



Perbandingan *Personal Branding* Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo

Dalam Komunikasi Politik Di Media Sosial *Instagram*

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I
Departemen Politik dan Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Muhammad Rifqi Lubis

14010118110001

**DEPARTEMEN POLITIK DAN PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

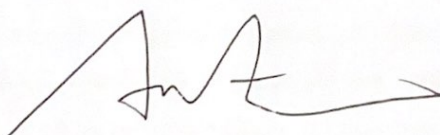
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “*Perbandingan Personal Branding Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo Dalam Komunikasi Politik Di Media Sosial Instagram*” yang disusun oleh Muhammad Rifqi Lubis dengan NIM 14010118110001 telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

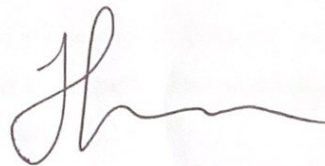
Semarang, 23 Mei 2023

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Wijayanto, S.IP., M.Si., Ph.D
NIP. 198803122018031001



Hendra Try Ardianto, S.IP., MA
NIP. 198803122018031001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Muhammad Rifqi Lubis
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14010118110001
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang,
4. Jurusan / Program Studi : Ilmu Pemerintahan / S-1

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul:

**Perbandingan *Personal Branding* Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo
Dalam Komunikasi Politik Di Media Sosial *Instagram***

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain.

Apabila kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Semarang, 23 Mei 2023

Pembuat Pernyataan;



Muhammad Rifqi Lubis

NIM. 14010118110001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perbandingan *Personal Branding* Anies Baswedan dan
Ganjar Pranowo Dalam Komunikasi Politik Di Media
Sosial *Instagram*
Nama Penyusun : Muhammad Rifqi Lubis
NIM : 14010118110001
Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Semarang, 24 Mei 2023

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MT.
NIP. 19660727 1992031001

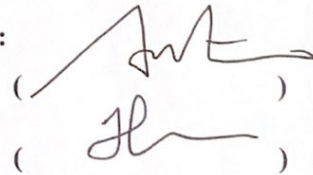
Wakil Dekan 1



Dr. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

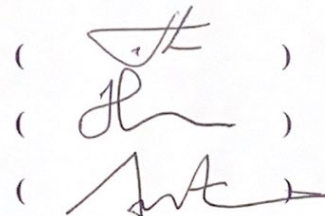
Dosen Pembimbing:

1. Wijayanto, S.IP, M.Si, Ph.D
2. Hendra Try Ardianto, S.IP, M.A



Dosen Penguji:

1. Dr. Dra. Kushandajani, M.S.
2. Hendra Try Ardianto, S.IP, M.A
3. Wijayanto, S.IP, M.Si, Ph.D



MOTTO

“MENANG BUKAN SEGALANYA, KALAH BUKAN PILIHAN”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT, yang telah senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran dan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian skripsi.
2. Kedua orang tuaku tersayang, yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang serta dukungan do'a yang tiada hentinya, semangat maupun perhatian yang tidak terhingga yang selalu dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.
3. Kakak dan seluruh keluarga besar yang sudah memberikan semangat kepada penulis serta doa yang diberikan agar segera menyelesaikan penelitian skripsi ini.
4. Diri saya sendiri, yang sudah berjuang hingga penelitian skripsi ini berakhir, sudah mau melawan rasa malas dan bosan selama ini demi bisa membahagiakan keluarga tersayang dan juga diri saya sendiri
5. Segala pihak yang telah memberikan dukungan dan juga membantu penulis dari awal hingga selesai menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Saya juga berterimakasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu dan menemanisaya semasa kuliah. Mulai dari kawan-kawan dari jurusan, UKM basket UNDIP, dan temen temen kuliah di luar jurusan Ilmu Pemerintahan.
7. Tidak lupa kepada pacar saya Miftahul Jannah yang sudah menemani proses pemuatan skripsi ini dari 0 hingga sekarang ini

ABSTRAK

Media sosial menjadi pilihan utama yang diminati oleh masyarakat luas untuk berkomunikasi. Instagram adalah salah satu media sosial yang di gunakan oleh banyak orang untuk berbagi informasi. Pemanfaatan media sosial ini sekarang sudah dibutuhkan hingga ranah politik, salah satu pengguna media sosial di ranah politik ialah menjadikan media sosial sebagai wadah berinteraksi antar seseorang pemimpin dan masyarakat, contoh yang menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakat yaitu Anies Rasyid Baswedan dan Ganjar Pranowo. Kedua tokoh politik ini menggunakan media sosial seperti Instagram sebagai wadah bagi proses pembentukan Personal Branding. Dengan ini tentu Personal Branding kedua tokoh politik ini melalui media sosial demi mendapat citra positif dari publik.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk melakukan kajian lebih mendalam pada perbandingan Personal Branding Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo dalam komunikasi politik di media sosial Instagram. Personal branding dari Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo bisa dilihat dari konsep Peter Montoya, dengan 8 konsep personal branding.

