2021)

Dengan mengelola personal branding dengan baik, seseorang memiliki peluang yang lebih besar untuk mencapai popularitas yang sesuai dengan harapannya atau bahkan mendekatinya. Personal branding dianggap sebagai salah satu kunci untuk meningkatkan nilai jual seseorang karena melibatkan proses membawa keterampilan dan karakteristik unik seseorang untuk kemudian dibungkus menjadi identitas yang membedakannya dari orang lain. Saat ini, kegiatan personal branding semakin terfasilitasi dengan adanya media sosial. Dengan media sosial, personal branding dapat diungkapkan melalui berbagai cara kreatif, sehingga dapat membentuk suatu ciri khas bagi individu tersebut. (Amalia & Satvikadewi, 2020). Media sosial Instagram berfungsi sebagai platform untuk mengekspresikan diri melalui Personal Branding. Termasuk Govinda Rumi yang menggunakan Instagram sebagai wadah untuk mengekspresikan dirinya di dunia maya dengan mengunggah konten-konten tertentu di akunnya. Konten yang diunggah Govinda di Instagram cenderung berfokus pada fotografi. Fotografi merupakan proses seni yang menggunakan cahaya sebagai media utama. Dalam pengertian yang lebih luas, fotografi mengacu pada teknik atau metode untuk menciptakan gambar atau foto dari suatu subjek dengan merekam pantulan cahaya yang diterima oleh subjek tersebut, yang kemudian direkam oleh media sensitif terhadap cahaya. (Kusumo et al., 2019)

Fotografer memanfaatkan berbagai strategi, termasuk promosi langsung dan media sosial seperti Instagram, sebagai sarana penting dalam memasarkan karya mereka. Instagram, dengan fitur-fitur yang beragam dan kemudahan akses informasi, menjadi platform yang sangat efektif dalam mengembangkan bisnis fotografi. Layanan khusus seperti Instagram Ads memberikan peluang lebih besar bagi fotografer untuk mempromosikan konten mereka kepada audiens yang lebih luas. Ini memberikan keuntungan signifikan, terutama dalam bisnis fotografi yang membutuhkan jangkauan pemasaran yang luas. Dengan fokus pada visual di media sosial, fotografer dapat menarik perhatian lebih banyak pelanggan potensial, termasuk dalam bidang fotografi prewedding yang kini sedang populer.

Hal ini menjadikan Instagram sebagai alat penting dalam meningkatkan eksposur dan promosi bisnis fotografi. (Indrawan et al., 2023)

Dalam konteks ini, Govinda Rumi menjadi subjek studi yang menarik. Govinda Rumi dikenal sebagai seorang fotografer yang memiliki pengikut yang besar dan aktif di Instagram. Melalui akun Instagramnya @govindarumi, ia telah berhasil membangun personal branding yang kuat dan berhasil menarik perhatian banyak orang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali personal branding yang digunakan oleh Govinda Rumi melalui platform Instagram. Salah satu penelitian terdahulu pada 2020 yaitu penelitian milik Mahasiswa Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 yang berjudul "Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube @Arif Muhammad)". Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama mengenai personal branding. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah subjek penelitiannya.

Penulis tertarik untuk meneliti penggunaan metode visual dan strategi personal branding yang diterapkan oleh Govinda Rumi, seorang fotografer influencer yang dikenal karena konten uniknya di platform Instagram. Govinda Rumi telah menonjol dalam kalangan fotografer influencer karena pendekatan kreatifnya yang berbeda dari yang lain, seperti yang tercermin dalam konsep-konsep fotografinya yang menarik dan unik. Hal ini menarik perhatian karena perkembangan pesat media sosial telah mendorong beberapa individu untuk menggunakannya sebagai alat profesional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Govinda Rumi berhasil membangun dan memelihara citra dirinya di platform Instagram miliknya.

