

# KOMUNIKASI VISUAL *PERSONAL BRANDING* SOEKARNO (SEBUAH ANALISIS SEMIOTIKA)

Agung Kurniawan

Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Jakarta

## ABSTRAK

*Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya para politisi dan masyarakat dalam membangun semiotika komunikasi visual personal branding, oleh karena itu peneliti membahas semiotika komunikasi visual personal branding Soekarno agar supaya apa yang dilakukan Soekarno dapat menjadi rujukan bagi para politisi dan masyarakat. Fokus penelitian ini adalah mengapa Soekarno melakukan komunikasi visual. Desain penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yang menyelidiki fenomena sosial dan masalah manusia, bersifat deskriptif dengan pendekatan induktif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan kajian teori semiotika Saussure dan Barthes yang membahas penanda dan petanda, dan pierce dengan icon, index dan symbol. Kajian konsep menggunakan analisis SWOT, SOSTAC + 3Ms planning system, dan personal branding menurut pendapat David McNally dan Karl D. Speak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Soekarno dengan sengaja membangun personal branding (brand name, brand mark, tagline, positioning), Soekarno membangun komunikasi visual yang terencana, baik melalui bahasa tubuhnya maupun melalui brand attributes (peci, uniform, tongkat komando, kacamata, keris dan pedang, kendaraan), brand icon dan brand image. Cerita tentang Soekarno dari beberapa kepustakaan selalu berbeda versi, demikian juga berbeda dengan hasil wawancara, namun semua perbedaan versi tersebut justru membuat personal branding Soekarno menjadi semakin besar.*

**Keyword :** *Komunikasi Visual Personal Branding*

## A. PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Berbicara mengenai semiotika komunikasi visual dan *personal branding* di negeri ini, salah satu orang Indonesia yang memiliki karakter yang paling kuat sampai saat ini adalah Soekarno seorang proklamator bangsa dan presiden pertama Republik Indonesia, ia memiliki banyak atribut komunikasi visual, yang tergambar dibenak orang tentang Soekarno adalah seorang pencinta; ia sangat mencintai negerinya, ia mencintai rakyatnya, ia mencintai

wanita, ia mencintai seni dan melebihi dari segala-galanya serta ia mencintai dirinya sendiri. Soekarno atau biasa disebut dengan nama “Bung Karno” adalah seorang manusia yang penuh perasaan, seorang pengagum, menyukai pemandangan yang indah, pembawaannya selalu terlihat gembira sehingga perasaan susah tidak terlihat dari raut wajahnya. Pakaian seragam dan peci hitam dan berbagai *brand attributes* lainnya seperti tongkat komando, tanda kepangkatan, terkadang keris merupakan sebagian tanda pengenal Presiden Soekarno, namun ketika hari mulai larut malam ia mengganti pakaiannya

dengan pakaian biasa, memakai sandal, pantalon dan kalau hari terasa panas ia hanya menggunakan kemeja biasa, bahkan di dalam keseharian di istana di waktu senggang Soekarno hanya menggunakan kaos oblong putih biasa merek “cabe” atau “terong” dengan celana kolor (Guruh, Mata Najwa, 5 Juni 2013). Pada masa revolusi kemerdekaan dalam rangka perjuangan untuk memperoleh kemerdekaan, Soekarno ingin tampil sejajar dengan bangsa kolonial belanda sehingga ia memutuskan untuk tampil menggunakan jas dan dasi dengan peci sebagai ciri khas bangsa Indonesia, pernah ada usulan dari beberapa orang agar sebagai ciri khas Indonesia menggunakan sarung, namun ia tidak setuju karena dianggap rendah dimata penjajah.

Mengkaji mengenai *personal branding* Soekarno dalam bentuk komunikasi visual menarik perhatian penulis, berbagai studi menunjukkan bahwa Soekarno memiliki *personal branding* yang dilakukannya dengan secara sadar, hal tersebut dapat dianalisis dari perspektif semiotika dalam komunikasi manusia. Bagi penulis pembahasan semiotika komunikasi visual dan *personal branding* Soekarno merupakan sesuatu yang menarik, karena belum pernah dibahas oleh peneliti lain masalah semiotika dari seorang tokoh besar di Republik Indonesia ini, sedangkan pembahasan semiotika komunikasi visual dan *personal branding* Soekarno sangat dibutuhkan seorang politisi maupun akademisi dan masyarakat umumnya untuk mengambil pelajaran dan dapat meniru segala tingkah polah semiotika komunikasi visual Soekarno untuk membentuk karakter anak bangsa. Bangsa ini memerlukan tokoh teladan seperti Soekarno, masyarakat merindukan tokoh yang merakyat

