
Analisis Strategi Komunikasi *Personal Branding* Bupati Kabupaten Luwu Timur dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat

Heldayanti^{1*}, Tuti Bahfiarti², Yusmanizar³

^{1,2,3}Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Fajar Makassar, Makassar, Indonesia
Email: ¹Heldayanti1012@gmail.com, ²tutibahfiartiunhas@gmail.com, ³ninayusmanizar@unifa.ac.id

Abstract

This study aims to analyze and clearly describe the Personal Branding communication strategy used by the Regent of East Luwu Regency, Budiman in increasing public trust during his leadership period from April 5, 2021 to April 5, 2024. This research was conducted in East Luwu Regency. Data collection was carried out through observation, interviews, documentation and literature review. This research uses a descriptive qualitative approach. In building Personal Branding, a person needs an effective and targeted communication strategy so that the ultimate goal of Personal Branding is in accordance with the desired results. From the research of this study it was found that: The Personal Branding Communication Strategy of the Regent of East Luwu Regency using "Luwu Timur Inspiring" with the main target of the realization of the Regional Government's priority program has increased public trust supported by the results of the East Luwu BPS Survey reaching 87.84 percent with a good category of people Satisfied with Public Services under the leadership of Budiman. Budiman's SWOT includes, Strength: the realization of regional priority programs including One Room One Patient, Green Open Space Development without APBD, Special Financial Assistance (BKK) for 125 Villages, Weakness: Limited authority over regional development. Opportunity: the characteristics of a friendly personality who smiles and cares, and easily mingles in the local community, Threats: Policy changes from the center. Obstacles to the Personal Branding Communication Strategy of the Regent of East Luwu Regency, namely: Time and team limitations and lack of interaction with social media users.

Keywords: *Regent of East Luwu, Communication Strategy, Personal Branding, Public Trust.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguraikan secara jelas mengenai strategi komunikasi Personal Branding yang digunakan oleh Bupati Kabupaten Luwu Timur, Budiman dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat Selama masa kepemimpinannya terhitung sejak Tanggal 5 April Tahun 2021 hingga 5 April 2024. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Luwu Timur. Pengumpulan data dilakukan melalui Observasi, Wawancara, Dokumentasi dan Kajian Pustaka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam membangun Personal Branding seseorang memerlukan strategi komunikasi yang efektif dan tepat sasaran agar tujuan akhir dari Personal Branding tersebut sesuai dengan hasil yang diinginkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Strategi Komunikasi Personal Branding Bupati

Kabupaten Luwu Timur menggunakan “Luwu Timur Inspiring” dengan sasaran utama terealisasinya program prioritas Pemerintah Daerah menunjukkan meningkatkan kepercayaan masyarakat didukung dari Hasil Survei BPS Luwu Timur mencapai 87,84 persen dengan kategori baik masyarakat Puas dengan Pelayanan Publik dibawah pimpinan H. Budiman. SWOT H. Budiman meliputi, (1) Strength: terealisasinya program prioritas daerah meliputi Satu Kamar Satu Pasien, Pembangunan Ruang Terbuka Hijau Tanpa APBD, Bantuan Keuangan Khusus (BKK) bagi 125 Desa; (2) Weakness: Kewenangan yang terbatas terhadap pembangunan daerah; (3) Opportunity: ciri khas kepribadian yang ramah senyum dan kepedulian, serta mudah berbaur dalam masyarakat setempat; (4) Threats : Perubahan kebijakan dari pusat. Hambatan Strategi Komunikasi Personal Branding Bupati Kabupaten Luwu Timur yaitu: Keterbatasan waktu dan Tim serta Interaksi yang kurang dengan pengguna Sosmed.

Kata Kunci: Bupati Luwu Timur, Strategi Komunikasi, Personal Branding, Kepercayaan Masyarakat.