## **II. METODE PENELITIAN**

Dalam studi ini, peneliti menerapkan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memperkuat istilah dan ungkapan yang dipilih, karena memiliki pengaruh yang penting terhadap analisis dan keterampilan penelitian. Pendekatan kualitatif menekankan pada unsur-unsur, objek, serta struktur sosial manusia, serta interaksi yang terjadi di antara mereka, guna memahami suatu kejadian, perilaku, atau fenomena. Data deskriptif dihasilkan dari amatan dan interpretasi personal branding pada akun Instagram @govindarumi. Untuk mengetahui gambaran personal branding tersebut, dibutuhkan pendekatan yang dapat membantu

penelitian visual ini. Pendekatan tersebut ialah metodologi visual.

Metodologi visual digunakan untuk memahami dan menafsirkan gambar termasuk fotografi, film, video, lukisan, patung, kolase, grafiti, iklan, kartun, dan karya seni lain. Metodologi ini dipilih karena dirasa tepat untuk menggambarkan personal branding Govinda Rumi pada akun Instagramnya, dari tiga sudut pandang area penelitian visual menurut Gillian Rose. Ketiga area tersebut adalah the site of self atau dari wilayah peneliti itu sendiri, site of production atau wilayah produksi, dan site of audience atau wilayah penonton yaitu bagaimana penonton melihat dan memaknai subjek tersebut.

Oleh karena itu, terdapat kemungkinan perbedaan antara konsep visi dan representasi visualnya. Visi adalah sesuatu yang bisa manusia rasakan secara psikologis, sedangkan visual mengacu pada visi yang dikonstruksikan dengan beberapa cara tertentu (Rose, 2001). Menurut Gillian Rose, kesepakatan dalam pemahaman gambar visual adalah bahwa terdapat tiga posisi yang diperlukan untuk memahami setiap makna dalam sebuah gambar. Metode pengumpulan data merupakan langkah yang diambil oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang akurat dari responden dan menetapkan pendekatan yang paling sesuai untuk memperoleh data yang diperlukan sebelum menarik kesimpulan. Dalam hal ini, peneliti menggunakan gambar-gambar yang diambil dari postingan Instagram @govindarumi sebagai salah satu teknik pengumpulan data.

Pendekatan visual ini dirancang untuk peneliti yang memiliki minat khusus terhadap materi visual dan memahami bahwa gambar-gambar tersebut dapat memuat isu-isu yang signifikan, meskipun mereka mungkin belum yakin tentang teknik pengolahan data visual yang tepat. Penting untuk diingat bahwa definisi sebuah gambar tidak hanya berkisar pada arti literalnya, namun juga melibatkan proses interpretasi yang mendalam. Metode visual ini dapat membantu dalam merumuskan atau menganalisis gambar-gambar secara detail. Dalam konteks era modern di mana masyarakat dikelilingi oleh berbagai produk visual seperti fotografi, televisi, video, desain grafis, dan film, penting untuk diakui bahwa gambar-gambar tersebut memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan yang kompleks dan memiliki makna yang mendalam bagi penonton, baik secara sadar maupun tidak.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menguraikan hasil analisis dari presentasi data yang telah dibahas oleh peneliti sebelumnya. Peneliti menggunakan pendekatan visual untuk mengevaluasi data yang terkait dengan gambar-gambar dari akun Instagram @govindarumi. Setelah itu, peneliti memanfaatkan konsep The Eight Law of Personal Branding untuk menelaah data yang terdapat pada akun Instagram tersebut. Aktivitas yang dilakukan oleh Govinda Rumi di platform media sosial ini dapat membentuk keterampilan, kepribadian, dan karakter yang unik, yang tercermin dalam konten yang dipublikasikan. Hal ini membuat profil Govinda Rumi menjadi menonjol dan mempunyai identitas yang berbeda dari para profesional lain dalam bidang fotografi.

Govinda Rumi, seorang fotografer kelahiran Bali yang berbakat, menerangi dunia potret, perjalanan, dan pra-pernikahan dengan kepiawaian luar biasa. Dikenal akan kemampuannya dalam menangkap esensi manusia dan tempat dengan keanggunan khasnya, Govinda Rumi menjelajahi keindahan dunia dan merayakannya dalam setiap klik kameranya. Sebagai seorang fotografer sejati, ia tidak hanya menjelajahi tempat-tempat yang jarang terjamah, tetapi juga dengan penuh semangat mendokumentasikan setiap momen yang berharga dalam perjalanan hidupnya.