seperti Soekarno, masyarakat merindukan seorang pemimpin yang disegani oleh bangsa lain, masyarakat membutuhkan pembentukan karakter pribadi dan butuh contoh dan bagaimana cara membentuk karakter dari seorang tokoh besar yang bernama “Soekarno”. Sebagian masyarakat percaya bahwa Soekarno masih hidup meskipun jasadnya sudah bercampur dengan tanah artinya bahwa Soekarno telah memberikan kesan yang mendalam dibenak rakyat Indonesia bahkan dunia. Penelitian yang penulis jalankan termasuk jenis penelitian kualitatif dengan fokus kajian pada mengapa Soekarno melakukan komunikasi visual, metode penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan gambar yang diamati oleh peneliti. Penelitian ini menekankan analisis induktif, abstraksi disusun sebagai kekhususan yang telah terkumpul dan dikelompokkan bersama melalui proses pengumpulan data yang telah dilakukan secara teliti. (Sutopo, 2006; 41)

### **Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka fokus penelitiannya adalah bagaimana Soekarno melakukan komunikasi visual *personal branding*.

### **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut diatas maka pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Mengapa Soekarno menggunakan komunikasi visual *personal branding* dan bagaimana prosesnya?
2. Bagaimana kompetensi, standar dan gaya personal Soekarno?

3. Bagaimana cara Soekarno melakukan komunikasi, perencanaan dan pemasaran bagi dirinya sendiri?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut maka dapat ditarik tujuan penelitiannya, yaitu untuk :

1. Memahami dan menjelaskan cara dan proses Soekarno menggunakan komunikasi visual *personal branding*.
2. Memahami kompetensi, standar dan gaya personal Soekarno.
3. Memahami cara Soekarno melakukan komunikasi, perencanaan dan pemasaran bagi dirinya sendiri.

### **B. METODOLOGI PENELITIAN**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini ialah konstruktivisme, dimana realitas merupakan konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas bersifat relatif, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial, temuan-temuan sebuah penelitian merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti, paradigma ini memiliki kriteria bahwa temuan merupakan refleksi otentik dari realitas dihayati oleh para pelaku sosial dimana nilai, etika dan pilihan moral merupakan sebuah satu kesatuan (Salim, 2001; 48-49). Desain penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan fokus kajian mengenai analisis semiotik komunikasi visual *personal branding* Soekarno, menurut Denzin dan Lincoln (2009) kata kualitatif itu menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat

atau belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas, atau frekuensinya. Data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang dikumpulkan dan dikaji sebagai bahan penelitian. Informasi akan digali dari berbagai sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini meliputi; informan/nara sumber yang pernah dekat atau mengenal sosok Presiden Soekarno baik secara langsung maupun lewat rekaman video, arsip maupun dokumen pendukung berupa buku maupun media elektronik yang dapat memperkuat data utama dan dokumen sejarah. Data (*datum*) artinya sesuatu yang diketahui atau informasi yang diterima tentang suatu kenyataan atau fenomena empiris yang wujudnya dapat berupa kata-kata verbal atau kualitatif. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain; ruang/tempat, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan persaan. Observasi yang dilakukan adalah dengan observasi tidak berstruktur yaitu jenis observasi yang dilakukan tanpa menggunakan *guide* observasi. Pada observasi ini peneliti mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati sebuah objek. Observasi ini dilakukan di Yayasan Bung Karno, disekitar Gedung Pola yang sebelumnya adalah rumah Soekarno dan tempat dimana teks proklamasi di bacakan, observasi di rumah kelahiran Soekarno di Surabaya, observasi di rumah kos Soekarno ketika sekolah di HBS Surabaya, observasi di makam Soekarno di Blitar. Sebagian besar data dan fakta tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi, yang berbentuk surat, catatan harian, cinderamata, laporan, artefak, dan foto maupun video. Dalam penelitian ini penulis mewawancarai Mantan

Menteri Kabinet Dwikora pada jaman pemerintahan Soekarno yaitu Bapak Achadi, dan wawancara dengan Bapak Guruh Soekarno Putra yang merupakan putra dari Soekarno dan Ketua Umum Yayasan Bung Karno.