PENDAHULUAN

Dalam sebuah Pemerintahan, khususnya Pemerintah Daerah, dukungan masyarakat hendaknya selalu mendapat perhatian dan selalu diusahakan keberadaannya dalam setiap kesempatan. Tetapi untuk memperoleh kepercayaan masyarakat, seorang Kepala Daerah membutuhkan strategi komunikasi yang efektif, efisien dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengaturan yang disusun untuk mencapai komunikasi yang efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan komunikasi seringkali melibatkan upaya memengaruhi orang lain. Langkah-langkah dalam menerapkan strategi komunikasi meliputi mengenal khalayak, menentukan tujuan komunikasi, menyusun pesan, menetapkan metode dan memilih media yang digunakan. Ruang lingkup strategi komunikasi mencakup tujuan yang jelas, inisiatif dalam memulai komunikasi, konsentrasi yang fokus, fleksibilitas dalam menghadapi hambatan, kepemimpinan yang berkomitmen dan mengkoordinasi, kejujuran dalam menyusun strategi, dan keamanan dalam menjalankan rencana komunikasi.

Dapat memperoleh kepercayaan masyarakat bagi Kepala Daerah yang terbilang baru memimpin 3 Tahun 3 Bulan tentunya membutuhkan upaya yang lebih keras dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sosoknya. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membangun Personal branding sebagai pemimpin yang amanah atau yang lain sebagainya dihadapan khalayaknya. Personal branding merupakan fenomena yang unik karena pada dasarnya semua orang memiliki ciri khas tersendiri. Untuk mencapai hasil branding yang bertahan dalam jangka yang panjang serta memberikan manfaat yang maksimal maka pembentukan personal branding harus bersumber dari bukti-bukti otentik, nyata dan asli (Haroen, 2014).

Inti dari personal branding adalah upaya untuk membangun identitas seseorang, termasuk mengelola citra dan persepsi publik, di mana tujuan akhir personal branding adalah kepercayaan orang. Jika orang sudah percaya pada kemampuan seseorang yang dicitrakan maka dia akan memilih orang tersebut untuk menjadi wakil mereka (Novianto et al., 2018).

Pembentukan personal branding harus didasari pada kenyataan dalam kehidupan dengan berbagai aktivitas positif yang dapat memperkuat pembentukan personal branding, karena pencitraan berdasarkan hasil polesan semata tidak akan mampu membentuk ataupun menciptakan personal branding yang kuat karena personal branding bukanlah proses yang instant dan mudah dilakukan tanpa strategi yang efektif dan tepat sasaran.

Diawal masa jabatannya, H. Budiman bukanlah sosok yang dikenal oleh masyarakat umum di Kabupaten Luwu Timur, sehingga diperlukan peran personal branding agar dirinya dikenal lebih dekat oleh masyarakat sebagai pemimpin yang sesuai dengan personal branding yang diinginkan di masa pemerintahannya dengan menggunakan pelbagai strategi komunikasi yang efektif dan efisien. Melalui obesrvasi yang dilakukan peneliti, pada kepemimpinannya, H. Budiman fokus pada pelbagai program prioritas pemerintah daerah kabupaten Luwu Timur. Sehingga Penelitain ini dipandang sangat perlu dilakukan guna untuk menganalisis dan menguraikan bagaimana strategi komunikasi personal branding yang dilakukan melalui pelbagai capaian program prioritas pengembangan daerah yang dilakukan H. Budiman dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sosoknya dalam memimpin daerah kearah yang lebih baik ke depan sesuai dengan visi misinya “Luwu Timur Berkelanjutan, Lebih Maju Berlandas Nilai Agama dan Budaya”. Berikut 15 program prioritas yang terus berupaya direalisasikan dalam membangun Luwu Timur atau yang biasa dijuluki Bumi Batara Guru.

Pemerintah daerah dibawah kepemimpinan H. Budiman telah menetapkan, enam tujuan, 11 sasaran dan 23 indikator serta 15 program prioritas yang terangkum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Luwu Timur Tahun 2021-2026. Berikut ini dirincikan berdasarkan data terbaru yang diperoleh dari Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bapelitbangda) Kabupaten Luwu Timur (2024) meliputi; Program bantuan beasiswa bagi mahasiswa berprestasi dan kurang mampu telah terealisasi sebanyak 635 Beasiswa untuk Mahasiswa Kurang Mampu dan 5.637 Mahasiswa Berprestasi, serta 24 orang penerima Bantuan Penyelesaian Studi Jenjang S2/S3 dengan total realisasi anggaran mencapai 24,8 Miliar lebih.