Akun Instagram-nya, @govindarumi, adalah saksi bisu dari perjalanan gemilangnya, memikat hati lebih dari 140 ribu pengikut yang terpesona oleh keindahan karya-karyanya yang memukau. Setiap postingannya tidak hanya menghasilkan jumlah 'like' yang luar biasa, tetapi juga menarik perhatian lebih banyak penggemar yang memperkuat komunitasnya yang berkembang pesat. Keberhasilan dan popularitasnya telah mengantarkannya pada pencapaian yang mengesankan, akun Instagram-nya telah diberi tanda centang biru yang menandakan otoritas dan ketenaran yang diakui secara resmi.

Govinda Rumi bukanlah sekadar seorang fotografer biasa, tetapi seorang seniman yang menghadirkan keajaiban dalam setiap jepretan kameranya. Tawarannya dalam bidang photoshoot tidak terbatas mulai dari perjalanan keluarga yang hangat, pasangan yang romantis, hingga pra-pernikahan yang

penuh keajaiban, ia mampu mengabadikan momen-momen indah dalam kehidupan seseorang dengan sentuhan magisnya. Bahkan lebih menarik, Govinda Rumi telah memperkenalkan konsep yang inovatif dengan menggabungkan foto pra-pernikahan dengan perjalanan ke destinasi-destinasi eksotis, menciptakan narasi visual yang menakjubkan tentang cinta dan petualangan.

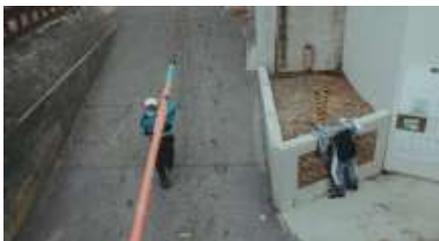
Dengan penuh gairah dan keahliannya, Govinda Rumi tidak hanya mengeksplorasi keindahan tempat di setiap momen, tetapi juga mengabadikannya dalam karya-karya yang akan dikenang selamanya. Ia adalah perwakilan sempurna dari kekuatan kreativitas dan dedikasi yang membawa inspirasi bagi banyak orang, tidak hanya dalam dunia fotografi, tetapi juga dalam perjalanan hidup yang penuh warna dan keajaiban.

## B. Pembahasan

### 1. Metode Visual

#### a) Site Of Self Image

Peneliti melakukan tindakan independen dalam memahami dan menafsirkan objek visual. Dengan keahlian analisis kritis, peneliti membaca dan mengurai makna dari setiap komposisi yang membentuk objek visual tersebut. Metode yang digunakan untuk dapat menganalisis perspektif ini adalah analisis wacana, karena dianggap paling relevan. Alasan penggunaan analisis wacana adalah untuk mengungkap penggunaan bahasa dalam sebuah wacana, yang kemudian diinterpretasikan. Analisis ini dianggap paling relevan untuk mengeksplorasi objek visual dari perspektif site of self.



**Gambar 1.** Foto Street Photography dari Feed Instagram @govindarumi  
*Sumber: Instagram @govindarumi (2024)*

Dengan prinsip dasar street photography, momen-momen spontan yang terjadi di sekitar kita direkam

tanpa persiapan sebelumnya, menciptakan situasi yang alami dan tidak dipaksakan. Street photography merupakan cabang dari fotografi yang menempatkan subjek utama dalam ruang publik. Istilah "ruang publik" di sini tidak hanya merujuk pada jalanan, tetapi juga mencakup tempat-tempat seperti titik keramaian, tempat wisata, jalanan, pasar, dan sebagainya. Subjek dalam ruang publik tidak hanya terbatas pada manusia, melainkan juga mencakup peristiwa, cuaca, objek, bayangan, dan lain-lain.