### C. PEMBAHASAN

Nama “Soekarno” merupakan sebuah nama resmi yang tercatat di pencatatan sipil, adapun dalam perjalanan sebuah nama “Soekarno” mengalami beberapa perubahan dan *personal re-branding*. Nama “Kusno” merupakan nama pertama Soekarno, akibat sering mengalami sakit diwaktu kecil maka orangtuanya mengubah nama (*re-branding*) menjadi “Soekarno” dari kata “Soe” artinya “Terbaik” dalam istilah Jawa, sedangkan “Karno” merupakan sosok kisah pewayangan Mahabharata “Adipati Karno” seorang pahlawan keturunan dari Dewa Matahari atau Batara Surya (Ardhiyati, 2005; 83). Tanda tangan Soekarno menjadi sebuah “*brand mark*” yang kuat dan menjadi sebuah tanda pengenal. Tanda tangannya dengan secara tegas menyebut nama Soekarno, karakter tanda-tangannya Ketika Soekarno kecil ibunya memberikan julukan (*tagline*) kepadanya sebagai “Putera Sang Fajar” karena lahir pada saat subuh matahari mulai bersinar dan terlahir pada abad baru yaitu abad dua puluh. Sesuai dengan perkembangan jaman maka ia menciptakan slogan barunya yaitu “Penyambung Lidah Rakyat Indonesia”.

Atribut yang melekat pada diri seorang Soekarno antara lain; pertama “Peci” yang menjadi sebuah identitas lambang pergerakan melawan kolonialisme dan menjadi identitas nasional. Kedua “*Uniform*” atau “Seragam” yang

digunakan Soekarno dari mulai gaya jas pakaian sipil sampai pakaian bergaya semi militer yang didesain sendiri lengkap dengan tanda kepangkatan atau bintang jasa kehormatan. Ketiga “Tongkat Komando” yang berjumlah tiga yang bentuknya sama, satu tongkat untuk dibawa keluar negeri, satu tongkat untuk berhadapan dengan jenderal dan satu tongkat digunakan ketika berpidato. Tongkat tersebut terbuat dari kayu wunglen dan perak serta lima ring emas, didalam tongkat tersebut terdapat tombak kecil. Keempat “Kacamata” Soekarno yang berbingkai, jika diluar ruangan maka ia menggunakan kacamata hitam dan apabila di dalam ruangan menggunakan kacamata bening berbingkai. Kelima “Keris dan Pedang” sebagai pegangan selain daripada tongkat komando. Soekarno tidak mencari pusaka keris melainkan atribut tersebut datang sendiri melalui masyarakat yang datang menemui Soekarno, sedangkan “Pedang” digunakan sebagai simbol kepahlawanan karena masyarakat butuh sosok pahlawan bagi mereka. Keenam “Kendaraan” yaitu sepeda, kuda dan mobil. Soekarno sangat mencintai sepeda, Soekarno senang berkeliling menggunakan sepeda, sedangkan “kuda” merupakan kendaraan yang digunakan pada saat hari ulang tahun pertama Angkatan Bersenjata Republik Indonesia, serta mobil digunakan Soekarno semenjak ia terpilih menjadi Presiden Republik Indonesia. Foto resmi yang dikeluarkan oleh Soekarno dan disebarluaskan kepada masyarakat menjadi sebuah “*brand icon*” yang merupakan sebuah penanda wajah dan penampilan Soekarno sebagai pemimpin rakyat. Dalam penampilannya Soekarno lebih menyukai tampilan foto dengan gaya wajah tampak “*Perspektif*”. Kedekatan

Soekarno dengan wartawan foto membuat *brand image* Soekarno terasa natural, meskipun pada setiap sesi pemotretan kadangkala ia menggunakan adegan yang dibuat-buat namun terasa natural. Hal ini dapat dilihat ketika pemotretan adegan berpelukan dengan Jendral Soedirman yang diulang-ulang pemotretannya untuk mendapatkan gambar foto yang dramatik.



SUKARNO.