Strategi Personal Branding dalam kampanye politik menjadi krusial dilakukan karena sistem demokrasi langsung yang menuntut calon anggota legislatif berkompetisi dengan calon lainnya. Personal Branding mendorong setiap orang untuk memahami dan menemukan kunci yang dapat mengatribusi dirinya dengan keunikan dan nilai-nilai yang menjanjikan. Konten yang di unggahnya tidak jarang berkaitan dengan kegiatan pribadi maupun kegiatan saat bertemu dengan masyarakat. Konten yang ditampilkan kedua tokoh ini juga dikemas dengan tampilan yang menarik disertai dengan kutipan yang formal yang menjadi mudah di mengerti dan di pahami oleh masyarakat.

Personal branding akan menghasilkan kesan, nilai, keterampilan, perilaku dan pencapaian yang dibangun oleh seseorang dengan sengaja atau tidak sengaja untuk tujuan menunjukkan citra seseorang. Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo pada akun media sosial Instagram pribadinya di akun @aniesbaswedan dan @ganjar_pranowo pada dasarnya mengikuti delapan unsur pembentukan personal branding yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan dan nama baik. Media sosial memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk berpartisipasi dalam proses politik. Selain memberikan platform baru kepada masyarakat umum untuk mengepresikan partisipasi politik mereka, media sosial juga memberi politisi cara baru untuk berkomunikasi dengan konstituen, membangun hubungan, menyebarkan informasi politik dan membangun personal branding.

Kata kunci: Personal branding, Media sosial, Komunikasi Politik

ABSTRACT

Social media is the main choice that is favored by the wider community to communicate. Instagram is one of the social media that is used by many people to share information. This social media utilization is now needed to the political realm, one of the social media users in the political realm is to make social media a forum for interaction between a leader and the community, an example that uses social media to interact with the community is Anies Rasyid Baswedan and Ganjar Pranowo. These two political figures use social media such as Instagram as a forum for the process of forming Personal Branding. This is certainly the Personal Branding of these two political figures through social media in order to get a positive image from the public.

This research uses a qualitative method. Descriptive research methods are used to conduct a more in-depth study on the comparison of Personal Branding Anies Baswedan and Ganjar Pranowo in political communication on Instagram social media. The personal branding of Anies Baswedan and Ganjar Pranowo can be seen from the concept of Piter Montoya, with 8 personal branding concepts.

Personal branding strategies in political campaigns are crucial because of the direct democracy system that requires legislative candidates to compete with other candidates. Personal Branding encourages everyone to understand and find the keys that can attribute themselves with uniqueness and promising values. The content uploaded is often related to personal activities and activities when meeting with the community. The content displayed by these two figures is also packaged with an attractive appearance accompanied by formal quotes that are easy for the public to understand and understand.

Personal branding will produce impressions, values, skills, behaviors and achievements that are built by someone intentionally or unintentionally for the purpose of showing one's image. Anies Baswedan and Ganjar Pranowo on their personal Instagram social media accounts @aniesbaswedan and @ganjar_pranowo basically follow the eight elements of personal branding formation, namely specialization, leadership, personality, difference, visible, unity, constancy and good name. Social media provides opportunities for everyone to participate in the political process. In addition to providing a new platform for the general public to express their political participation, social media also provides politicians with new ways to communicate with constituents, build relationships, disseminate political information and build personal branding.