Pada Foto diatas diambil di Pantai Zushi, Jepang. Tempat ini mungkin merupakan salah satu pantai yang paling konservatif di Jepang. Di sini, aturan melarang mengekspos bagian tubuh yang memiliki tato (harus ditutup dengan pakaian atau handuk), meminum minuman alkohol, atau mengadakan barbekyu di luar konter bar dan area khusus lainnya. Dengar musik keras juga tidak diperbolehkan. Aturan ini berlaku tidak hanya untuk pengunjung tetapi juga untuk fasilitas hiburan di sepanjang pantai. Meskipun Pantai Zushi sangat populer karena kedekatannya dengan Tokyo, tetapi meskipun ramai, tempat ini menawarkan ketenangan dan kedamaian yang menjadi keinginan bagi penduduk kota besar. Saat Govinda Rumi berlibur dengan kekasihnya Cheryl Gunawan pada bulan Februari 2024, Pada saat berjalan-jalan ia memotret sebuah momen yang merupakan contoh dari street photography yang mengabadikan momen tanpa arahan sebelumnya. Pada foto tersebut, terlihat seseorang sedang berjalan sambil membawa sebuah tiang panjang dan sebuah wearpack yang tergeletak di tembok menggambarkan situasi sepi dan bersih di Jepang.



**Gambar 2.** Foto Family Photoshoot dari Feed Instagram @govindarumi  
*Sumber: Instagram @govindarumi (2022)*

Foto keluarga tidak hanya sekadar gambar yang disimpan oleh anggota keluarga, tetapi juga merupakan potret dari momen-momen berharga yang telah mereka bagikan bersama. Setiap foto mungkin menggambarkan kebahagiaan saat perayaan ulang tahun, kebersamaan di liburan keluarga, atau bahkan momen-momen kecil sehari-hari yang penuh makna. Lebih dari sekadar kenangan, foto keluarga juga merupakan cermin dari sejarah dan perkembangan keluarga tersebut dari waktu ke waktu. Melalui foto-foto ini, kita dapat melacak perjalanan dan pencapaian keluarga, serta merayakan momen penting seperti pernikahan, kelahiran anak, atau pencapaian akademik. Mereka juga menjadi saksi bisu dari hubungan yang erat antara anggota keluarga, serta nilai-nilai yang diwariskan dari generasi ke generasi. Dengan cara ini, foto keluarga bukan hanya sekadar dokumentasi visual, tetapi juga cerita yang hidup tentang cinta, kebahagiaan, dan keterikatan keluarga.

Govinda Rumi memotret sebuah momen keluarga yang sedang bahagia, yang mana secara umum foto keluarga identik dengan duduk berdampingan secara rapih. Tetapi berbeda dengan sudut pandang Govinda Rumi dalam mengarahkan objek foto keluarga supaya terlihat berbeda dengan yang lainnya. Dalam Posisi bermain-main dengan anak-anak, terlihat seorang anak laki-laki yang sedang diangkat dan berputar-putar bersama ibunya begitupun yang dilakukan oleh ayah yang mengangkat tangan anak perempuannya dengan riang gembira mereka berputar-putar dalam satu momen yang bersamaan. Foto ini diambil di East Coast Xtreme Skatepark, yang terletak di Singapura. Skatepark ini merupakan satu-satunya tempat di Singapura yang terkait erat dengan aktivitas olahraga di luar ruangan.

Prewedding merupakan istilah yang merujuk pada periode sebelum pernikahan atau tahap di mana pasangan belum sah secara hukum menikah. Meskipun secara umum prewedding dapat diartikan sebagai masa sebelum pernikahan, di Indonesia

istilah ini lebih khusus merujuk pada sesi foto yang dilakukan oleh calon mempelai sebagai bagian dari persiapan menuju pernikahan mereka. Biasanya, prewedding dilakukan beberapa waktu sebelum acara pernikahan sebagai cara untuk merayakan dan mengabadikan momen-momen indah sebelum memasuki ikatan pernikahan yang resmi. Selama sesi foto prewedding, pasangan dapat memilih lokasi yang memiliki makna khusus bagi mereka, mengenakan pakaian khusus, dan mengekspresikan cinta dan keintiman mereka melalui foto-foto yang diambil. Ini menjadi salah satu tradisi yang populer di Indonesia sebagai bagian dari persiapan dan perayaan menjelang hari pernikahan yang sangat dinantikan.

