



***PERSONAL BRANDING* GANJAR PRANOWO
DI MEDIA SOSIAL**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

ANGGITA MUTI ARANI ZULAIKHO

14040119130083

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2023



***PERSONAL BRANDING* GANJAR PRANOWO
DI MEDIA SOSIAL**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

ANGGITA MUTI ARANI ZULAIKHO

14040119130083

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

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Anggita Muti Arani Zulaikho
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14040119130083
3. Tempat / Tanggal Lahir : Sukoharjo, 23 Mei 2001
4. Jurusan / Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Alamat : Tegalrejo RT 01/08, Bulakan, Sukoharjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah skripsi yang saya tulis berjudul:

Personal Branding Ganjar Pranowo di Media Sosial

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji turnitin kemiripan yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

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

Semarang, 08 Agustus 2023

Pembuat pernyataan,

Anggita Muti Arani Zulaikho

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Personal Branding* Ganjar Pranowo di Media Sosial
Nama : Anggita Muti Arani Zulaikho
NIM : 14040119130083
Departemen : S-1 Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 11 September 2023

Dekan



Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 196408271990011001

Wakil Dekan I



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

Dosen Pembimbing:

1. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si.



2. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si.



Dosen Penguji:

1. Amida Yusriana, M.I.Kom.



HALAMAN MOTTO

What you think is good, not necessarily the best according to Allah.

Always trust in Allah's Plan.

Allah is the best planner.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, kebaikan, pelajaran, serta pengalaman yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat, keridhoan, dan karunia-Nya sehingga penulis bisa berhasil menyelesaikan skripsi yang menjadi tahap akhir perjalanan perkuliahan ini. *Alhamdulillah*, terima kasih, karena telah selalu menjadi sandaran penulis dalam suka duka dan selalu memberikan kekuatan kepada penulis, serta memberikan keyakinan kepada penulis bahwa jalur langit akan selalu indah pada akhirnya.
2. Anggita Muti Arani Zulaikho, diri sendiri penulis, yang selalu berusaha memberikan yang terbaik, selalu berdoa, dan tak pernah lelah untuk menyemangati diri sendiri. Terima kasih sudah berjuang menghadapi setiap keadaan yang tidak menentu, serta selalu meyakinkan diri bahwa setiap kesulitan ada kemudahan.
3. Ibu, Bapak, dan adik-adik penulis, yang selalu menjadi tempat pulang ternyaman. Terima kasih telah bersedia menerima keluh kesah dan telah selalu menyayangi dengan sepenuh hati apapun yang terjadi.
4. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si., selaku dosen pembimbing 1 yang telah bersedia memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si., selaku dosen pembimbing 2 dan dosen wali yang telah memberikan saran dan masukan, serta bantuan dalam penulisan skripsi ini agar lebih baik.
6. Amida Yusriana, M.I.Kom., selaku dosen penguji yang membantu penulis dalam bentuk arahan dan kritik yang dapat membantu meningkatkan pemahaman penulis terkait penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dari awal perkuliahan hingga terselesaikannya studi ini. Terima kasih atas segala dukungan dan kebaikannya.
8. Seluruh civitas akademika FISIP UNDIP yang telah memberikan pengalaman dan fasilitas yang baik selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman dari PPM Bina Khoirul Insan, yang sudah seperti keluarga di tanah perantauan ini, sekaligus teman seperjuangan dunia akhirat. *Alhamdulillah jaza kumullahu khoiro*, terima kasih atas segala kebaikan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga saat ini.
10. Teman-teman penulis selama kuliah yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah bersedia membersamai penulis dan menemani penulis.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2019 yang juga tidak bisa dicantumkan namanya satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan kebersamaannya selama menjalani perkuliahan ini.
12. Segala pihak yang berperan dalam setiap perjalanan kehidupan penulis, entah manis atau pahit, terima kasih atas warna dan pengalaman berharga yang diberikan.

ABSTRAK

Judul : *Personal Branding* Ganjar Pranowo di Media Sosial
Nama : Anggita Muti Arani Zulaikho
NIM : 14040119130083

Kondisi persaingan dan perkembangan zaman yang terjadi saat ini membuat setiap kandidat politik harus memikirkan cara dan metode yang tepat untuk memenangkan persaingan. *Personal branding* menjadi salah satu metode yang dapat digunakan dan merupakan hal yang tidak dapat dihindari oleh setiap kandidat yang terjun dalam dunia politik.