Gambar 1. Tanda tangan Soekarno tanggal 14 April 1961. Sumber : [www.google.com](http://www.google.com) di download peneliti tanggal 27 Juni 2013



Gambar 2. Penutup kepala Soekarno dan peci sebagai simbol bangsa Indonesia. Sumber : Arsip Nasional, foto diambil peneliti tanggal 3 juni 2013



Gambar 3. Soekarno dengan uniform-nya pada masa puncaknya sehingga dijadikan ikon patung lilin di Madame Tussauds Bangkok. Sumber : [www.google.com](http://www.google.com) di download peneliti tanggal 8 Juni 2013



Gambar 4. Tongkat Komando Soekarno. Sumber : Arsip Nasional, foto diambil peneliti tanggal 3 Juni 2013



Gambar 5. Kacamata Soekarno. Sumber : Arsip Nasional, foto diambil peneliti tanggal 3 Juni 2013



Gambar 6. Keris Soekarno. Sumber: [www.google.com](http://www.google.com) di downloadpeneliti tanggal 8 Juni 2013



**Gambar 7. Pedang Kecil “Kyai Sekar Jagad”.**  
**Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti(Di foto dari Museum Soekarno di Blitar).**



**Gambar 8. Kendaraan Soekarno, Sepeda, Kuda dan Mobil.**Sumber : [www.google.com](http://www.google.com) di downloadpeneliti tanggal 8 Juni 2013



**Gambar 9. Brand Icon Soekarno dan (bawah) menjadi latar di pidato Soekarno.**  
**Sumber : Arsip Nasional, foto diambil peneliti tanggal 3 Juni 2013**



**Gambar 10. Brand Image Soekarno berpelukan dengan Jenderal Soedirman**Sumber : Yayasan Bung Karno, foto diambil peneliti tanggal 5 Juli 2013

Soekarno merupakan seseorang yang memiliki banyak bakat (Multi Talenta) dan semua bakatnya ia kembangkan menjadi sesuatu yang terbaik, karena memiliki sikap untuk selalu menjadi yang terbaik, Soekarno-pun memiliki standar yang tinggi, gaya personal Soekarno terbilang “unik” sehingga ia semakin dicintai oleh rakyatnya. Soekarno menyukai hal-hal yang bersifat lambang-lambang dan ia memegang teguh ramalan yang positif bagi dirinya.

Untuk mengenal sosok Soekarno dengan gaya komunikasi visualnya maka alangkah indahny jika kita lihat sesuatu hal yang melatarbelakangi dari jiwa seorang Soekarno, David McNally dan Karl D. Speak memberikan gambaran model *personal branding* seperti kompetensi, standar dan gaya personal.Peran Soekarno terhadap rakyat sangatlah besar, ia mampu memenuhi dan memuaskan keinginan masyarakat disekitarnya dan rakyat Indonesia pada umumnya. Soekarno memiliki kompetensi sebagai yaitu sebagai bapak bangsa, pemimpin, pembicara/orator, revolusioner, konseptor,

arsitek, penulis, ayah yang baik dan suami yang perhatian, sebagai seorang anak iapun kerap mengunjungi ayahnya dan berfoto bersama beberapa bulan menjelang proklamasi kemerdekaan sampai ayahnya meninggal sebelum dibacakannya teks proklamasi dan Soekarno diangkat menjadi presiden, Soekarno tak lupa untuk sujud terhadap ibunya yang telah melahirkannya, moment inipun tak luput dari dokumentasi fotografi. Banyak sarjana melihat Soekarno sebagai “Ratu Jawa” yang berpeci, pemimpin tradisional dalam bentuk modern (Onghokham, 2009; 2)

Standar merupakan bagaimana Soekarno melakukan kompetensinya, standar tersebut merupakan tingkat prestasi yang harus dipatuhi secara konsisten, seperti dalam hal pergaulan, keterbukaan berpikir dan berorientasi pada kesepakatan. Dalam hal kecakapan pergaulan, Soekarno merupakan orang yang pandai bergaul dengan semua kalangan, baik dengan rakyat *marhaen* sampai presiden dari negara-negara besar. Menurut Mangil seorang pengawal Presiden Soekarno, cara berpikir Soekarno memang luar biasa, Soekarno berpikir secara abad, bukan tahun atau bulan atau hari, tetapi abad. Hampir semua karya Soekarno selalu tahan lama, termasuk jalan-jalan raya, gedung-gedung dan lain-lain. Cara berpikir Soekarno tentang manusia, Soekarno memikirkan masyarakat dunia, bukan hanya masyarakat Indonesia, bukan hanya masyarakat kampungnya sendiri, bukan hanya memikirkan keluarga sendiri, Soekarno merupakan pemimpin kaliber dunia. Soekarno adalah seorang pemikir yang idealis, cerdas, berperasaan dan *tepo sliro*, Soekarno benci kepada penghisapan manusia, penindasan

manusia dan kemiskinan, namun *gandrung* atau cinta pada keadilan dan kemakmuran bagi seluruh bangsa dan rakyat Indonesia serta persatuan bangsa Indonesia yang kekal dan abadi. (Martowidjojo, 1999; 140-142).