Kemudian Bantuan Keuangan Khusus (BKK) 1 miliar 1 desa telah mendorong berkembangnya kemandirian desa, hingga tahun ini Kabupaten Luwu Timur tidak lagi memiliki desa kategori tertinggal. Dari total 125 desa telah terealisasi anggaran tahun 2022 sebesar 119 Miliar lebih. Selanjutnya pada sektor kesehatan pemerintah daerah juga akan membangun dua rumah sakit yakni RS Malili dan RS Towuti. Pada tahun 2022 telah dilaksanakan Penyusunan Masterplan, Feasibility Study dan Detail Engineering Design (DED) Pembangunan Rumah Sakit Towuti dengan total realisasi anggaran sebesar Rp. 1,2 miliar lebih dan tahun 2023 ini, telah dipersiapkan anggaran kurang lebih 15 miliar untuk pembangunan RS Malili.

Untuk jaminan kesehatan masyarakat, Pemerintah Daerah terus berkomitmen bersama BPJS Kesehatan melalui program Universal Health Coverage (UHC) dengan jumlah kepesertaan 125.720 Jiwa dengan total realisasi anggaran sebesar Rp. 106 miliar lebih. Atas komitmen tersebut Pemerintah Kabupaten Luwu Timur kembali meraih penghargaan UHC Award yang kedua kalinya. Dari sisi pelayanan RSUD Lagaligo, telah terealisasi pelayanan satu kamar satu pasien sebanyak 32 unit dan pengantaran pasien pasca rawat inap dengan realisasi hingga Maret 2023 sebanyak 1.095 kali pengantaran.

Sektor keagamaan, pemerintah daerah juga terus berkomitmen memberikan bantuan hibah bagi pembangunan maupun renovasi rumah ibadah. Hingga saat ini jumlah bantuan mencapai 132 rumah ibadah dengan realisasi anggaran mencapai 20 Miliar lebih. begitu pula dengan pembangunan Islamic Center, di mana pada tahun 2022 telah dimulai pembangunan Tahap I dengan total realisasi anggaran sebesar Rp. 9 Miliar lebih.

Dari sisi infrastruktur, dalam kurun waktu tahun 2021 dan 2022 telah terealisasi Pembangunan Jalan sepanjang 17,50 Km Jalan Aspal, 10,94 Km Jalan Beton, 104,76 Km Jalan Kerikil/Tanah dan 43,04 km Jalan Lingkungan dengan total realisasi anggaran sebesar Rp. 148 miliar lebih, sementara Pemeliharaan/Rehabilitasi Jalan terealisasi sepanjang 10,63 Km dengan total realisasi anggaran sebesar Rp. 3 miliar lebih.

Capaian dalam penyelenggaraan Pemerintahan tercermin pula dari beberapa penghargaan yang diterima dalam bentuk prestasi, baik di tingkat Provinsi maupun Nasional diantaranya adalah Penghargaan Kabupaten/Kota Sehat Kategori Swasti Saba Wistara oleh Kementerian Dalam Negeri RI, Penghargaan Kabupaten Peduli HAM yang Ke-5 (2017, 2018, 2019, 2020 & 2022) dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, Penghargaan Anugerah Parahita Ekapraya (APE) Kategori Utama dan Kabupaten/Kota Layak Anak (KLA) Tingkat Pratama Tahun 2022 dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA) RI, Penghargaan ADIPURA Tahun 2022 Kategori Kota Kecil dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, Penghargaan Smart Living (Program Smart City) dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, Penghargaan Pinsi Sultan Award 2021 sebagai Kabupaten Pelopor Inovasi.

Sektor Perindustrian dari Provinsi Sulawesi Selatan, Penghargaan Anugerah Keterbukaan Informasi Publik 2022 dan Anugerah Keterbukaan Informasi Publik 2023 dengan Predikat “Kabupaten Informatif” oleh Komisi Informasi Provinsi Sulawesi Selatan yang merupakan satu-satunya kabupaten/kota peraih penghargaan tersebut dengan indeks keterbukaan publik 93,84, Penghargaan Anugerah Desa Wisata Indonesia ADWI 2022, Juara II kategori Pengelola Kelembagaan untuk Desa Wisata Matano Iniaku, Penghargaan 5 terbaik Proyek Investasi “Rumput Laut Terpadu” yang diselenggarakan oleh perwakilan Bank Indonesia dan Prov. Sulawesi Selatan, Penghargaan Instalasi Farmasi Terbaik Tingkat Provinsi Sulawesi Selatan, Penghargaan Bina Keluarga Remaja (BKR) Percontohan Terbaik Provinsi Sulawesi Selatan. BKR Pertiwi Kabupaten Luwu Timur, Penghargaan Pengelolaan Gudang Alokasi OPD KB terbaik II Provinsi Sulawesi Selatan.

