

**STRATEGI PERSONAL BRANDING WAKIL WALIKOTA
SURABAYA MELALUI AKUN INSTAGRAM @cakj1**

SKRIPSI



Oleh :

NANDA ALYA KARLINA AMINI

18043010192

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PERSONAL BRANDING WAKIL WALIKOTA
SURABAYA MELALUI AKUN INSTAGRAM @cakjl**

Nama : Nanda Alya Karlina Amini

NPM : 18043010192

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

PEMBIMBING



Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos., M.I.Kom

NIP. 197602082021211003

DEKAN



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP.196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI PERSONAL BRANDING WAKIL WALIKOTA SURABAYA
MELALUI AKUN INSTAGRAM @cakjl**

Oleh :

NANDA ALYA KARLINA AMINI

**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 28 Mei 2024**

Pembimbing

Tim Penguji


Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos, M.I.Kom

NIP. 197602082021211003

1. Ketua


Dr. Yuli Candrasari, M.Si

NIP. 197107302021212003

2. Sekretaris


Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom

NIP. 197602082021211003

3. Anggota


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si

NIP. 197006122021211002

Mengetahui,
**DEKAN FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**


Dr. Catur Suratnoaji, M. Si.

NIP. 196804182021211006



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nanda Alya Karlina Amini
NPM : 18043010192
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / FISIP
Judul : **STRATEGI PERSONAL BRANDING WAKIL WALIKOTA
SURABAYA MELALUI AKUN INSTAGRAM @cakji**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan adalah karya asli saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik, baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di Institusi Universitas lainnya.
2. Hasil karya saya merupakan sebuah gagasan, rumusan, dan hasil dari pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya saya asli saya atau merupakan hasil plagiarism hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 20 Maret 2024



Nanda Alya Karlina

18043010192

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PERSONAL BRANDING WAKIL WALIKOTA SURABAYA MELALUI AKUN INSTAGRAM @cakj1”**. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jatim.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:.

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan memberikan kritik, saran, serta ilmu kepada penulis hingga penyusunan skripsi ini selesai
4. Dosen wali saya, Ibu Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom yang telah memberikan saran, motivasi, serta bimbingan selama masa perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur

5. Terimakasih yang pertama, paling penting dan paling utama adalah terimakasih untuk diriku sendiri yang sudah kuat berjuang dan bertahan sejauh ini. Memilih tidak menyerah walaupun ingin dan kebanyakan healing. Aku keren! Aku sayang aku!!
6. Papa dan Mama tercinta (Trihono Sofyan Hadi dan Ika Diah Soekawatie) serta kakak penulis, Dika Fausia atas segala doa, dukungan, dan motivasi yang tiada hentinya diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini selesai.
7. Kepada human diaryku tempatku sambat, Vanya dan Farchan. Makasi ya udah mau nemenin aku sedih dan nangis-nangis gajelas.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Dosen Program Studi S1 Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama penulis menempuh masa studi dari awal perkuliahan hingga saat ini.
9. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih untuk segala doa dan bantuan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan bagi penulis. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Surabaya, 21 April 2023

Nanda Alya k.A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB 2	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 <i>Strategi</i>	18
2.2.1.1 Pendekatan Strategi Komunikasi Politik	18
2.2.2 Personal Branding.....	22
2.2.2.1 Makna Personal Branding	22
2.2.2.2 Delapan Konsep Dalam Personal Branding (<i>The Eight Laws of Personal Branding</i>).....	23
2.2.2.3 Elemen <i>Brand</i>	26
2.2.3 Media Sosial Instagram.....	30
2.2.4 Hubungan <i>Brand, Prsonal Branding</i> dan Citra	30
2.2.5 Analisis Isi	33
2.2.5.1 Teknik Analisis Isi	34

2.3 Kerangka Berpikir.....	38
BAB 3	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Corpus Penelitian.....	41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	41
3.3.1 Subjek Penelitian	41
3.3.2 Objek Penelitian.....	41
3.4 Definisi Konseptual.....	42
3.4.1 Personal Branding pada Akun Instagram @cakj1	42
3.4.2 Analisis Isi	44
3.5 Jenis Sumber Data.....	44
3.5.1 Sumber Primer	44
3.5.2 Sumber Sekunder	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
BAB 4	48
HASIL & PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Penyajian Data.....	49
4.2.1.2 Penyajian Data Unggahan Caption.....	50
4.3 Analisis Personal Branding pada Unggahan Foto & Video.....	51
4.3.1 Analisis Personal Branding CakJi dalam Unggahan kategorisasi politikus pada Foto/Video.....	51
4.3.2 Analisis Personal Branding Kepedulian Sosial (<i>Social Concern</i>) pada Foto/Video.....	59

