

**PERSONAL BRANDING AKUN INSTAGRAM @GIRING PASCA
DEKLARASI CALON PRESIDEN TAHUN 2024**

SKRIPSI



OLEH:

BUNGA GRISELDA WIBOWO

NPM : 1543010003

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWATIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**Personal Branding Akun Instagram @giring Pasca Deklarasi
Calon Presiden 2024**

Disusun Oleh

Bunga Griselda Wibowo
1543010003

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Drs. SAIFFUDIN ZUHRI, M.Si

NIP. 1970 0612 2021 21 1002

Mengetahui,

DEKAN FISIP



DR. DRs. EC. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA

NPT. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

PERSONAL BRANDING PADA AKUN INSTAGRAM @GIRING PASCA DEKLARASI
CALON PRESIDEN TAHUN 2024

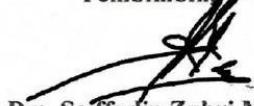
Oleh

Bunga Griselda Wibowo

1543010003

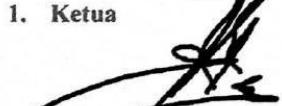
Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Pengaji Skripsi Jurusan
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional " Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 22 Juli 2022

Pembimbing


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 1970 0612 2021 21 1002

Tim Pengaji

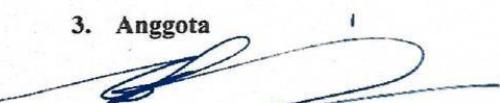
1. Ketua


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 1970 0612 2021 21 1002

2. Sekretaris


Aulia Rahmawati, S.Sos, M.Si, PhD
NPT. 382070602161

3. Anggota


Ir. Didick Tranggono, M.Si
NIP. 1958 1225 1990 00 1001

Mengetahui,


DR. DR. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA
NIP. 1959 01 1987 03 1001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Bunga Griselda Wibowo
: 1543010003

Fakultas Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Komunikasi Judul Skripsi/Tugas Akhir/

Tesis/Desertasi Personal Branding Pada Akun Instagram @giring Pasca Deklarasi Calon Presiden Tahun 2024

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 di institusi 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 menenma konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 26 Juli 2022

Yang Menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkatnya, maka Skripsi yang berjudul “*Personal Branding Akun Instagram @giring Pasca Deklarasi Calon Presiden Republik Indonesia Tahun 2024*” bisa penulis diselesaikan. skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di jurusan ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dari berbagai pihak. Penulis berterima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS,CHRA

Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. DR.Yuli Candrasari, S.Sos, M.Si

Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Drs. Saiffudin Zuhri,M.Si

Selaku Dosen Pembimbing skripsi saya. Terima Kasih atas waktu
dan bimbingan yang telah bapak berikan.

4. Kepada Dosen Prodi Ilmu Komunikasi dan Staff TU

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

5. Kedua Orang tua, Kakak serta keluarga penulis yang selalu memberikandoa dan semangatnya agar penulis cepat menyelesaikan laporannya.
6. Teman-teman Sobat Perjuangan, teman-teman Hura Management dan teman-teman Life Consultant yang selalu memberikan waktu, semangat dan doa untuk kelancaran penulis
7. Seluruh sahabat dan teman-teman penulis yang selalu memberikan doa, bantuan serta semangatnya agar penulis cepat menyelesaikan skripsi ini.

Demikian kata pengantar dari penulis, semoga dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan pembaca seluruhnya.

Surabaya, 23 Januari 2022

Penyusun,

Bunga Griselda Wibowo

NPM. 1543010003

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.4.3 Kegunaan Akademis.....	7
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Personal Branding	10
2.2.1 Definisi Personal Branding.....	10
2.2.2 Elemen Personal Branding	11
2.2.3 Delapan Konsep Dalam Personal Branding (<i>The Eight Laws of Personal Branding</i>)	12
2.3 Tinjauan Tentang Calon Presiden	16
2.3.1 Pengertian Calon Presiden.....	16
2.3.2 Pengertian Calon Presiden Ideal.....	18
2.3.3 Tinjauan Tentang Pilpres (Pemilihan Presiden)	19
2.4 Media Baru (<i>New Media</i>).....	21

2.4.1 Pengertian Media Baru	21
2.4.2 Fungsi Media Baru	22
2.4.3 Jenis Media Baru	23
2.4.4 Dampak Media Baru.....	24
2.5 Media Sosial.....	24
2.5.1 Definisi Media Sosial	24
2.5.2 Manfaat Media Sosial.....	25
2.5.3 Instagram.....	26
2.6 Kerangka Berpikir	27
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Unit dan Level Analisis	33
3.4 Definisi konseptual.....	33
3.4.1 Personal Branding.....	34
3.4.2 Calon Presiden.....	34
3.4.3 Media Sosial	34
3.5 Corpus	35
3.6 Sumber data.....	35
3.6.1 Data Primer.....	35
3.6.2. Data Sekunder	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
BAB 4	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	39
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Penyajian Data	40
4.2.2 Analisis 8 Personal Branding pada Postingan	41
4.2.3 Analisis 8 Personal Branding pada Caption	75

4.2.4 Analisis Komentar pada Postingan.....	114
4.3 Pembahasan Personal Branding pada Postingan	128
4.3.3 Pembahasan Personal Branding Kepribadian pada Postingan.....	131
4.3.4 Pembahasan Personal Branding Perbedaan pada Postingan.....	132
4.3.5 Pembahasan Personal Branding Terlihat pada Postingan	132
4.3.6 Pembahasan Personal Branding Kesatuan pada Postingan	133
4.3.7 Pembahasan Personal Branding Keteguhan pada Postingan.....	134
4.3.8 Pembahasan Personal Branding Maksud baik pada Postingan	135
4.4 Pembahasan Personal Branding pada Caption	136
4.5 Pembahasan Komentar Personal Branding	143
BAB V	150
KESIMPULAN DAN SARAN	150
5.1 Kesimpulan.....	150
5.2 Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN	156
LAMPIRAN 2	168

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2.2. 1	42
Tabel 4.2.2. 2	45
Tabel 4.2.2. 3	48
Tabel 4.2.2. 4	51
Tabel 4.2.2. 5	53
Tabel 4.2.2. 6	66
Tabel 4.2.2. 7	70
Tabel 4.2.2. 8	72
Tabel 4.2.3. 1	77
Tabel 4.2.3. 2	79
Tabel 4.2.3. 3	83
Tabel 4.2.3. 4	85
Tabel 4.2.3. 5	87
Tabel 4.2.3. 6	104
Tabel 4.2.3. 7	109
Tabel 4.2.3. 8	111
Tabel 4.2.4.1. 1	115
Tabel 4.2.4.1. 2	115
Tabel 4.2.4.2. 1	116
Tabel 4.2.4.2. 2	117
Tabel 4.2.4.3. 1	118
Tabel 4.2.4.3. 2	119
Tabel 4.2.4.4. 1	120
Tabel 4.2.4.4. 2	120
Tabel 4.2.4.5. 1	121
Tabel 4.2.4.5. 2	122
Tabel 4.2.4.6. 1	123
Tabel 4.2.4.6. 2	124
Tabel 4.2.4.7. 1	125
Tabel 4.2.4.8. 1	127
Tabel 4.2.4.8. 2	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1(sumber: wearesocial.com).....	2
Gambar 1. 2.....	5
Gambar 1. 3.....	5
Gambar 2. 1 Diagram Kerangka Berfikir.....	28