Pelbagai capaian program prioritas dan penghargaan yang didapatkan tersebut, tentunya dalam proses personal branding yang dilakukan menggunakan media untuk mempublikasikan informasi mengenai pemerintah daerah kepada masyarakat. Sarana publikasi yang digunakan adalah media pemerintah daerah yang dikelola secara langsung oleh Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Luwu Timur. Adapun bentuk-bentuk publikasi yang digunakan ialah melalui pemberitaan tertulis secara online maupun pemberitaan yang dikemas dalam bentuk audio visual. Selain media yang dikelola Diskominfo, publikasi mengenai pemerintah daerah dibawah kepemimpinan Bupati Luwu Timur juga dilakukan melalui 25 media online yang memiliki hubungan kerjasama dengan Diskominfo.

Selain Pelbagai bukti publikasi melalui pemberitaan yang dilakukan oleh Diskominfo sebagai media pemerintah daerah. Salah satu capaian kinerja pemerintah selama masa kepemimpinan H. Budiman sebagai Bupati Luwu Timur, ialah dapat dilihat dari Peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang datanya diperoleh dari Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah (LPPD) yang disusun oleh Bagian Pemeritahan Sekteretariat Daerah Kabupaten Luwu Timur. IPM Kabupaten Luwu Timur Tahun 2023 ditargetkan sebesar 74,10, adapun realisasi kinerja dari target berada pada angka 75,84 dengan capaian kinerja 102,35%. Hal ini menunjukkan adanya keberhasilan pencapaian target dan bahkan melebihi target yang ditetapkan. Capaian IPM Kabupaten Luwu Timur untuk tahun 2023 meningkat 0,43 poin (0,57 persen) dibandingkan dengan IPM Kabupaten Luwu Timur tahun 2022 yang berada pada angka 75,41.

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) merupakan indikator penting untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia di suatu wilayah. IPM menjelaskan bagaimana penduduk dapat mengakses dan berpartisipasi dalam pembangunan yaitu untuk memperoleh akses akan pendapatan, kesehatan, pendidikan, dan sebagainya.

Tabel 1. Realisasi Capaian IOM Pemda Lutim Tahun 2020-2023

Indikator Kinerja	Satuan	Tahun	Realisasi Kinerja	Persentase Capaian Kinerja
Indeks Pembanguna Manusia (IPM)	Nilai	2020	73,22	-
		2021	73,13	-
		2022	75,41	102,18%
		2023	75,84	102,35%

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis akan mengungkapkan permasalahan pada penelitian ini terkait bagaimana Analisis Strategi Komunikasi Personal Branding Bupati Luwu Timur Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di Kabupaten Luwu Timur melalui pelbagai capaian program prioritas selama masa kepemimpinannya. Penelitian ini dianggap oleh peneliti sangat penting dan layak untuk dilakukan penelitian, guna untuk menganalisis secara mendalam bagaimana strategi komunikasi personal branding Bupati Kabupaten Luwu Timur dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat selama masa kepemimpinannya terhitung sejak Tahun 2021 hingga 2024.

METODE

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan strategi inquiry yang menekankan pencairan makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena; fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik; mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara serta disajikan secara naratif.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif, pada prinsipnya ingin menerangkan dan mendeskripsikan secara kritis atau menggambarkan suatu fenomena, suatu kejadian atau suatu peristiwa interaksi sosial dalam masyarakat untuk mencari dan menemukan makna dalam konteks yang sesungguhnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian mengenai Strategi Komunikasi Personal Branding Bupati Luwu Timur Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat yang akan dilakukan di Kabupaten Luwu Timur untuk memudahkan peneliti dalam melakukan proses penelitian seperti observasi dan wawancara dengan informan pada penelitian ini, ialah Bupati Luwu Timur.