Gaya personal Soekarno bagaimana ia berhubungan, berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain, bukan hanya kesan pertama namun hubungan yang berulang-ulang seperti antusiasme, sifat energik, dan profesionalisme Soekarno. Dalam hal berkomunikasi, Soekarno sangat menyukai bahasa visual berupa lambang-lambang dan ia percaya pada ramalan-ramalan yang positif dari para leluhur dan orang tua. Didalam tatacara duduk dan berkomunikasi dengan orang lain Soekarno terlihat benar-benar ia perhatikan, hal ini terlihat dalam beberapa foto dokumentasi yang menunjukkan cara duduk Soekarno dengan menyilangkan kaki dan menaruh kedua tangannya diatas lutut kakinya, cara-cara tersebut dikatan oleh Brent D. Ruben sebagai *isolation gesture*.



**Gambar 11. Soekarno sedang mengangkat tangan salam merdeka. Sumber : Yayasan Bung Karno tanggal 5 Juli 2013**

Soekarno memiliki gaya personal menggunakan unsur-unsur simbolik dalam berkomunikasi karena rakyat menyukai akan lambang juga, ia mengangkat tangannya dengan

lima jari terbuka lebar yang melambangkan pekik “Merdeka” dengan lima jari maksudnya “Pancasila”, dasar pemikirannya adalah Nabi Muhammad SAW menggunakan salam untuk mempersatukan umat islam (Adams, 1988; 348), selain itu rukun islam ada lima, pancaindra, pandawa juga ada lima (Adams, 1988; 311), Soekarno telah merencanakan jatuhnya hari kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 pada saat ia berada di saigon, dasar pemikirannya adalah angka 17 adalah angka keramat, angka 17 adalah angka yang suci karena turunnya Al-quran tanggal 17, orang islam sholat jumlahnya 17 raka’at, dan kesucian angka 17 bukanlah buatan manusia kata Soekarno (Adams, 1988; 326). Soekarno juga menggunakan lambang bendera merah putih sebagai perlambang merah artinya berani dan putih artinya suci, untuk mengobarkan rakyat berjuang melawan kolonialisme. Bendera pusaka merah putih yang dikibarkan pada saat proklamasi kemerdekaan senantiasa dibawa kemanapun Soekarno pergi, dan ia sempat meminta ajudannya untuk menyelamatkan bendera tersebut dengan nyawanya, Soekarno membuka kotak bendera pusaka dengan mata berkaca-kaca terlihat bendera pusaka mulai terlihat warnanya mulai memudar dan semakin tua serta lusuh (Guntur, 1977; 106).

Soekarno merupakan orang yang memiliki karakter yang kuat, mandiri, kreativitas yang tinggi, percaya diri yang tinggi, jujur, tekun, sabar, teguh dan luwes dalam pergaulan. Soekarno seorang yang memiliki tujuan yang jelas dalam hidupnya, ia juga seorang perencana yang baik dengan penuh kesabaran. Soekarno memiliki hati yang lembut dan pemaaf meskipun terhadap lawan-lawan politiknya. Soekarno orang

yang sangat mencintai negerinya melebihi cintanya pada diri sendiri. Soekarno rela mempertaruhkan nyawanya bagi rakyat yang ia cintai. Soekarno memiliki “*positioning*” yang terbilang unik dan mencerminkan keberagaman rakyat Indonesia. Soekarno memposisikan dirinya sebagai seorang nasionalis, agamis, sosialis dan demokrat.

