

***PERSONAL BRANDING* PRABOWO SUBIANTO DAN GIBRAN
RAKABUMING RAKA PADA PLATFORM INSTAGRAM
@PRABOWO.GIBRAN2 PADA PILPRES TAHUN 2024**

SKRIPSI

**Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)**



Disusun Oleh : Sephia Firdhalisya Hulia

2070201228

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ***PERSONAL BRANDING* PRABOWO SUBIANTO DAN
GIBRAN RAKABUMING RAKA PADA PLATFORM
INSTAGRAM @PRABOWO.GIBRAN2 PADA
PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

Diajukan Oleh : Sephia Firdhalisya Hulia

Nim : 2070201228

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Untuk Diajukan


Tangerang, 26 Juli 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Dr. Mirza Shabreza, M.L.K.
NIDN: 0429077605

Dosen Pembimbing


Dr. Eko Wahyono, M.Si
NIDN: 0402098801

LEMBAR PENGESAHAN

**PERSONAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO DAN GIBRAN
RAKABUMING RAKA PADA PLATFORM INSTAGRAM
@PRABOWO.GIBRAN PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

Oleh :

Sephia Firdhalisya Hulia
NIM : 2070201228

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Telah diujikan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 26 Juli 2024

Ketua Sidang



DR. Eko Wahyono, M.Si
NIDN: 0402098801

Anggota Sidang I



Agus Kristian, M.I.Kom
NIDN: 0415088906

Anggota sidang II



Dr. Sopian, M.I.K
NIDN: 0418067302



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
NIDN: 0429077605

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sephia Firdhalisyia Hulia
NPM : 2070201228
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat/Tanggal Lahir : Bogor, 15 September 2002
Alamat : Kp. Peusar rt05/01 Desa Sukamulya Kec.
Rumpin Kab. Bogor 16350

Dengan ini menyatakan bahwa :

A. Tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul :

PERSONAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO DAN GIBRAN
RAKABUMING RAKA PADA PLATFORM INSTAGRAM
@PRABOWO.GIBRAN2 PADA PILPRES 2024

Adalah benar disusun/dibuat oleh saya sendiri dan jika kemudian
diketahui berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata Skripsi tersebut
dibuatkan oleh orang lain atau diketahui bahwa Skripsi tersebut
merupakan plagiat hasil karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya
siap menerima segala akibat yang ditimbulkan berupa
pembatalan/pencabutan Gelar Akademik dan siap mengulang kembali
penyusunan Skripsi dari awal

B. Bahwa seluruh dokumen (Foto copy ijazah ,foto copy transkrip nilai)
dan lain-lain sebagai persyaratan sidang adalah ASLI milik saya pribadi
dan dapat saya pertanggungjawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Tangerang, 26 Juli 2024



Sephia Firdhalisyia Hulia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan sholatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

“sekali terjun dalam perjalanan jangan pernah mundur sebelum meraihnya, yakin usaha sampai. Karena sukses itu harus melewati banyak proses, bukan hanya menginginkan hasil akhir dan tahu beres tapi harus selalu keep on progress. Meskipun kenyatannya banyak hambatan dan kamu pun sering dibuat stres percayalah tidak ada jalan lain untuk meraih sukses selain melewati yang namanya proses”. (Armeliani)

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Papa, Mama dan Aa tercinta.
2. Teman & Sahabat seperjuangan program studi Ilmu Komunikasi 2020.
3. Keluarga dan kerabat yang selalu mendukung dan mencurahkan perhatiannya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunianya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir dari perkuliahan yang telah peneliti tempuh sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Sholawat berserta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW yang membawa perubahan yang sangat besar kepada dunia keilmuan. Sosoknya yang cerdas dan bersahaja membuat beliau menjadi orang yang penuh inspirasi termasuk bagi peneliti dalam menjalani perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, serta dukungan dari keluarga dan orang-orang terdekat peneliti, karya tulis ini tidak akan terlaksanakan. Baik dukungan secara moril maupun materil, setiap langkah yang peneliti tempuh selama masa perkuliahan tidak lepas dari doa yang terus di panjatkan dari berbagai pihak hingga skripsi ini dapat tersusun. Oleh karena itu dengan setulus hati peneliti mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga pada semua pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

1. Yang paling utama Terima kasih kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang selalu memberikan kerahmatan dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Dr. H. Ahmad Amarullah , M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang.
3. Bapak Dr. H. Achmad Kosasih, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

4. Bapak Nurhakim, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
5. Ibu Fitria Santi, M.Ikom selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
6. Bapak Dr. Mirza Shahreza, M.I.K selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
7. Ibu Fitri Susiswani Isbandi, M.Ikom selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
8. Bapak DR. Eko Wahyono, M.Si selaku dosen pembimbing selama proses karya tulis ilmiah ini, yang telah membimbing, mengarahkan dan juga memberikan dukungan dalam penelitian ini sehingga dapat selesai dengan tepat waktu.
9. Teruntuk kedua orang tua saya dan Kaka yang selalu memberikan semangat, do'a, dukungan materil, dan kasih sayang kepada peneliti.
10. Seluruh Staff dan Dosen Program Studi Ilmu Komunokasi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih saya.
11. Serta pihak-pihak dan teman-teman terdekat peneliti yang tidak dapat di sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa rohmat dan terima kasih saya.

Tangerang, 20 Juli 2024

Penulis

Sephia Firdhalisya Hulia

ABSTRAK

Pentingnya *personal branding* di media sosial bagi tokoh politik dalam membangun citra mereka. Fokusnya adalah pada bagaimana platform seperti Instagram dapat digunakan secara strategis oleh politisi untuk memperkuat identitas publik, memengaruhi pandangan masyarakat, dan meningkatkan dukungan dalam pemilihan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data primer diperoleh dari wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dalam melakukan *personal branding* melalui akun Instagramnya TKN yaitu @prabowo.gibran2 telah memenuhi hukum-hukum *personal branding* yang dikemukakan oleh Peter Montoya (2002), yaitu *The Eight Laws of Personal Branding* yang di antaranya adalah; *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.*

Kata Kunci : *Personal Branding*, Komunikasi Politik, Instagram

ABSTRACT

The importance of personal branding on social media for political figures in building their image. The focus is on how platforms like Instagram can be used strategically by politicians to strengthen public identities, influence people's views, and increase support in elections. This study uses a qualitative method. Primary data was obtained from interviews. The results of this research show that Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka in carrying out personal branding through their TKN Instagram account, namely @prabowo.gibran2, have fulfilled the personal branding laws proposed by Peter Montoya (2002), namely The Eight Laws of Personal Branding, which include is; 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.

Keywords : *Personal Branding, Political Communication, Instagram*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Fokus Penelitian	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Peneltian.....	13
1) Manfaat Teoritis	13
2) Manfaat Praktis.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Al-Qur'an dan Hadits	9
2.2. Penelitian Terdahulu.....	9
2.3. Landasan Teori	15
1) Komunikasi.....	15
2) Komunikasi Politik.....	16
3) <i>Personal Branding</i>	20

4) New Media	22
5) Media Sosial	25
6) Instagram	27
Sumber:.....	27
Gambar 2.2 Akun Instagram TPN Prabowo Gibran	27
2.4. Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	36
3.1. Deskripsi Subjek/Objek, Tempat, dan Waktu Penelitian	36
1) Subjek dan Objek Penelitian	36
2) Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.2. Metode Penelitian.....	37
3.3. Teknik Pengambilan Data Primer dan Sekunder.....	37
1) Data Primer.....	38
2) Data Sekunder	40
3.4. Teknik Analisis Data	41
3.5. Teknik Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Deskripsi Akun Instagram Media Sosial Instagram @prabowo.gibran2	44
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
1) Spesialisasi (<i>The law of specialization</i>)	46
2) Kepemimpinan (<i>The law of leadership</i>).....	50
3) Kepribadian (<i>The law of of personality</i>)	60
4) Keunikan (<i>The law of distinctiveness</i>).....	62
5) Terlihat (<i>The law of visibility</i>)	65
6) Kesatuan (<i>The law of unity</i>).....	68
7) Ketekunan (<i>The law of persistence</i>).....	73
8) Reputasi baik (<i>The law of goodwill</i>).....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram di Indonesia di tahun 2024	3
Gambar 1. 2 Akun Instagram @sahabat.amin	5
Gambar 1. 3 Akun Instagram @prabowo.gibran2	5
Gambar 1. 4 Akun Instagram @tpm.ganjarmahfud	5
Gambar 1. 5 Foto Website https://prabowogibran2.id/ Untuk Iklan Politik.....	7
Gambar 1. 6 Data Grafik Instagram di https://phlanx.com/engagement-calculator	9
Gambar 2. 1 Bagan Model Komunikasi Lasswell	15
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian	30
Gambar 3. 1 Komponen Analisis Data Milles and Huberman.....	38
Gambar 4. 1 Akun Instagram @prabowo.gibran2	41
Gambar 4. 2 Contoh Postingan Prabowo Subianto dengan karir militernya	44
Gambar 4. 3 Contoh Postingan Prabowo Subianto dengan karir militernya	44
Gambar 4. 4 Contoh Postingan Gibran mendukung UMKM	45
Gambar 4. 5 Contoh Postingan Gibran mendukung UMKM	46
Gambar 4. 6 Contoh Postingan Mengenai Keberlanjutan.....	47
Gambar 4. 7 Contoh postingan mengenai keberlanjutan	48
Gambar 4. 8 Contoh postingan prestasi Prabowo di bidang militer slide 1 sampai 5. 50	
Gambar 4. 9 Postingan Prabowo	51
Gambar 4. 10 Contoh postingan Prabowo untuk Indonesia aman dan berdaulat	51
Gambar 4. 11 Contoh Postingan prestasi Gibran Rakabuming saat menjadi wali kota Solo	53
Gambar 4. 12 Contoh Postingan prestasi Gibran Rakabuming saat menjadi wali kota Solo	54
Gambar 4. 13 Contoh Postingan prestasi Gibran Rakabuming saat menjadi wali kota Solo	54
Gambar 4. 14 Postingan saat Gibran ikut turnamen Mobile Legends	55

Gambar 4. 15 Postingan saat Prabowo joget di panggung	58
Gambar 4. 16 Postingan saat Prabowo membagikan makan siang gratis	60
Gambar 4. 17 Postingan Prabowo saat memberikan bantuan	61
Gambar 4. 18 Postingan saat Prabowo meresmikan 9 titik air.....	61
Gambar 4. 19 Postingan yang menjukan kebersamaan Prabowo dan Gibran.....	63
Gambar 4. 20 Postingan yang menjukan kebersamaan Prabowo dan Gibran.....	63
Gambar 4. 21 Postingan yang menjukan kebersamaan Prabowo dan Gibran.....	64
Gambar 4. 22 Postingan saat Prabowo joget di atas panggung.....	64
Gambar 4. 23 Postingan akun Instagram dengan tema desain biru	67
Gambar 4. 24 Postingan akun Instagram dengan menggunakan teknologi AI	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Informasi Key Informan dan Informan Penelitian	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara <i>Key Informan</i>	86
Lampiran 2 Wawancara Informan 1.....	94
Lampiran 3 Wawancara Informan 2.....	99
Lampiran 4 Data Informan.....	105
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	107
Lampiran 6 Surat Pernyataan Publikasi.....	108