Visi Misi Kepala Daerah

Visi RPJMD Kabupaten Luwu Timur 2021-2026 adalah gambaran tentang kondisi yang ingin dicapai pada akhir periode perencanaan. Rumusan visi ini diharapkan berfungsi sebagai “medan magnet” bagi seluruh pemangku kepentingan dalam berkontribusi untuk pembangunan Kabupaten Luwu Timur. Rumusan visi yang bersumber dan dijabarkan dari visi kepala daerah terpilih ini didasarkan pada hasil analisis permasalahan dan isu strategis pembangunan daerah yang tidak hanya memperhatikan kondisi saat ini dan sebelumnya tetapi juga memperhatikan berbagai kecenderungan masa depan. Visi RPJMD Kabupaten Luwu Timur 2021-2026 berdasarkan rumusan visi kepala daerah terpilih adalah:

“Kabupaten Luwu Timur yang Berkelanjutan dan Lebih Maju Berlandaskan Nilai Agama dan Budaya”

Pada rumusan visi ini terkandung sejumlah kata kunci sebagai pokok visi yakni “berkelanjutan”, “lebih maju”, serta “berlandaskan nilai agama dan budaya”. Ketiga pokok visi ini saling terkait sebagai sebuah kesatuan cita-cita pembangunan. Makna atau penjelasan dari setiap pokok visi dapat dilihat pada di bawah ini.

Tabel 2. Penjelasan Visi RPJMD Kabupaten Luwu Timur 2021-2026

Visi	Pokok Visi	Penjelasan Visi
Kabupaten Luwu Timur yang Berkelanjutan dan Lebih Maju Berlandaskan Nilai Agama dan Budaya	Berkelanjutan Lebih maju	<p>Mengandung makna bahwa apa yang dilakukan pada hari ini merupakan bagian dari masa lalu. Demikian juga bahwa apa yang dilakukan di hari esok merupakan kelanjutan dari apa yang dilakukan hari ini. Di dalam proses yang berkelanjutan tersebut dapat diambil pelajaran, bahwa apa yang baik di masa lalu dapat diteruskan ke masa depan. Kemudian apa yang buruk di masa lalu, hendaknya menjadi hikmah untuk perbaikan di masa depan. Begitu pula bahwa dengan berkelanjutan dimaksudkan agar apa yang dilakukan saat ini dan beberapa tahun kedepan, hendaknya mempertimbangkan kepentingan generasi yang akan datang. Salah satu aspek penting dari keberlanjutan adalah ketersediaan sumberdaya alam yang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan generasi saat ini tetapi juga memperhatikan generasi berikutnya. Dengan demikian, penekanan pokok visi ini adalah keberlanjutan sumberdaya alam yang menjadi andalan pembangunan Kabupaten Luwu Timur serta keberlanjutan daya dukung dan daya tampung lingkungan hidup. Selain itu mengandung makna bahwa apa yang akan dilakukan ke depan diupayakan agar hasilnya menjadi lebih baik dari capaian di masa lalu. Capaian-capaian yang menggembirakan di masa lalu, tidak boleh membuat Luwu Timur menjadi lengah, melainkan ini sejatinya menjadi motivasi untuk terus bergerak menjadi lebih baik lagi. Lebih jauh lagi bahwa apa yang masih kurang dan menjadi kelemahan di masa lalu, menjadi pemberi semangat agar di masa depan Luwu Timur berbenah atas kekurangan dan kelemahan tersebut, sehingga dapat berbalik menjadi keunggulan daerah. Aspek penting yang terkandung dalam pokok visi maju adalah kesejahteraan</p>
	Berlandaskan nilai agama dan budaya	<p>Mengandung Makna Bahwa apa yang dilakukan secara berkelanjutan dan semangat untuk lebih maju hanya akan terwujud ketika nilai-nilai agama dan budaya hadir pada setiap langkah-langkah pelaksanaan pembangunan, penyelenggaraan pemerintah, dan pembinaan kemasyarakatan.</p>

Rumusan visi ini memiliki keterkaitan erat dengan visi RPJPD Kabupaten Luwu Timur 2005-2025 yakni “Kabupaten Luwu Timur yang Maju Melalui Pembangunan Berkelanjutan dengan Berlandaskan Nilai Agama dan Budaya”. Selain itu, rumusan visi ini juga memperhatikan visi RPJMD Provinsi Sulawesi Selatan 2018-2023 yakni “Sulawesi Selatan yang Inovatif, Produktif, Kompetitif, Inklusif, dan Berkarakter” dan visi RPJMN 2020-2024 adalah “Terwujudnya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong.