Foto tersebut adalah bagian dari sesi prewedding yang diunggah di akun Instagram @govindarumi. Dalam gambar tersebut, terlihat seorang pria sedang berlari menuju pasangannya yang telah menantinya dengan penuh antusiasme, siap untuk melompat dan merangkulnya dengan erat. Adegan ini melambangkan penantian seorang wanita akan kedatangan pasangannya dengan sepenuh hati. Foto ini diambil di George Town, Malaysia, yang merupakan ibu kota Guyana dan juga memiliki peran penting dalam sejarah Malaysia. Sebagai sebuah kota pelabuhan yang berdiri sejak abad ke-17, George Town telah menjadi tempat di mana berbagai etnis dan budaya hidup bersama secara harmonis. Lokasi yang dipilih terlihat tenang, dan pasangan dalam foto terlihat senang menikmati suasana parkir yang sepi. Pemilihan pakaian yang cerah juga menonjolkan keindahan sekitar.

#### b) Site of Production

Area penelitian ini membedah proses produksi atau pembuatan objek visual. Pertanyaan yang diselesaikan di area ini termasuk: siapa yang bertanggung jawab atas pembuatan objek visual? Untuk siapa objek visual tersebut diciptakan? Apa tujuan pembuatan objek tersebut? Kapan objek visual tersebut dibuat? Dan apa konteks dari pembuatan objek tersebut? Metode

yang digunakan untuk menganalisis sudut pandang ini adalah analisis wacana, karena dianggap paling relevan. Alasan penggunaan analisis wacana adalah untuk meneliti penggunaan bahasa dalam sebuah wacana, yang kemudian diinterpretasikan berdasarkan konteks produksi pesan.

Pada gambar 1 Dalam mengambil foto ini, Govinda Rumi menggunakan teknik high angle untuk menciptakan sudut pandang yang unik. Dengan menempatkan kamera di ketinggian yang lebih tinggi dari objek yang difoto, dia berhasil menyoroti berbagai elemen pendukung dalam bingkai foto dengan jelas. Penggunaan teknik ini memberikan dimensi tambahan pada komposisi foto, memungkinkan objek terlihat lebih kecil namun tetap terfokus dengan baik.

Selain itu, penggunaan kamera FujiFilm X100V memberikan hasil yang memuaskan dalam hal ketajaman dan detail. Govinda Rumi juga cerdas dalam memanfaatkan preset yang disediakan oleh @thevisualpoets untuk mengoptimalkan tone dan nuansa pada foto tersebut. Preset tersebut membantu menciptakan suasana visual yang menarik dan kaya, memberikan dimensi tambahan pada cerita yang ingin dia sampaikan melalui gambar. Dengan demikian, foto ini tidak hanya mengandung keindahan visual, tetapi juga mengekspresikan pemahaman yang mendalam tentang komposisi dan penggunaan teknik fotografi yang canggih. Ini adalah contoh bagus bagaimana seorang fotografer dapat menggabungkan kreativitas dengan pemahaman teknis untuk menghasilkan karya yang memukau dan berkesan.

Pada Gambar 2 Dalam foto kedua, Govinda Rumi menunjukkan keahliannya dalam menerapkan komposisi leading line. Dengan cerdas, ia menggunakan pagar pembatas sebagai elemen utama yang membentuk garis imajiner yang kuat dalam foto tersebut. Garis-garis pagar tersebut secara visual mengarahkan mata penonton langsung ke objek yang menjadi fokus, menciptakan alur visual yang menarik dan memandu pandangan dengan jelas. Pemilihan kamera FujiFilm, khususnya seri X-T4, juga menjadi aspek penting

dalam pengambilan gambar Govinda Rumi. Sebagai "daily driver" dalam fotografinya, Fuji Film menawarkan kualitas gambar yang luar biasa dan performa yang handal. Dengan teknologi canggih yang dimilikinya, seperti autofokus yang responsif dan rentang dinamis yang luas, seri X-T4 memberikan kemampuan untuk dapat menangkap detail-detail halus dan warna yang hidup dalam setiap pengambilan gambar.