Menurut Bapak Achadi, Soekarno menggunakan seragam bagi dirinya supaya terlihat gagah dan handal sehingga kesan bagi negara-negara lain terhadap Indonesia menjadi bagus. Soekarno sangat akrab dengan siapa saja termasuk dengan Pak Achadi, Soekarno senantiasa sholat 5 waktu dan sholat sunah seperti tahajud dan sholat dhuha, Soekarno waktu tidurnya hanya sebentar, Soekarno menguasai 6 bahasa asing dan menerima 26 gelar doktor honoris kausa dari universitas dalam maupun luar negeri, Soekarno mempunyai kelemahan ketika harus berhadapan dengan para penghianat oleh karena itu pihak asing membuat strategi cara menumbangkan Soekarno melalui pengikut Soekarno yang gadungan atau para penghianat, Soekarno mempunyai kehidupan yang sederhana, Bapak Achadi mengakui bahwa ia pernah memegang peci Soekarno dan tongkat Soekarno ketika ia masih menjabat sebagai Menteri Koperasi dan Transmigrasi pada Kabinet Dwikora, dalam keseharian bersama Soekarno tiap-tiap orang merasa bebas sehingga orang tidak ada yang canggung untuk berbicara dan bercanda dengan Soekarno, Soekarno sering menggunakan baju berwarna putih meskipun ia memiliki warna baju yang lainya seperti abu-abu, kehijau-hijauan, dan hitam. Makanan kesukaan Soekarno adalah nasi goreng dan minuman

kesukaannya adalah kopi tubruk campuran rasa lada. Soekarno memiliki sifat-sifat kebabakan dan ia gemar memberikan hadiah, Soekarno memiliki cara berjalan yang tegap dan aroma parfumnya laki-laki, Soekarno memiliki hobi membaca hal ini terlihat pada kamar tidurnya di Istana yang penuh dengan buku-buku, selain itu Soekarno juga memiliki hobi melukis, menciptakan lagu, olah raganya jalan-jalan keliling Istana. Soekarno senantiasa menekankan “*Geest, Will, en Daad*” atau “jiwa, Kemauan, dan Perbuatan” yaitu jiwa perjuangan harus betul-betul ditanamkan, kemauan untuk berjuang, dan perbuatan yaitu langkah-langkah perjuangan itu sendiri.

Menurut Bapak Guruh Soekarno Putra, semasa hidup Soekarno senantiasa berpesan apabila beliau meninggal, seluruh barang terutama benda-benda koleksi seni seperti lukisan, patung, dan porselin tidak diwariskan pada ahli warisnya, melainkan akan dipersembahkan kepada bangsa Indonesia. Soekarno memiliki keinginan untuk dibuatkan Museum untuk menampung barang-barang tersebut, termasuk pemikiran-pemikiran Soekarno dan karya-karyanya agar dapat bermanfaat bagi bangsa Indonesia. Bulan juni merupakan bulan penuh kenangan baik kelahiran Soekarno, meninggalnya Soekarno, hari lahirnya Pancasila, dan lain-lain sehingga begitu bulan Juni itu tiba Bapak Guruh hatinya senantiasa bergolak karena banyak kenangan bersama Soekarno yang merupakan orang tua kandungnya. Soekarno membesarkan putra-putrinya dengan penuh kehangatan, memberi pendidikan yang baik, membekali putra-putrinya dengan pandangan hidup dengan sifat-sifat keteladanan dan bijaksana. Soekarno senantiasa

memberikan nasehat-nasehat yang bermanfaat kepada putra-putrinya, Soekarno senantiasa menebarkan kasih sayang meskipun beliau sibuk sebagai kepala negara. Sebagai seorang presiden, Soekarno juga memiliki selera humor yang humanis sehingga humor tersebutpun dapat menjadikan sebagai kekuatan dalam berdiplomasi. Soekarno sebagai manusia biasa tentu memiliki kesalahan-kesalahan kecil, namun ketika menjabat sebagai Presiden, Soekarno tidak ada satupun kesalahan dalam membuat kebijakan sehingga merugikan rakyat maupun negara.

Berdasarkan pemaparan semiotika komunikasi visual *personal branding* Soekarno dan wawancara dengan Pak Achadi dan Pak Guruh, menurut penulis Soekarno menjadi orang besar karena beliau secara sadar maupun tidak sadar menjalankan apa yang disebut oleh penulis istilah “PANCAKARNO” (OPBK-Konsepsi) yaitu butir-butir bagaimana membangun *personal branding* yang kuat ala Soekarno yang dibagi dalam lima pedoman Soekarno yaitu;

#### **Objective atau Tujuan Hidup Soekarno**

Soekarno memiliki tujuan hidup yang jelas yaitu mengabdikan kepada TUHAN dan sesama manusia serta seluruh makhluk dan alam ciptaan Allah SWT. dengan melakukan pengabdian yang terbaik dengan tulus dan penuh keikhlasan, hidupnya penuh dengan perjuangan untuk mencapai tujuan tersebut. Nyawanya senantiasa menjadi taruhan dalam perjuangan, ia mencintai negerinya dan rakyatnya melebihi cintanya pada diri sendiri. Untuk mencapai tujuan tersebut maka diperlukan komunikasi yang baik, perencanaan yang baik dan pemasaran diri yang baik juga.