Misi Pembangunan Daerah

Misi dalam RPJMD dimaksudkan sebagai upaya umum yang akan ditempuh dalam mewujudkan visi. Upaya umum tersebut memiliki keterkaitan dengan pokok visi yang hendak dicapai. Rumusan misi ini membantu lebih jelas penggambaran visi yang ingin dicapai dan menguraikan upaya-upaya apa yang harus dilakukan. Olehnya itu, rumusan misi RPJMD dikembangkan dengan memperhatikan faktor-faktor lingkungan strategis, baik eksternal dan internal yang mempengaruhi serta kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang ada dalam pembangunan daerah. Adapun rumusan misi pembangunan Kabupaten Luwu Timur 2021-2026 adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat secara menyeluruh
Dengan misi ini dimaksudkan bahwa dalam kurun waktu 2021-2026 akan dilaksanakan upaya umum terkait peningkatan kualitas kehidupan masyarakat secara utuh. Upaya umum ini terutama berfokus pada perbaikan kesejahteraan masyarakat, baik dalam makna kesejahteraan ekonomi maupun dalam makna kesejahteraan sosial. Selain itu, dalam misi ini juga terkandung upaya umum untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia,
2. Mengembangkan perekonomian daerah yang berdaya saing dan berjangkauan luas
Misi ini dimaksudkan sebagai upaya umum dalam meningkatkan ketahanan perekonomian daerah secara merata serta pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Di dalamnya tercakup upaya umum dalam meningkatkan produktivitas sektorsektor perekonomian unggulan daerah serta hilirisasi atas produk-produk tersebut, dibarengi dengan pengembangan lapangan kerja dan lapangan usaha secara merata pada seluruh wilayah.
3. Menyediakan infrastruktur daerah yang memadai dan lingkungan yang berkualitas
Misi ini dimaksudkan sebagai upaya umum dalam meningkatkan kapasitas dan kualitas infrastruktur daerah, terutama dalam meningkatkan daya guna dan hasil guna infrastruktur daerah. Selain itu, misi ini juga dimaksudkan sebagai upaya dalam menjaga ketahanan lingkungan hidup daerah, khususnya dengan memelihara kualitas lingkungan hidup dan keanekaragaman hayati.
4. Menciptakan pemerintahan dan pelayanan publik
Dengan misi ini dimaksudkan bahwa dalam periode 2021-2026 akan didorong reformasi birokrasi dan perwujudan tata kelola pemerintahan yang bersih dan melayani. Tercakup didalamnya upaya dalam meningkatkan akuntabilitas kinerja dan akuntabilitas keuangan serta upaya dalam meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan public, baik yang merupakan pelayanan dasar berbasis SPM maupun pelayanan publik lainnya.
5. Mewujudkan ketentraman dan ketertiban bagi seluruh warga masyarakat
Misi ini mencakup upaya umum dalam menjamin ketentraman dan ketertiban bagi seluruh warga masyarakat. Dalam misi ini, ketentraman dan ketertiban ditempatkan sebagai prasyarat bagi berlangsungnya upaya pembangunan. Dalam konteks itu,

mewujudkan ketentraman dan ketertiban diarahkan untuk mewujudkan rasa aman dan damai dalam masyarakat.

6. Menjamin keberlangsungan pembangunan yang berbasis pada agama dan Budaya
Misi ini mencakup upaya umum dalam meningkatkan kerukunan antar umat beragama dan kualitas kehidupan beragama serta ketahanan budaya daerah. Di dalam upaya ini, penerapan nilai-nilai agama dan nilai-nilai budaya ditempatkan sebagai landasan dalam penyelenggaraan pembangunan daerah.