Kombinasi antara penggunaan komposisi leading line yang cermat dan kamera FujiFilm X-T4 yang andal menunjukkan profesionalisme dan dedikasi Govinda Rumi dalam fotografi. Ia tidak hanya memahami prinsip-prinsip estetika visual, tetapi juga mengandalkan teknologi terkini untuk menciptakan hasil-hasil yang mengesankan dan berkualitas tinggi.

#### c) Site of audience

Area ini berfokus pada eksplorasi tentang bagaimana audiens menginterpretasikan dan memberi makna pada objek visual. Penelitian di dalam domain ini menyelidiki bagaimana audiens mengambil posisi dalam memandangi objek visual tersebut, serta bagaimana mereka menghubungkan objek visual dengan teks lain yang ada di sekitarnya, atau apa yang disebut sebagai intertekstualitas. Pertanyaan utama yang diajukan adalah mengenai siapa yang memberi makna pada objek tersebut (profil audiens), bagaimana mereka menginterpretasikannya, mengapa mereka menginterpretasikannya, dan apa yang membuat mereka menikmati objek visual tersebut

Govinda Rumi meraih respons yang sangat positif dari postingan street photography-nya di platform Instagram. Postingannya mendapatkan lebih dari 2000 likes, menunjukkan bahwa karyanya sangat diapresiasi oleh pengikutnya. Selain itu, beberapa pengguna juga meninggalkan komentar positif. Salah satunya adalah komentar dari akun @niskha2 yang menyatakan, "Foto-fotonya tuh kayak menggambarkan gaya hidup yang keren banget." Komentar tersebut menggambarkan

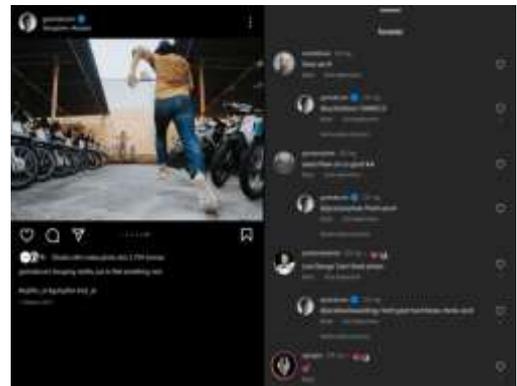
betapa foto-foto Govinda Rumi berhasil menangkap esensi gaya hidup yang menarik. Tidak hanya itu, komentar positif lainnya datang dari kekasih Govinda Rumi sendiri, yang juga turut serta dalam perjalanan ke Jepang bersamanya. Komentar dari akun @cherylaugh yang menanggapi, "Saya setuju sepenuhnya dengan pendapatmu." Respons positif dari orang terdekat Govinda Rumi menambahkan kevalidan atas apresiasi yang diberikan kepada karyanya.

Yang menarik adalah bahwa tidak ada komentar negatif yang muncul pada postingan Govinda Rumi. Ini menunjukkan bahwa karya fotografi yang diunggahnya mendapatkan tanggapan yang sangat baik dari komunitas online-nya. Kesuksesan ini memberikan indikasi bahwa gaya fotografi dan kualitas hasil karya Govinda Rumi memang diakui dan disukai oleh pengikutnya di media sosial. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi cara audience menginterpretasikan sebuah gambar adalah unsur estetika. Estetika mencerminkan keindahan dalam sebuah foto dan memiliki peran yang sangat penting dalam komunikasi visual. Kualitas estetika sebuah foto dapat mempengaruhi perasaan dan respon penonton terhadap karya tersebut.