Kehadiran internet memunculkan jenis media sosial yang menjadi peluang untuk membangun *personal branding*. Ganjar Pranowo merupakan salah satu tokoh politik yang memanfaatkan media sosial, untuk membangun kepercayaan dan *image*, serta membentuk *personal branding*. Melalui akun Instagramnya @ganjar_pranowo, Ganjar Pranowo telah berhasil menampilkan kesan *personal branding* yang positif, sehingga memengaruhi citranya di mata publik.

Metode dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika yang dikembangkan oleh Ferdinand De Saussure sebagai dasarnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu berupa observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan tahap reduksi data, tahap penyajian data, dan tahap penarikan kesimpulan dengan menganalisis data yang ada berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Dari penelitian yang telah dilakukan pada akun media sosial Instagram @ganjar_pranowo, menunjukkan bahwa *personal branding* yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo memenuhi delapan konsep pembentukan *personal branding* dari Peter Montoya yaitu *the law of specialization, the law of leadership, the law of personality, the law of distinctiveness, the law of visibility, the law of unity, the law of persistence*, dan *the law of goodwill*. Kemudian, *personal branding* yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo melalui akun Instagramnya juga dapat dianalisis menggunakan Teori Dramaturgi dari Erving Goffman yang terdiri dari *front stage* dan *back stage*. Adapun Ganjar Pranowo dalam mengunggah postingan di Instagram sebagai upaya membangun *personal branding* menggunakan fitur-fitur dari Instagram berupa *feed, caption, reels*, dan *highlight*.

Kata kunci: *Personal branding*; Media Sosial; Ganjar Pranowo

ABSTRACT

Judul : **Ganjar Pranowo *Personal Branding on Social Media***
Nama : **Anggita Muti Arani Zulaikho**
NIM : **14040119130083**

Current competitive conditions and developments force every political candidate to think about the right way and method to win the competition. Personal branding is one of the methods that can be used and it is something that cannot be avoided by every candidate who enters politics.

The presence of the Internet has given rise to a type of social media that has become an opportunity to build personal branding. Ganjar Pranowo is a political figure who uses social media to build trust and image, as well as build personal branding. Through his Instagram account @ganjar_pranowo, Ganjar Pranowo has succeeded in displaying a positive personal branding impression, thus influencing his image in the public eye.

The method in this research is a qualitative method with a descriptive approach. This study uses semiotic analysis developed by Ferdinand De Saussure as its basis. The data collection techniques used are observation and documentation. Data analysis used data reduction, data presentation, and drawing conclusions by analyzing existing data based on the theory used in this research.

From the research that has been conducted on the @ganjar_pranowo Instagram account, it shows that the personal branding displayed by Ganjar Pranowo fulfills the eight concepts of forming personal branding from Peter Montoya, namely the law of specialization, the law of leadership, the law of personality, the law of distinctiveness, the law of visibility, the law of unity, the law of persistence, and the law of goodwill. Then, the personal branding displayed by Ganjar Pranowo through his Instagram account can also be analyzed using Erving Goffman's Dramaturgy Theory which consists of front stage and back stage. Ganjar Pranowo in uploading posts on Instagram as an effort to build personal branding uses features from Instagram in the form of feeds, captions, reels, and highlights.

Keywords: *Personal branding; Social media; Ganjar Pranowo*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Personal Branding* Ganjar Pranowo di Media Sosial. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan *personal branding* yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo melalui akun media sosial Instagram @ganjar_pranowo.

Penelitian ini terdiri dari lima bab, yang diawali dari bab pertama berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, kerangka pemikiran teoritis, operasionalisasi konsep, dan metode penelitian. Selanjutnya, pada bab kedua yang berisi penjelasan mengenai gambaran umum penelitian. Bab ketiga yang berisi hasil analisis penelitian yang dilakukan. Kemudian, Bab empat yang berisi pembahasan dari hasil analisis penelitian. Terakhir, yakni bab lima sebagai penutup yang berisi kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi acuan bagi penelitian sejenis selanjutnya. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.

Semarang, 08 Agustus 2023

Penulis,

Anggita Muti Arani Zulaikho

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Signifikansi Penelitian	11
1.4.1. <i>Manfaat akademis</i>	11
1.4.2. <i>Manfaat praktis</i>	11
1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis	12
1.5.1. <i>Paradigma penelitian</i>	12
1.5.2. <i>State of the art</i>	12
1.5.3. <i>Teori Personal Branding</i>	16
1.5.4. <i>Teori Dramaturgi</i>	19
1.5.5. <i>Media Sosial</i>	20
1.5.6. <i>Instagram</i>	22
1.6. Operasionalisasi Konsep	23
1.6.1. <i>Pembentukan personal branding di media sosial Instagram</i>	23
1.6.2. <i>Personal branding melalui akun media sosial Instagram</i>	25
1.7. Metode Penelitian	26
1.7.1. <i>Tipe penelitian</i>	26