Tabel 3. Keterkaitan Pokok Visi dan Misi Serta penjelasan Misi RPJMD Kabupaten Luwu Timur 2021-2026

No	Pokok Visi	Misi	Penjelasan Misi
1.	Berkelanjutan	Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat secara menyeluruh	Dimaksudkan bahwa dalam kurun waktu 2021-2026 akan dilaksanakan upaya umum agar masyarakat Luwu Timur semakin meningkat kesejahteraan dan taraf hidupnya dengan ditandai oleh meningkatnya PDRB per kapita, menurunnya angka pengangguran, menurunnya rasio jumlah penduduk miskin, meningkatnya indeks pendidikan dan kesehatan, serta meningkatnya daya beli masyarakat
		Mengembangkan perekonomian daerah yang berdaya saing dan berjaringan luas	Dimaksudkan sebagai upaya umum agar perekonomian Luwu Timur terus berkembang. Selain itu juga memiliki kapasitas daya saing yang berbasis pada pertanian olahan mendukung hilirisasi yang pada akhirnya meningkatkan nilai tambah, serta menguatkan struktur ekonomi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif. Perekonomian Luwu Timur tersebut diupayakan berkembang dengan rantai pasok yang luas Karena memiliki berbagai jaringan dalam konteks regional, nasional dan global
2.	Lebih Maju	Menciptakan pemerintahan dan pelayanan publik yang lebih baik	Dimaksudkan bahwa dalam periode 2021-2026 tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik di Luwu Timur didorong untuk menciptakan pemerintahan dan pelayanan publik yang lebih baik. Ditanda dengan upaya-upaya untuk terkelolanya pemerintahan daerah yang akuntabel, transparan dan partisipatif, serta pengembangan kerjasama yang fungsional dan

			produktif antara pemerintah kabupaten dan pemerintah desa serta dengan berbagai pihak. Misi ini juga mencakup upaya perluasan jangkauan dan intensitas layanan publik serta meningkatkan pendapatan asli daerah
		Menyediakan infrastruktur daerah yang memadai dan lingkungan yang berkualitas	Dimaksudkan sebagai upaya umum dalam menyediakan infrastruktur wilayah pada berbagai sektor sehingga ketersediaannya lebih memadai dan terakses sampai pada daerah terisolasi. Misi ini juga mencakup upaya dalam menciptakan kondisi lingkungan yang lebih berkualitas dan responsif bencana. Misi ini termanifestasikan dalam bentuk meningkatnya indeks lingkungan hidup, terciptanya kepatuhan multipihak terhadap Rencana Tataruang dan Rencana Wilayah (RTRW), serta peningkatan pada Indeks Kepuasan Masyarakat atas ketersediaan infrastruktur untuk wilayah.
3.	Berlandas Nilai Agama dan Budaya	Mewujudkan ketentraman dan ketertiban bagi seluruh warga masyarakat	Misi ini mencakup upaya umum dalam menjamin ketentraman dan ketertiban bagi seluruh warga masyarakat. Dalam misi ini, ketenteraman dan ketertiban ditempatkan sebagai prasyarat bagi berlangsungnya upaya pembangunan. Dalam konteks itu, mewujudkan ketentraman dan ketertiban bagi seluruh warga masyarakat seperti mata uang dengan dua sisi yang tak terpisahkan dari pelaksanaan pembangunan
		Menjamin keberlangsungan pembangunan yang berbasis pada agama dan budaya	Dimaksudkan agar pelaksanaan pembangunan dapat memberi jaminan terhadap keberlangsungan pembangunan di masa depan. Misi ini mengasumsikan bahwa ketersediaan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia lebih prospektif lagi bagi masa depan Luwu Timur ketika proses atau pelaksanaan pembangunan didasari

			dengan nilai-nilai agama dan budaya. Nilai-nilai agama dan budaya tersebut menjadi sangat penting artinya. Ini telah ditunjukkan oleh sejarah perkembangan Luwu Timur di masa lalu yang masyarakatnya hidup dan berkembang dengan keberagaman yang kuat serta penghayatan dan praktik budaya yang tinggi. Nilai-nilai agama dan budaya ini juga relevan dalam konteks keberlanjutan pembangunan, karena dari keduanya para penyelenggara pembangunan dapat termotivasi untuk mengendalikan diri terhadap berbagai kemungkinan rusaknya tatanan keluarga, masyarakat, dan lingkungan fisik manusia.
--	--	--	--

