

PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO MENJELANG PILPRES

2024

(Analisis isi akun Instagram @ganjar_pranowo periode 21 April – 31 Mei 2023)

SKRIPSI



Oleh:

NEEFERTITI YULIA CAKTI
NPM. 1643919166

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2023**

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Neefertiti Yulia Cakti
NIM : 1643010166
Fakultas /Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Personal Branding Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024 (Analisis Isi Akun Instagram @ganjar_pranowo Periode 21 April – 31 Mei 2023)
Tesis/Desertasi : -

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun diinstitusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 10 Juli 2023

Yang Menyatakan



(Neefertiti Yulia Cakti)

PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO MENJELANG PILPRES

2024

(Analisis isi akun Instagram @ganjar_pranowo periode 21 April – 31 Mei 2023)

SKRIPSI



Oleh:

NEEFERTITI YULIA CAKTI
NPM. 1643919166

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2023

PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO MENJELANG PILPRES

2024

(Analisis isi akun Instagram @ganjar_pranowo periode 21 April – 31 Mei 2023)

SKRIPSI



Oleh:

NEEFERTITI YULIA CAKTI

NPM. 1643919166

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2023

**PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO
MENJELANG PILPRES 2024**

(Analisis isi akun Instagram @ganjar_pranowo periode 21 April - 31 Mei 2023)

Disusun oleh:

NEEFERTITI YULIA CAKTI
NPM. 1643010166


**Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi
Menyetujui,**

PEMBIMBING


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 1968041820212110061

Mengetahui,

DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO

MENJELANG PILPRES 2024

(Analisis isi akun Instagram @ganjar_pranowo periode 21 April - 31 Mei 2023)

Oleh:

NEEFERTITI YULIA CAKTI

NPM. 1643010166

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 10 Juli 2023**

Pembimbing

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

Tim Penguji,

1. Ketua

Syifa Syarifah A., S.Sos, M.Commun
NPT.384031002991

2. Sekretaris

Herlina Suksmawati, Dra. M.Si
NIP. 196412251993092001

3. Anggota

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

Mengetahui
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

ABSTRAK

***PERSONAL BRANDING* GANJAR PRANOWO MENJELANG PILPRES 2024**

(Analisis isi akun Instagram @ganjar_pranowo periode 21 April – 31 Mei 2023)

NEEFERTITI YULIA CAKTI

NPM. 1643919166

Dinamika komunikasi politik di Indonesia sendiri dengan hadirnya media sosial menunjukkan perkembangan yang signifikan. Indikasinya terlihat pada perkembangan aktifitas komunikasi politik dalam kampanye pemilihan umum (Pemilu) di media sosial. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *impression management* Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 melalui media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi kualitatif dengan teknis analisis data melalui pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan verifikasi dan penarikan kesimpulan, selain itu teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan fokus teori 8 konsep *personal branding* yang disampaikan oleh Peter Montoya yaitu aspek spesialisasi, aspek kepemimpinan, aspek kepribadian, aspek perbedaan, aspek terlihat, aspek kesatuan, aspek keteguhan dan aspek nama baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dasarnya akun Instagram @ganjar_pranowo telah memenuhi 8 konsep *personal branding* yang disampaikan oleh Peter Montoya

Kata Kunci: Instagram, personal branding, pilpres

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, atas berkat dan tuntunannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“*Impression Management* Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024 Melalui Media Sosial Instagram”**. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan. Pada penelitian ini tidak lepas dari arahan dan bimbingan dari Dr. Catur Suratnoaji, M.Si dengan segala perhatian dan kesabaran dalam membimbing peneliti. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat mengerjakan skripsi pada Program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi, S.Sos, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

5. Keluarga peneliti khususnya orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan agar peneliti tetap melakukan tanggung jawab menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman-teman angkatan 2016 Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat serta memotivasi penulis.

Surabaya, 5 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat Akademis	13
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	13
1.4.3. Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
2.2. Landasan Teori.....	20
2.2.1. Komunikasi Politik	20
2.2.2. <i>Public Relations</i> (PR) Politik	24
2.2.3. Pejabat Publik	26
2.2.4. Media Sosial	29
2.2.5. Analisis Isi Media Sosial.....	37
2.2.6. Teori <i>Personal Branding</i>	43
2.3. Kerangka Berpikir	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Jenis Penelitian.....	50
3.2. Metode Penelitian.....	51
3.3. Fokus Penelitian	52

3.4. Unit Analisis	52
3.5. Subjek dan Objek Penelitian	53
3.6. Definisi Konseptual	53
3.6.1. <i>Personal Branding</i>	54
3.6.2. Pejabat Publik	55
3.6.3. Media Sosial Instagram.....	56
3.7. Corpus Penelitian	57
3.8. Jenis Sumber Data	58
3.9. Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.10. Teknik Analisis Data	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Penelitian	62
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @ganjar_pranowo	62
4.2 Penyajian Data.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	17
Tabel 4.1 Unggahan Konsep Spesialisasi	65
Tabel 4.2 Unggahan Konsep Kepemimpinan.....	67
Tabel 4.3 Unggahan Konsep Kepribadian	69
Tabel 4.4 Unggahan Konsep Perbedaan	71
Tabel 4.5 Unggahan Konsep Terlihat	72
Tabel 4.6 Unggahan Konsep Kesatuan	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil akun Instagram @ganjar_pranowo	7
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial.....	10
Gambar 1.3 Data Pengguna Instagram	11
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	48
Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model)	60
Gambar 4.1 Profil Instagram Ganjar Pranowo	63
Gambar 4.2 Postingan Instagram @ganjar_pranowo	77
Gambar 4.3 Komentar Postingan Instagram @ganjar_pranowo.....	88