1.7.2.	<i>Subjek penelitian</i>	26
1.7.3.	<i>Jenis data</i>	27
1.7.4.	<i>Sumber data</i>	27
1.7.5.	<i>Teknik pengumpulan data</i>	27
1.7.6.	<i>Analisis dan interpretasi data</i>	28
1.7.7.	<i>Kualitas data (goodness criteria)</i>	29
BAB II	30
2.1.	Profil Ganjar Pranowo	30
2.2.	Akun Media Sosial Instagram @ganjar_pranowo	32
BAB III	35
3.1.	Proses analisis <i>personal branding</i> pada akun @ganjar_pranowo	35
3.2.	Analisis semiotika pada postingan akun Instagram @ganjar_pranowo	36
BAB IV	83
4.1.	Pembentukan <i>Personal branding</i> Ganjar Pranowo melalui akun Instagram @ganjar_pranowo	83
4.1.1.	<i>The law of specialization (spesialisasi)</i>	83
4.1.2.	<i>The law of leadership (kepemimpinan)</i>	85
4.1.3.	<i>The law of personality (kepribadian)</i>	86
4.1.4.	<i>The law of distinctiveness (perbedaan)</i>	88
4.1.5.	<i>The law of visibility (keterlihatan)</i>	90
4.1.6.	<i>The law of unity (kesatuan)</i>	91
4.1.7.	<i>The law of persistence (keteguhan)</i>	94
4.1.8.	<i>The law of goodwill (nama baik)</i>	95
4.2.	Front stage dan back stage <i>personal branding</i> Ganjar Pranowo	97
4.2.1.	<i>Front stage Ganjar Pranowo</i>	97
4.2.2.	<i>Back stage Ganjar Pranowo</i>	102
4.3.	Pemanfaatan fitur-fitur Instagram dalam <i>personal branding</i> Ganjar Pranowo	104
4.3.1.	<i>Unggahan di feed (foto dan video)</i>	104
4.3.2.	<i>Caption</i>	105
4.3.3.	<i>Reels</i>	105
4.3.4.	<i>Highlight</i>	105