4.3.3 Analisis Personal Branding CakJi ketika <i>leisure time</i> pada Foto/Video.....	66
4.3.4 Analisis data Personal Branding CakJi sebagai kepala keluarga(<i>Family man</i>) Foto/Video.....	69
4.3.5 Analisi Personal Branding CakJi sebagai pemimpin yg edukasi & motivasi	70
4.3.6 Analisis data Personal Branding kriteria konten Teknik Lingkungan pada Foto/Video.....	73
4.4 Analisis Personal Branding Cak Ji pada Captioonn.....	79
4.4.1 Analisis Personal Branding Unggahan Politikus.....	79
4.4.2 Analisis Personal Branding Social Concern.....	84
4.4.3 Analisis Personal Branding <i>leisure time</i>	90
4.4.4 Analisis data Personal Branding Family man	91
4.4.5 Analisis Personal Branding Teknik lingkungan	95
4.5 Pembahasan.....	102
4.5.1 Kehadiran Medsos t’lah mengubah cara politik berkomunikasi.....	102
4.5.2 Mengapa pemilihan konten <i>politikus</i> muncul terbanyak?	103
4.5.3 Pembentukan Personal Branding yang dominan.....	104
BAB 5.....	117
KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.3.1	54
Tabel 4.3.2	59
Tabel 4.3.3	61
Tabel 4.3.4	68
Tabel 4.3.5	69
Tabel 4.3.6	77
Tabel 4.3.7	80
Tabel 4.3.8	81
Tabel 4.4.1	84
Tabel 4.4.2	88
Tabel 4.4.3	90
Tabel 4.4.4	96
Tabel 4.4.5	97
Tabel 4.4.6	105
Tabel 4.4.7	108
Tabel 4.4.8	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laman Instagram Ir.H. Armuji. M.H.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	39

ABSTRACT

Personal branding is gaining prominence in the field of marketing these days. This strategy is commonly used by many experts in various sectors to gain an advantage and influence how others perceive them. Politicians often use social media as a tool to build their personal image and facilitate political communication with the public. Through personal branding on these platforms, they can shape public opinion about themselves and find it easier to communicate about political issues. Furthermore, the practicality and speed of using social media are factors that make people increasingly dependent on these platforms. The ease of using Instagram has made Cak Ji, the Deputy Mayor of Surabaya who is in charge of governance, frequently active on the platform. Every day, he consistently captures moments in his life using photos and then shares them through his personal account on Instagram. The researcher tried to analyze the content of photos and videos uploaded by him on his Instagram account from February 26, 2021 to February 26, 2022. This research applies the concept of personal branding with a focus on the application of The Eight Law Of Personal Branding compiled by Peter Montoya. The research method used is a qualitative method with a descriptive qualitative approach.

Keywords: *Personal Branding, Leader, Social Media*

ABSTRAK

Personal branding semakin terkenal di bidang pemasaran belakangan ini. Strategi ini umum digunakan oleh banyak ahli di berbagai sektor untuk meraih keuntungan dan mempengaruhi pandangan orang lain terhadap mereka. Politisi sering menggunakan media sosial sebagai alat untuk membangun citra pribadi mereka dan memfasilitasi komunikasi politik dengan masyarakat. Melalui *personal branding* di platform ini, mereka dapat membentuk opini publik tentang diri mereka dan memperoleh kemudahan dalam berkomunikasi mengenai isu-isu politik. Lalu, kepraktisan dan kecepatan dalam menggunakan media sosial adalah faktor yang membuat manusia semakin tergantung pada platform tersebut. Kemudahan dalam menggunakan media sosial Instagram telah membuat Cak Ji, Wakil Walikota Surabaya yang bertanggung jawab atas pemerintahan, sering beraktivitas di platform tersebut. Setiap hari, ia dengan konsisten mengabadikan momen dalam kehidupannya dengan menggunakan foto untuk kemudian membagikannya lewat akun pribadinya di Instagram.. Peneliti berusaha menganalisis isi dari foto dan video yang diupload oleh beliau pada akun Instagramnya sejak tanggal 26 Februari 2021 hingga 26 Februari 2022. Penelitian ini mengaplikasikan konsep *personal branding* dengan fokus pada penerapan *The Eight Law Of Personal Branding* yang disusun oleh Peter Montoya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Pemimpin dan Media Sosial