Pada gambar yang diunggah oleh Govinda Rumi, terlihat bahwa unsur estetika sangat diperhatikan. Komposisi foto yang baik dan kemampuan untuk menangkap momen yang autentik membuat foto-foto tersebut menarik untuk dilihat. Tidak heran jika foto-foto tersebut mendapatkan banyak apresiasi dari pengikutnya, seperti yang terlihat dari jumlah lebih dari 4000 like. Selain itu, komentar positif dari beberapa fotografer dari Bali juga menambah apresiasi terhadap karya Govinda Rumi. Seorang fotografer Bali dengan akun @heyahya menyatakan, "unreallll! Way too good!" diikuti dengan emoji hati dan wajah tersenyum. Sementara itu, @wikankaphotography memberikan dukungan dengan komentar "Gov, aku padamu," dan @pixelliciousbali mengungkapkan kekagumannya dengan

berkomentar, "slide 2.. ehh slide 3 juga.. slide 4 ahh semuanya !!".

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas estetika dari karya-karya Govinda Rumi berhasil menarik perhatian dan menginspirasi penggemarnya. Pesan yang ingin disampaikan oleh Govinda Rumi dalam foto-fotonya juga dapat dengan jelas tersampaikan kepada audience, memperkaya pengalaman visual mereka. Dengan demikian, kualitas estetika sebuah gambar memiliki peran yang signifikan dalam memperkaya pengalaman visual dan meningkatkan kepuasan penonton dalam melihat karya tersebut.



**Gambar 3.** Screenshot like dan komentar dari postingan foto Prewedding pada Instagram @govindarumi

Sumber : Instagram @govindarumi (2019)

Dengan berkembangnya teknologi yang pesat saat ini, kita memiliki kemampuan untuk berbagi momen dalam bentuk foto atau video dengan mudah melalui media sosial, terutama platform seperti Instagram. Ini memungkinkan orang lain untuk melihat momen-momen tersebut dan memberikan respons dalam bentuk komentar atau like. Sebagai contoh, jika Govinda Rumi hanya menampilkan karyanya di majalah konvensional, kemungkinannya untuk tidak mendapatkan respons langsung dari pembaca seperti like atau komentar.

Namun, dalam postingan Govinda Rumi, ia berhasil meraih lebih dari 2000 like dan menerima komentar positif dari beberapa fotografer luar negeri, seperti @ginaryanphoto yang memberikan komentar positif "yessss these are so good" disertai dengan emoji

mengangkat kedua tangan. Govinda Rumi pun merespons langsung dengan ucapan terima kasih, "Thank you!!" Selain itu, ada juga komentar dari @jackdavoliophoto yang menyatakan, "Love George Town! Great photos," yang kemudian dijawab oleh Govinda dengan antusias, "Yeah! Great food there. Thanks Jack!" Interaksi semacam ini menunjukkan betapa mudahnya pengguna Instagram berkomunikasi dan memberikan apresiasi terhadap karya seni yang dibagikan.

Dengan akses yang mudah terhadap karya-karya fotografi Govinda, ciri khas fotografinya dapat dikenali dengan mudah oleh pengikutnya. Hal ini membantu memperluas pengaruh dan jangkauan Govinda sebagai seorang fotografer.

Tidak hanya sebagai platform untuk berbagi karya seni, Govinda Rumi juga memanfaatkan akun Instagram @govindarumi sebagai alat untuk mempromosikan hasil karya fotografinya secara komersial dan mencari klien baru. Dengan terus membagikan portofolio fotografi, dia dapat menarik perhatian klien potensial dan memperluas jaringan bisnisnya di industri fotografi. Dengan demikian, Instagram menjadi lebih dari sekadar platform sosial, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang efektif bagi para profesional kreatif seperti Govinda Rumi.

## 2. The Eight Law of Personal Branding

Untuk memahami peran dan pentingnya personal branding yang diterapkan oleh Govinda Rumi di akun Instagram-nya @govindarumi, peneliti menggunakan konsep teori the eight law of personal branding. Peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang personal branding yang termanifestasi dalam konteks akun Instagram Govinda Rumi. Rumusan personal branding oleh (Montoya & Vandehey, 2002) memiliki delapan konsep, yaitu, spesialisasi (law of specialization), kepemimpinan (law of leadership), kepribadian (law of personality), perbedaan (law of distinctiveness), kenampakan (law of visibility), kesatuan (law of unity), keteguhan (law of persistence) dan nama baik (law of goodwill).