Keywords: Personal branding, Social media, Political Communication

KATA PENGANTAR

Denga memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan judul **“Perbandingan Personal Branding Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo Dalam Komunikasi Politik Di Media Sosial Instagram”** dengan baik. Penelitian skripsi ini disusun dalam tahapan-tahapan yang berujung pada penyelesaian Pendidikan Strata 1 pada Jurusan Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Banyak suka dan duka yang dialami selama penyusunan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyadari bahwa penelitian skripsi tidak dapat dilakukan tanpa pengawasan, arahan, semangat, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian studi tesis ini. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang berikut:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan banyak rahmat serta kemudahan berserta kelancaran kepada penulis.
2. Kedua orang tua yang selalu memberi cinta dan kasih sayang serta dukungan do'a yang tiada hentinya, semangat maupun perhatian yang tidak terhingga yang selalu dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Yos Johan Utama, S.H., M.hum selaku Rektor Universitas Diponegoro.
4. Bapak Dr. Drs. Hardi Warsono, M.TP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
5. Ibu Dr. Dra. Rina Martina, M.Si selaku Ketua Prodi Departemen Politik dan Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Bapak Wijayanto, S.IP., M.Si., Ph.D selaku Sekretaris Prodi Departemen Politik dan Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dosen pembimbing penulis yang luar biasa dalam memberikan dukungan, bimbingan, arahan maupun kekuatan serta segala informasi terkait perkuliahan kepada penulis dengan sabar

dan ikhlas sehingga penulis diberi kemudahan, kekuatan serta kelancaran.

7. Bapak Hendra Try Ardianto, S.IP, M.A selaku dosen pembimbing kedua penulis yang memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dengan sabar dan ikhlas sehingga penulis diberi kemudahan, kekuatan serta kelancaran.
8. Seluruh tenaga pendidik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro khususnya tenaga pendidik di Departemen Politik dan Pemerintahan.
9. Seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu dan memberi masukan dalam penyelesaian penelitian skripsi ini.

Dengan tersusunnya penelitian skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada prodi Departemen Politik dan Pemerintahan. Dalam penulisan penelitian skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan penelitian skripsi ini.

Semarang, 23 Mei 2023

Penulis

Muhammad Rifqi Lubis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI).....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Landasan Teori	9
1.5.1 Tinjauan Pustaka	9
1.5.2 Tinjauan Teori.....	12
1.6 Operasional Konsep	23
1.7 Kerangka Berpikir	27
1.8 Metode Penelitian.....	28
1.8.1 Jenis Penelitian.....	28
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
1.9 Sumber Data	29
1.9.1 Metode Pengumpulan Data.....	30
1.9.2 Metode Pengolahan Data	31
1.9.3 Metode Perbandingan.....	33
BAB II	32

GAMBARAN UMUM ANIES BASWEDAN DAN GANJAR PRANOWO DI MEDIA SOSIAL <i>INSTAGRAM</i>.....	32
2.1 Profil Anies Baswedan	32
2.1.1 <i>Instagram</i> Anies Baswedan (@aniesbaswedan)	34
2.2 Profil Ganjar Pranowo	36
2.2.1 <i>Instagram</i> Ganjar Pranowo (@ganjar_pranowo).....	38
HASIL & PEMBAHASAN.....	40
3.1 <i>Personal Branding</i> Kedua Tokoh Politik di Media Sosial.....	40
3.2 Strategi <i>Personal Branding</i> Kedua Tokoh Politik	87
3.2.1 Strategi <i>Personal Branding</i> Anies Baswedan di media sosial <i>Instagram</i>	89
3.2.2 Strategi <i>Personal Branding</i> Ganjar Pranowo di media sosial <i>Instagram</i>	93
3.3 Perbandingan <i>Personal Branding</i> Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo dalam komunikasi politik di media sosial <i>instagram</i>	100
PENUTUP.....	105
4.1 Kesimpulan.....	105
4.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

	Hal
1.1 Daftar Tinjauan Pustaka.....	10
1.2 Koding.....	31
3.1 Kemampuan.....	42
3.2 Kemampuan.....	43
3.3 Kebiasaan.....	45
3.4 Kebiasaan.....	47
3.5 Gaya hidup.....	48
3.6 Gaya hidup.....	50
3.7 Misi.....	52
3.8 Misi.....	54
3.9 Produk.....	56
3.10 Profesi.....	59
3.11 Profesi.....	61
3.12 Pelayanan.....	63
3.13 Pelayanan.....	64
3.14 Kepemimpinan.....	67
3.15 Kepribadian.....	71
3.16 Perbedaan.....	74
3.17 Terlihat.....	77
3.18 Kesatuan.....	79
3.19 Keteguhan.....	82
3.20 Nama Baik.....	85
3.21 Strategi Anies Baswedan.....	92
3.22 Strategi Ganjar Pranowo.....	96
3.23 Perbedaan.....	103

DAFTAR GAMBAR

	Hal
1.1 Pengguna Media Sosial di Indonesia 2015-2022.....	4
1.2 Model Kerangka Berpikir.....	27
2.1 Akun <i>Instagram</i> Anies Baswedan.....	36
2.2 Akun <i>Instagram</i> Ganjar Pranowo.....	39