BAB V	107
5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Analisis Postingan <i>Feed</i> 1 Januari 2022	37
Tabel 3. 2. Analisis Postingan <i>Reels</i> 9 Januari 2022	39
Tabel 3. 3. Analisis Postingan <i>Reels</i> 2 Februari 2022	41
Tabel 3. 4. Analisis Postingan <i>Reels</i> 8 Februari 2022	43
Tabel 3. 5. Analisis Postingan <i>Feed</i> 19 Maret 2022	45
Tabel 3. 6. Analisis Postingan <i>Reels</i> 20 Maret 2022	46
Tabel 3. 7. Analisis Postingan <i>Reels</i> 6 April 2022.....	48
Tabel 3. 8. Analisis Postingan <i>Reels</i> 30 April 2022.....	49
Tabel 3. 9. Analisis Postingan <i>Reels</i> 19 Mei 2022.....	51
Tabel 3. 10. Analisis Postingan <i>Reels</i> 23 Mei 2022.....	52
Tabel 3. 11. Analisis Postingan <i>Reels</i> 3 Juni 2022	54
Tabel 3. 12. Analisis Postingan <i>Reels</i> 14 Juni 2022	56
Tabel 3. 13. Analisis Postingan <i>Reels</i> 2 Juli 2022	57
Tabel 3. 14. Analisis Postingan <i>Reels</i> 29 Juli 2022	59
Tabel 3. 15. Analisis Postingan <i>Reels</i> 5 Agustus 2022.....	61
Tabel 3. 16. Analisis Postingan <i>Feed</i> 23 Agustus 2022.....	63
Tabel 3. 17. Analisis Postingan <i>Reels</i> 2 September 2022.....	65
Tabel 3. 18. Analisis Postingan <i>Reels</i> 20 September 2022.....	67
Tabel 3. 19. Analisis postingan <i>Feed</i> 5 Oktober 2022.....	69
Tabel 3. 20. Analisis Postingan <i>Reels</i> 17 Oktober 2022.....	71
Tabel 3. 21. Analisis Postingan <i>Reels</i> 9 November 2022	73
Tabel 3. 22. Analisis Postingan <i>Reels</i> 10 November 2022	75
Tabel 3. 23. Analisis Postingan <i>Reels</i> 2 Desember 2022.....	77
Tabel 3. 24. Analisis Postingan <i>Reels</i> 19 Desember 2022.....	78
Tabel 3. 25. Analisis Tampilan <i>Highlight</i> Instagram @ganjar_pranowo	80
Tabel 3. 26. Analisis Tampilan Profil Instagram @ganjar_pranowo	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Hasil Survei Peningkatan Persentase Penetrasi Internet	3
Gambar 1. 2. Temuan Hasil Survei Nasional Poltracking Indonesia.....	6
Gambar 1. 3. Hasil Survei Indikator Politik Elektabilitas Calon Presiden 2024	7
Gambar 1. 4. Akun Instagram Ganjar Pranowo	8
Gambar 2. 1. Postingan Pertama Pada Akun Instagram @ganjar_pranowo.....	32
Gambar 2. 2. Tampilan Profil Akun Instagram @ganjar_pranowo.....	33
Gambar 2. 3. Postingan di Akun Instagram @ganjar_pranowo	33
Gambar 3. 1. Postingan <i>Feed</i> Instagram @ganjar_pranowo 1 Januari 2022.....	37
Gambar 3. 2. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 9 Januari 2022	39
Gambar 3. 3. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 2 Februari 2022	41
Gambar 3. 4. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 8 Februari 2022	43
Gambar 3. 5. Postingan <i>Feed</i> Instagram @ganjar_pranowo 19 Maret 2022.....	45
Gambar 3. 6. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 20 Maret 2022	46
Gambar 3. 7. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 6 April 2022	48
Gambar 3. 8. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 30 April 2022	49
Gambar 3. 9. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 19 Mei 2022	51
Gambar 3. 10. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 23 Mei 2022	52
Gambar 3. 11. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 3 Juni 2022	54
Gambar 3. 12. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 14 Juni 2022	56
Gambar 3. 13. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 2 Juli 2022	57
Gambar 3. 14. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 29 Juli 2022	59
Gambar 3. 15. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 5 Agustus 2022....	61
Gambar 3. 16. Postingan <i>Feed</i> Instagram @ganjar_pranowo 23 Agustus 2022 ..	63
Gambar 3. 17. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 2 September 2022	65
Gambar 3. 18. Postingan <i>Reels</i> @ganjar_pranowo 20 September 2022.....	67
Gambar 3. 19. Postingan <i>Feed</i> Instagram @ganjar_pranowo 5 Oktober 2022	69
Gambar 3. 20. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 17 Oktober 2022..	71
Gambar 3. 21. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 9 November 2022	73
Gambar 3. 22. Postingan <i>Reels</i> @ganjar_pranowo 10 November 2022.....	75
Gambar 3. 23. Postingan <i>Reels</i> Instagram @ganjar_pranowo 2 Desember 2022.	77
Gambar 3. 24. Postingan <i>Reels</i> @ganjar_pranowo 19 Desember 2022	78
Gambar 3. 25. <i>Highlight</i> Instagram @ganjar_pranowo	80
Gambar 3. 26. Profil Instagram @ganjar_pranowo	81
Gambar 4. 1. Postingan Video <i>Reels</i> 3 Juni 2022	84
Gambar 4. 2. Postingan Video <i>Reels</i> 6 April 2022	85
Gambar 4. 3. Postingan Video <i>Reels</i> 8 Februari 2022	87
Gambar 4. 4. Tampilan <i>Highlight</i> Instagram @ganjar_pranowo.....	88
Gambar 4. 5. Postingan Video <i>Reels</i> 19 Desember 2022	89
Gambar 4. 6. Postingan Video <i>Reels</i> 23 Mei 2022	90
Gambar 4. 7. Postingan <i>Feed</i> foto 23 Agustus 2022	92

Gambar 4. 8. Postingan <i>Feed</i> foto 5 Oktober 2022	93
Gambar 4. 9. Tampilan Profil Instagram @ganjar_pranowo	94
Gambar 4. 10. Postingan Video <i>Reels</i> 2 Juli 2022	95
Gambar 4. 11. Konten Ganjar Pranowo Ketika Menyapa Rakyat	98
Gambar 4. 12. Konten Kedekatan Ganjar Pranowo dengan Rakyat	99
Gambar 4. 13. Konten Ganjar Pranowo Membantu Mengatasi Keluhan Rakyat	99
Gambar 4. 14. Konten Kesederhanaan dari Ganjar Pranowo	100
Gambar 4. 15. Konten Ganjar Pranowo yang Tampak Santai	101
Gambar 4. 16. Beberapa Postingan Pada Akun Instagram @atikoh.s	103
Gambar 4. 17. Beberapa Postingan Pada Akun Instagram @alamganjar	103