### **Positioning Soekarno**

Soekarno memosisikan dirinya sebagai seorang nasionalis, agamis, sosialis dan demokrat. Positioning Soekarno merupakan hasil penggaliannya dari keberagaman karakteristik masyarakat Indonesia, Soekarno ingin berdiri diatas semua golongan. Soekarno adalah sosok manusia yang beragama, ia juga seorang nasionalis yang mencintai negerinya, ia juga seorang yang memiliki jiwa sosial yang tinggi dan ia juga bersifat demikratis yang selalu mengedepankan musyawarah mufakat. Untuk memperkuat *positioning*-nya, Soekarno membangun *brand name*, *brand mark*, *tagline*, *brand icon* dan *brand image*.

### **Brand Attribute Soekarno**

*Brand Attribute* Soekarno adalah hal-hal yang melekat dalam diri Soekarno kemanapun ia pergi yang nampak secara visual. *Brand Attribute* Soekarno tersebut meliputi; Peci, *Uniform*, Tongkat Komando, Kacamata, Keris & Pedang, dan kendaraan yang digunakan Soekarno. Peci yang digunakan berwarna hitam polos tanpa elemen ragam hias, *Uniform* yang digunakan adalah baju semi militer yang didesain sendiri oleh Soekarno, Tongkat Komando dengan bentuk yang sama, Kacamata hitam atau kacamata baca yang berbingkai, keris dan pedang peninggalan leluhur, kendaraan berupa sepeda, kuda sampai mobil.

Mengambil model dimensi *personal branding* menurut David McNally dan Karl D. Speak, yaitu Kompetensi, Standar dan Gaya Personal. Kompetensi yaitu peran Soekarno bersama orang lain, Standar yaitu bagaimana cara Soekarno menyampaikan kompetensinya dengan tingkat prestasi yang dipatuhi secara konsisten, Gaya Personal yaitu bagaimana cara Soekarno berkomunikasi, berinteraksi atau berhubungan dengan orang lain. Kompetensi Soekarno bersama orang lain yaitu sebagai bapak bangsa, pemimpin, pembicara/orator, revolusioner, konseptor, arsitek, penulis, ayah yang baik dan suami yang perhatian. Standar *Personal Branding* Soekarno yaitu selalu melakukan yang terbaik, dapat bekerjasama, sangat memperhatikan orang lain, teliti dan sangat memperhatikan sampai hal-hal yang kecil, pendekatan disiplin yang tinggi, kecerdasan berpolitik, cerdas, terbuka dengan pendekatan baru, ahli komunikasi massa, bersikap kreatif dan inovatif, pejuang yang tangguh, fokus pada bangsa dan negara, selalu belajar dan *gandrung* pada ilmu, memegang nilai-nilai, mencintai keindahan. Gaya personal Soekarno berkomunikasi, berinteraksi atau berhubungan dengan orang lain yaitu antusias, enerjik, profesional, menyenangkan, berempati tinggi, terbuka, rendah hati, konsisten, keras dalam pendirian, tegas, welas asih, ramah, penuh perhatian, pemaaf, baik hati, membesarkan hati, hangat dan dinamis.

## **Kompetensi, Standard dan Gaya Personal Soekarno      Konsepsi-konsepsi Soekarno**

Soekarno mengeluarkan konsepsi-konsepsi atau ide-ide yang disampaikan pada orang lain terutama rakyat Indonesia dan manusia di seluruh dunia. Soekarno mengeluarkan konsepsi-konsepsi yang banyak dan memberikan kesan yang mendalam dengan cara menamakannya menjadi sebuah istilah dari setiap konsepsi-konsepsi yang ia utarakan, seperti; Pancasila, Berdikari, Nasakom, Nawaksara, Bhineka Tunggal Ika, Manipolusdek, dan lain-lain. Konsepsi-konsepsi Soekarno tersebut dikenal juga dengan istilah ajaran-ajaran Soekarno, istilah ajaran tersebut Soekarno mengambil dari istilah seperti halnya ajaran-ajaran agama.