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Personal branding menjadi sebuah hal yang tak bisa diabaikan bagi siapa pun yang ingin membangun citra diri yang kuat. Terutama jika tujuannya adalah untuk memperluas jaringan relasi dalam dunia profesional atau bisnis. Proses pembentukan personal branding haruslah sesuai dengan karakteristik yang sebenarnya dimiliki oleh seseorang, diperkuat dengan berbagai aktivitas positif yang memperkuat citra tersebut. Karena menciptakan citra yang tidak sesuai dengan realitas diri akan menghambat pencapaian personal branding yang autentik, yang memerlukan waktu dan kesabaran untuk membangunnya secara bertahap.

Tidak dapat disangkal bahwa personal branding bukanlah sesuatu yang dapat dicapai secara instan. Diperlukan konsistensi dan kesabaran dalam proses yang panjang. Salah satu contoh yang dapat dijadikan inspirasi adalah strategi visual yang digunakan oleh Govinda Rumi. Melalui tiga kriteria fotografi yang diadopsi, yaitu site of self image, site of production, dan site of audience, Govinda Rumi berhasil membangun citra yang khas dan menginspirasi melalui media sosial Instagram.

Melalui penelitian tentang The Eight Law of Personal Branding yang dilakukan oleh Govinda Rumi, terungkap bahwa ia memiliki keahlian khusus dalam menciptakan postingan yang memiliki karakteristik fotografi yang unik. Kemampuannya dalam memimpin klien dan kreativitasnya dalam menghasilkan konsep foto yang berbeda dari fotografer lain menunjukkan integritas dan kepribadian yang kuat. Interaksi aktif dengan pengikutnya, baik melalui komentar maupun konten tambahan seperti video behind the scenes, juga menunjukkan dedikasi Govinda Rumi dalam membangun hubungan yang berarti dengan audiensnya.

Konsistensi adalah kunci dalam membangun personal branding yang kuat. Govinda Rumi telah membuktikan kesetiiaannya selama sepuluh tahun terakhir dalam dunia fotografi, dengan terus mengunggah karya-karyanya di Instagram sejak 2014. Perkembangan yang pesat dalam kualitas dan kuantitas hasil karyanya menunjukkan keteguhan dan dedikasi yang luar biasa. Kepercayaan yang telah ia bangun di antara klien dan komunitasnya membuatnya menjadi panutan dan inspirasi bagi banyak orang.

Dengan tetap mempertahankan integritas dan kesederhanaan dalam penampilannya, Govinda Rumi telah berhasil menjaga reputasi positifnya hingga saat ini.

## B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Bentuk Personal Branding Fotografer Govinda Rumi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Afriluyanto, T. R. (2017). Fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 184–197. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1365>
- Amalia, T. W., & Satvikadewi, A. (2020). Personal Branding Content Creator Arif Muhammad (Analisis Visual pada Akun Youtube@ Arif Muhammad). *Jurnal Representamen*, 6(01).
- Indrawan, A. A. N. M., Saryana, I. M., & Pramana, I. M. B. (2023). PENGUATAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI BISNIS FOTO PREWEDDING DI DINARASTIKA FILMS. *Retina Jurnal Fotografi*, 3(1), 43–52. <https://doi.org/10.59997/rjf.v3i1.2039>
- Karina, M. E. (2020). Analisis Personal Branding Selebgram di Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@ dindamaulinaaa). *Jurnal Madia*, 1(1). <https://doi.org/10.36085/madia.v1i1.3033>
- Kasela, I. P. (2021). *Personal Branding melalui Media Sosial pada akun Instagram @gustigina*. Universitas Islam Kalimantan.
- Kusumo, R. O., Bangsa, P. G., & Malkisedek, M. H. (2019). Perancangan Fotografi sebagai Media Promosi Pariwisata Pantai Kedung Tumpang, Pucanglaban, Tulungagung. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 10.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon: realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies*, Sage Publications. London.
- Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (n.d.). *ANALISIS PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL*.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>