KESIMPULAN

1. Strategi Komunikasi Personal Branding Bupati Kabupaten Luwu Timur Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. Dari penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa Bupati Luwu Timur, Drs. H. Budiman menggunakan “Luwu Timur Inspiring” adalah sebuah strategi yang lebih memfokuskan pada kesadaran masyarakat peduli daerah dan keberlanjutan pembangunan untuk kepala daerah selanjutnya di masa mendatang. Dengan strategi komunikasi yaitu pemanfaatan media sosial digital berbasis internet seperti pembuatan akun @instagram, akun @Tiktok, yang bekerja sama dengan DISKOMINFO Luwu Timur.
2. Analisis SWOT Strategi Komunikasi Personal Branding Bupati Kabupaten Luwu Timur Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. Dari penelitian ini, penulis menyimpulkan hasil analisa SWOT terkait personal branding Bupati Luwu Timur sebagai berikut: Strength: Dengan terealisasinya program prioritas daerah (RRI 1 kamar 1 pasien), dan keterlibatan pada kegiatan masyarakat, Weakness: Kewenangan yang terbatas terhadap pembangunan daerah, dan Tuntutan akan kebersamaan selalu berada di tengah-tengah masyarakat akibat keterbatasan waktu, Opportunity: Pengakuan kepuasan masyarakat berdasarkan survei BPS Kabupaten Luwu Timur, dan ciri khas kepribadian yang ramah senyum dan kepedulian, serta mudah berbaur dalam masyarakat setempat, Threats : Perubahan kebijakan dari pusat, dan Pertumbuhan laju ekonomi sektor pertambangan yang sewaktu-waktu berubah.
3. Hambatan Strategi Komunikasi Personal Branding Bupati Kabupaten Luwu Timur. Adapun yang menjadi hambatan strategi komunikasi personal branding yang dimaksud adalah Keterbatasan waktu, Persaingan yang ketat, Keterbatasan Tim, Interaksi yang kurang dengan pengguna, Jaringan yang belum kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris, H., Yusmanizar, Y., & Fitriana, F. (2023). The Influence of Leadership and Communication of Srikandi Celebes Agency Leaders on the Level of Life Insurance Sales in Makassar City. *Journal of Management and Administration Provision*, 3(3),

105-114.

- Anshori, I., Yusmanizar, Y., & Fitriana, F. (2023). Instagram Account Management Strategy in Information Dissemination. *Journal of Management and Administration Provision*, 3(3), 115-127.
- Ayuningar Lintang, Endang Martini. (2022). *Praktik Personal Branding*. Kota Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Cardona, David. (2020). *Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- Farid, Muhammad dan Andi Surahmi. 2018. *Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang*. 8 : 1-8
- Fatma, Diah dan Aulia Rahman. 2017. *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subag Menyosialisasikan Gerakan Pembangunan Rakyat Insfrastruktur Berkelanjutan*. 146 : 136 -146
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Sinar Grafika Offset
- Hanani, Dr. Silfia. (2017). *Komunikasi Antarpribadi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hermanto, Bambang dan Najmuddin Rasul. 2023. *Personal Branding Airlangga Hartanto Dalam Membangun Elektabilitas sebagai calon presiden*. 12 : 1-12
- Miftah M. 2008. *Strategi Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran*. 11 :1-11
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., ... & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*.
- Prihantoro, Edy dan Risky Wulan Ramadhan. 2020. *Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro Dalam Menerapkan Nawacita dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan*. 129 : 117-120
- Ramadhan, Galih Akbar dan Ana Fitriana. 2022. *Pengaruh Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Dalam Membangun Personal Branding di Social Media Instagram dan Tiktok*. 9 : 1-9
- Silviani, Irene Dr. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka
- Srihasnita, Rita dan Dharmasetiawan. 2018. *Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri*. 7 : 1-7
- Sofyan, A. N. I., Yusmanizar, Y., & Sukmarini, A. V. (2024). News Editorial Strategy from Social Media as Online Media. *Journal La Bisecoman*, 5(2), 151-156.
- Suhada, Irwan. (2016). *Komunikasi Organisasi: Strategi dan Kompetensi*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Syahrial, Surya Muhammad, Erman Anom. (2023). *Pemahaman dan Strategi Komunikasi Politik*. Jakarta : Kencana.

- Triyono, Agus. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani
- Utama, Dio Alif. 2018. *Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Palembang*. 115 : 1-115
- Yusmanizar, Y., Haning, T., Unde, A., & Yunus, M. (2020). Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar. *Jurnalisa*, 6(2), 200-215.
- Yusmanizar, Y., Djalil, N. A., Yulhaidir, Y., & Alyas, A. (2023). Developing e-government policy through social media platform in Makassar city, Indonesia. *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 13(3), 454-468.
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana