

***PERSONAL BRANDING SANDIAGA UNO DI INSTAGRAM
DALAM PERSPEKTIF PETER MONTOYA***

TUGAS AKHIR



Oleh

**NIA ZHULFAH NUR
1161903034**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

***PERSONAL BRANDING SANDIAGA UNO DI INSTAGRAM
DALAM PERSPEKTIF PETER MONTOYA***

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu
komunikasi**



Oleh

**NIA ZHULFAH NUR
1161903034**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nia Zhulfah Nur

NIM : 1161903034

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Februari 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Nia Zhulfah Nur
NIM : 1161903034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : *Personal Branding* Sandiaga Uno di Instagram Dalam Perspektif Peter Montoya

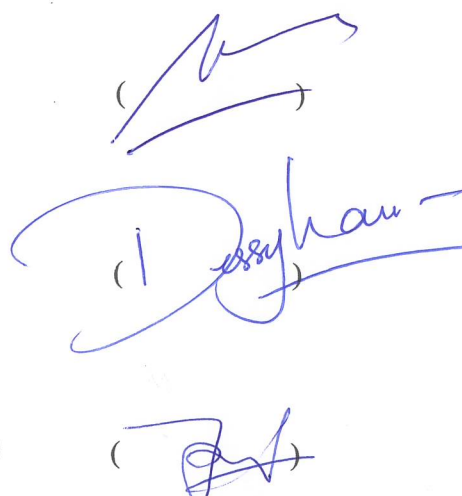
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

Penguji 1 : Dessy Kania, B.A., M.A

Penguji 2 : Eli Jamilah Miharja M.Si, Ph.D



The image shows three handwritten signatures in blue ink. The first signature is at the top right, corresponding to the Pembimbing. The second signature is in the middle right, corresponding to Penguji 1, and is written in a cursive style with the name 'Dessy Kania' visible. The third signature is at the bottom right, corresponding to Penguji 2.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Februari 2018

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si., selaku pembimbing penulis, yang senantiasa memberi bimbingan, saran, dan ide dalam penulisan tugas akhir.
3. Ibu Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
4. Ibu Eli Jamilah Miharja M.Si, Ph.D., dan Ibu Dessy Kania B.A., M.A., selaku dosen penguji, yang telah memberi saran dan masukan pada penulis.
5. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan.
6. Chaidir dan Listri Ganefi, kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moril dan materi setiap saat, dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis. Semoga hasil dari karya penulis ini dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi kalian.
7. Maudisha Alifa Rahman, Nurul Naafi'ah, Herni Tri Hartanti, dan Afreni Rahmadanis, selaku sahabat dekat penulis yang selalu saling memberikan doa, motivasi, dukungan, dan menguatkan selama proses penyusunan skripsi.
8. Farah Dhiya Anisah Putri, selaku teman seperjuangan dari awal hingga detik-detik akhir, yang selalu saling memberikan semangat dan dukungan tanpa henti.
9. M. Tri Andika, Dyama Khazim, dan Adinda Juliana yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan penelitian ini.

10. Teman-teman Kelas Karyawan Batch 6 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan yang tidak terlupakan. Dan juga pihak-pihak lainnya yang mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, 27 Februari 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Zhulfah Nur
NIM : 1161903034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Personal Branding Sandiaga Uno di Instagram Dalam Perspektif Peter Montoya.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Februari 2018

Yang menyatakan



(Nia Zhulfah Nur)

**PERSONAL BRANDING SANDIAGA UNO DI INSTAGRAM DALAM
PERSPEKTIF PETER MONTOYA**

NIA ZHULFAH NUR

1161903034

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Personal Branding* di Instagram yang dilakukan oleh Sandiaga Uno selaku seorang figur politik. Analisis ini dilakukan dengan konsep pembentukan *Personal Branding* menurut Peter Montoya yang meliputi aspek Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, dan *Visibillity*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dan menggunakan pengumpulan data pada akun Instagram @SandiUno dan wawancara dengan 3 informan sebagai triangulasi. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka didapatkan bahwa akun Instagram Sandiaga Uno menggunakan 5 konsep pembentukan *Personal Branding* mencakup Aspek Spesialisasi yaitu menjadi sosok pemimpin yang dekat dan mau merangkul serta memiliki jiwa yang dermawan kepada warganya. Aspek Kepemimpinan yang meliputi pengetahuan yang luas, pencapaian yang telah diraih, dan mau menerima aspirasi dari warga. Aspek Kepribadian yaitu sikap ramah, sopan, dan religius. Aspek Perbedaan berupa penampilan *sporty* dan pembawaan dalam menulis *caption*. Lalu terakhir, Aspek *Visibillity* yaitu berupa penampilan dari gaya berpakaian, ekspresi, dan *gesture* yang ditampilkan.

Kata kunci: *Personal Branding*, Figur Politik, Peter Montoya, Instagram

**SANDIAGA UNO'S PERSONAL BRANDING ON INSTAGRAM IN
PERSPECTIVE OF PETER MONTOYA**

NIA ZHULFAH NUR

1161903034

ABSTRACT

This study aims to determine Personal Branding in Instagram by Sandiaga Uno as a political figure. This analysis is done with the concept of Personal Branding formation according to Peter Montoya covering aspects of Specialization, Leadership, Personality, Differences, and Visibillity. This research used qualitative method with case study approach, and used data collection on Instagram @ SandiUno's account and interview with 3 informants as triangulation. Based on the results of data processing, it is found that the account Sandiaga Uno's Instagram using the 5 concept of forming Personal Branding covers Aspect Specialization is to be a leader who is close and willing to embrace and have a generous soul to the citizens. Aspects of Leadership that includes extensive knowledge, achievements that have been achieved, and willing to accept the aspirations of citizens. Aspects of Personality are friendly, courteous, and religious. Aspect Differences in the form of sporty appearance and innate in writing caption. Then last, Aspect Visibillity that is the appearance of the style of dress, expression, and gesture are displayed.

Keywords: Personal Branding, Political Figure, Peter Montoya, Instagram

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
II. KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	15
2.2.1 <i>Brand</i>	15
2.2.2 <i>Personal Branding</i>	17
2.2.3 <i>New Media</i>	23
2.2.4 Instagram	27
2.2.5 Figur Politik	30
2.3 Kerangka Pemikiran	32
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	35
3.2 Objek Penelitian	36
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	39
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.6 Teknik Keujian Keabsahan Data	44
3.7 Keterbatasan Penelitian	45
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46

4.1.1 Profil Sandiaga Uno.....	46
4.1.2 Profil Akun Instagram @SandiUno.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Gambaran Tampilan Instagram Sandiaga Uno.....	51
4.2.2 Gambaran Mengenai Aspek Spesialisasi Sandiaga Uno di Instagram	62
4.2.3 Gambaran Mengenai Aspek Kepemimpinan Sandiaga Uno di Instagram	66
4.2.4 Gambaran Mengenai Aspek Kepribadian Sandiaga Uno di Instagram	70
4.2.5 Gambaran Mengenai Aspek Perbedaan Sandiaga Uno di Instagram	73
4.2.6 Gambaran Mengenai Aspek <i>Visibillity</i> Sandiaga Uno di Instagram	75
4.3 Pembahasan	78
4.3.1 Analisis Aspek Spesialisasi Sandiaga Uno di Instagram.....	79
4.3.2 Analisis Aspek Kepemimpinan Sandiaga Uno di Instagram.....	81
4.3.3 Analisis Aspek Kepribadian Sandiaga Uno di Instagram.....	85
4.3.4 Analisis Aspek Perbedaan Sandiaga Uno di Instagram.....	88
4.3.5 Analisis Aspek <i>Visibillity</i> Sandiaga Uno di Instagram.....	91
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	95
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Teoritis.....	97
5.2.2 Saran Praktis	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	11
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	40
Tabel 4.1 Gambaran Instagram @SandiUno Periode Oktober 2016	52
Tabel 4.2 Gambaran Instagram @SandiUno Periode November 2016	55
Tabel 4.3 Gambaran Instagram @SandiUno Periode Desember 2016	57
Tabel 4.4 Gambaran Instagram @SandiUno Periode Januari 2017	58
Tabel 4.5 Gambaran Instagram @SandiUno Periode Februari 2017	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penggunaan Internet di 25 Negara Pada Tahun 2013-2018.....	2
Gambar 1.2 Perilaku Pengguna Internet Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Foto Sandiaga Uno.....	46
Gambar 4.2 Sandiaga Bersama Istri dan Anak-Anak.....	47
Gambar 4.3 Laman Akun Instagram Sandiaga Uno.....	49
Gambar 4.4 Foto Pertama di Akun @SandiUno.....	50
Gambar 4.5 Saat Sandi Menyapa Langsung Warga Jakarta.....	62
Gambar 4.6 Sandi Menjenguk Salah Satu Warga yang Sakit.....	66
Gambar 4.7 Bersama Shintabubu Saat Menjadi Pembicara <i>Talkshow</i>	67
Gambar 4.8 Sandi Saat Peluncuran Buku “Kerja Tuntas Kerja Ikhlas”.....	69
Gambar 4.9 Kebersamaan Sandi Bersama Warga Jakarta.....	70
Gambar 4.10 Kolom Komentar Instagram @SandiUno.....	71
Gambar 4.11 Saat Sandi Bersilaturahmi Dengan Pemuka Agama.....	72
Gambar 4.12 Sandi Saat Berenang Menyebrangi Pulau.....	73
Gambar 4.13 Sandi Bersama Anies Ketika Memakai Kemeja Putih.....	75
Gambar 4.14 Sandi Memperagakan Gaya “OK-OCE”.....	77
Gambar 4.15 Sandi Saat Menjadi Pembicara.....	78
Gambar 4.16 Sandi Saat Menjadi Mentor Program “OK-OCE”.....	80
Gambar 4.17 Sandi dan Buku Otobiografinya.....	83
Gambar 4.18 Saat Sandi Mendengar Aspirasi Dari Warga.....	84
Gambar 4.19 Kebersamaan Sandi Dengan Warga Jakarta.....	86
Gambar 4.20 Saat Sandi Lari Bersama.....	89
Gambar 4.21 Kebersamaan Sandi Dengan Anak-Anak.....	92

Gambar 4.22 Sandi Saat Menjadi Pembicara.....94

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Profil Informan Praktisi Media Sosial	103
Lampiran 2. Profil Informan Pakar Politik	104
Lampiran 3. Profil Informan <i>Followers</i> Instagram	105
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Praktisi Media Sosial	106
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Pakar Politik	113
Lampiran 6. Transkrip Wawancara <i>Followers</i> Instagram.....	121
Lampiran 7. Postingan Foto Instagram Sandiaga	126