**Gambar 12. Model Personal Branding Kirasave Agung “Pancakarno” (OPBK-Konsepsi). Sumber : Dokumentasi Peneliti, dibuat tanggal 17 Oktober 2013**

#### D. KESIMPULAN

Soekarno membangun *personal branding* dengan menggunakan lima pedoman yang kami sebut dengan istilah “PANCAKARNO” (OPBK-Konsepsi) yaitu (1) *Objective* atau Tujuan Hidup, Soekarno memiliki tujuan hidup yang jelas “*Dedication Of Life*” yaitu mengabdikan kepada TUHAN dan sesama manusia serta seluruh makhluk dan alam ciptaan Allah SWT. (2) *Positioning* Soekarno, Soekarno memposisikan dirinya sebagai seorang nasionalis, agamis, sosialis dan demokrat yang mencerminkan bentuk keberagaman masyarakat Indonesia semua ada dalam diri Soekarno. (3) *Brand Attribute* Soekarno yaitu Peci, *Uniform*, Tongkat Komando, Kacamata, Keris dan Pedang, dan kendaraan yang digunakannya. (4) Kompetensi, Standar dan Gaya Personal Soekarno. Kompetensi sebagai pemimpin atau bapak bangsa, orator, revolusioner, konseptor, arsitek, ayah yang baik dan suami yang perhatian. Standar Soekarno adalah melakukan yang terbaik dalam segala hal. Gaya personal dalam berkomunikasi antusias, enerjik, profesional, menyenangkan, berempati tinggi, terbuka, rendah hati, konsisten, keras dalam pendirian, tegas, welas asih, ramah, penuh perhatian, pemaaf, baik hati, membesarkan hati, hangat dan dinamis. (5) Konsepsi-konsepsi Soekarno adalah ide-ide Soekarno yang dikeluarkan bagi bangsanya maupun bagi dunia internasional, ciri konsepsinya biasanya dibuat sebuah judul yang menggunakan kata singkatan seperti konsepsinya yang terkenal yaitu Pancasila. Berdasarkan wawancara peneliti dengan nara sumber dan kajian pustaka yang penulis dapatkan, penulis memberi kesimpulan bahwa segala pemberitaan maupun cerita tentang Soekarno melalui berbagai

kepuustakaan satu sama lain memiliki pendapat berbeda-beda, termasuk ketika penulis mewawancarai nara sumber Pak Ahadi dan Pak Guruh. Namun dari beberapa versi cerita tentang Soekarno yang berbeda-beda justru semakin membuat *personal branding* Soekarno itu menjadi besar dan akan terus menuai pro dan kontra.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adams, Cindy. 1988. *Bung Karno Penyambung Lidah Rakyat Indonesia*. Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Beattie, Geoffrey. 2003. *Visible Thought, The New Psychology of Body Language*. USA and Canada: Routledge
- Berger, Arthur Asa. 2010. *Pengantar Semiotika*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Hering, Bob. 2012. *Soekarno Arsitek Bangsa*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Kotler, P. & Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Martowidjojo, Mangil. 1999. *Kesaksian Tentang Bung Karno 1945-1967*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- McNally, D. & Speak, Karl D. 2004. *Be Your Own Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Onghokham. 2009. *Sukarno, Orang Kiri, Revolusi & G30S 1965*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rubent, Brent D. 1992. *Communication and Human Behavior*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Salim, Agus. 2001. *TeoridanParadigmaPenelitianSosial*. Yogyakarta: PT. Tiara WacanaYogya.
- Smith, D. Ronald. 2005. *Strategic Planning For Public Relations*. 2nd Edition. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Sobur, Alex. 2004. *SemiotikaKomunikasi*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.
- Soemarjoto, R. 2001. *Bung KarnoSeorangPujanggaBesar*. Jakarta: TokoGunungAgung
- Soetrisno, Mayon. 1981. *Bung KarnoAntaraMitosdanDemitologi*. Jakarta: Taramedia&RestuAgung.
- Sulaksana, Uyung. 2007. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suprpto, Tommy. 2011. *PengantarIlmuKomunikasi*. Jakarta: PT. BukuSeru.
- Tim Nusa Indah. 2001. *Bung Karno, Ilham dari Flores untuk Nusantara*. Flores: Penerbit Nusa Indah.
- Van Leeuwen, T & Jewit, C. 2008. *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage.
- Wijanarko, Bambang. 1998. *Sewindu Dekat Bung Karno*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

### Video

- Mata Najwa. *Tentang Soekarno*. Metro TV. 5 Juni 2013.