

**PERSONAL BRANDING TRI ADHIANTO SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI POLITIK MELALUI INSTAGRAM
@MASTRIADHIANTO**

SKRIPSI

**Oleh:
Marisa Witanti
201810415192**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**PERSONAL BRANDING TRI ADHIANTO SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI POLITIK MELALUI
INSTAGRAM @MASTRIADHIANTO**

SKRIPSI

**Oleh:
Marisa Witanti
201810415192**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Personal Branding* Tri Adhianto Sebagai Media Komunikasi Politik Melalui Instagram @Mastriadhianto

Nama Mahasiswa : Marisa Witanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415192

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Mei 2021



Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR
NIDN. 0312077903

Imaddudin, M.I.Kom
NIDN. 0310068902

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Personal Branding* Tri Adhianto Sebagai Media
Komunikasi politik Melalui Instagram
@mastriadhianto

Nama Mahasiswa : Marisa Witanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415192

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Mei 2022

Jakarta, 08 Juni 2022

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos, M.M.,

M.I.Kom

NIDN. 0323127802

Penguji I : Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP,
M.IR

NIDN. 0312077903

Penguji II : Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0321048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

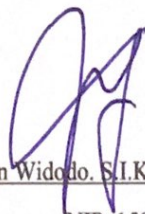


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom.M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul ***Personal Branding Tri Adhianto Sebagai Media Komunikasi Politik Melalui Instagram @mastriadhianto*** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 08 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Marisa Witanti

201810415192

ABSTRAK

Marisa Witanti, 201810415192. *Personal Branding* Tri Adhianto Sebagai Media Komunikasi Politik Melalui Instagram @mastriadhianto.

Penelitian ini mengenai konsep *personal branding* politik yang dibentuk oleh Tri Adhianto pada akun Instagram @mastriadhianto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Konsep *Personal Branding* politik yang dibentuk Tri Adhianto pada akun Instagram @mastriadhianto. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teori Khalayak Kepala Batu untuk melihat bagaimana aktivitas komunikasi politik dalam Instagram @mastriadhianto. Hasil pada penelitian ini menunjukkan Tri Adhianto melakukan komunikasi politik melalui media sosial Instagram, media tersebut dapat menjadi suatu usaha membangun citra diri seorang tokoh politik untuk mendapatkan masa dan dukungan dari masyarakat, dalam hal tersebut beliau mencari popularitas dan elektabilitas. Pada akun Instagramnya @mastriadhianto menonjolkan 6 dari 8 konsep *personal branding* yaitu Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), Kepribadian (*The Law of Personality*), Terlihat (*The Law of Visibility*), Kesatuan (*The Law of Unity*), Keteguhan (*The Law of Persistence*) dan Nama Baik (*The Law of Goodwill*). Konsep *personal branding* yang tidak terlalu ditampilkan Tri Adhianto di akun Instagram @mastriadhianto adalah Spesialisasi (*The Law of Specialization*) dan Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*).

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

ABSTRACT

Marisa Witanti, 201810415192. *Tri Adhianto's Personal Branding as a Political Communication Media Through Instagram @mastriadhianto.*

This research is about the concept of political personal branding that was formed by Tri Adhianto on the Instagram account @mastriadhianto. This research aims to find out how the Political Personal Branding Concept formed by Tri Adhianto on the @mastriadhianto Instagram account. The method used is descriptive qualitative, with data collection techniques, interviews, observations, and documentation. This study uses the Stone Head Audience Theory to see how political communication activities are on Instagram @mastriadhianto. The results of this study show that Tri Adhianto conducts political communication through Instagram social media, the media can be an attempt to build a political figure's self-image to get mass and support from the community, in that case he is looking for popularity and electability. On his Instagram account @mastriadhianto highlighting 6 out of 8 personal branding concepts, namely Leadership (The Law of Leadership), Personality (The Law of Personality), Visible (The Law of Visibility), Unity (The Law of Unity), Firmness (The Law of Visibility). Persistence) and Good Name (Law of Goodwill). The personal branding concept that Tri Adhianto doesn't show on his Instagram account @mastriadhianto is Specialization (The Law of Specialization) and Difference (The Law of Distinctiveness).

Keywords: *Political Communication, Political Personal Branding, Social Media Instagram.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat hidayahnya kepada saya sehingga penyusunan proposal skripsi yang berjudul “Personal Branding Tri Adhianto Sebagai Media Komunikasi Politik Melalui Instagram @mastriadhianto” dapat terlaksana dengan baik. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih yang tidak ada habisnya untuk kedua orang tua saya Ibu Sri Handayani dan Bapak Ludi Witanto yang senantiasa mendukung saya dengan motivasi, biaya, dan doa. Saya menyadari bahwa dengan terselesaikannya proposal skripsi ini banyak pihak-pihak tertentu yang sudah banyak membantu saya oleh karena itu, saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan dan arahnya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi arahan memberi dukungan penulis dalam menyusun Proposal Skripsi.
5. Bapak Imaddudin, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberi arahan dalam menyusun Proposal Skripsi penulis.
6. Mama, Papa, Adik-Adik yang telah memberi dukungan dan doa yang terus menerus kepada penulis sehingga Proposal Skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sahabat saya terutama Raihana Azzahra Cahyadi dan Luthfi Eka Saputra yang telah memberi dukungan serta doa kepada penulis.
8. Rekan saya yaitu Rahulloh Firmansyah yang telah membantu penulis dalam proses penelitian di lapangan.
9. Rekan saya yang telah membantu menyelesaikan revisi proposal penelitian yaitu Muhammad Hafizh.

10. Teman-teman seperjuangan, Olivia Ola Orca, Ridzki Tri Handayani, Salwa Salsabila, Hasti Sekartira, Fatia Rahma, Maretha Aulia, Safira Salsabil, dan Elvira Maulyadina yang telah memberi *support* kepada penulis.
11. Rekan dan sahabat lain, yang tidak dapat penulis ucapkan satu per satu.
12. Dan yang terakhir, diri saya sendiri karena sudah berusaha melakukan yang terbaik dan sudah bertahan sejauh ini.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam pengerjaan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 08 Juni 2022



Marisa Witanti

NPM. 201810415192



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
a. Untuk Sivitas Akademika.....	9
b. Untuk Bapak Tri Adhianto	9
c. Untuk Pengguna Instagram	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Review Penelitian Terdahulu	10

2.2	Kerangka Konsep	16
2.2.1	Komunikasi Politik.....	16
2.2.2	Personal Branding Politik.....	16
2.2.3	Konsep Pembentukan Personal Branding	18
2.2.4	Media.....	19
2.2.5	Media Sosial	20
2.2.6	Instagram	22
2.3	Teori Khalayak Kepala Batu	24
2.4	Kerangka Teori.....	24
2.5	Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1	Paradigma Penelitian.....	28
3.2	Jenis Penelitian.....	28
3.3	Metode Penelitian.....	29
3.4	Informan	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.7	Teknik Keabsahan Data	33
3.8	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1	Profil Tri Adhianto	35
4.1.2	Akun Instagram Tri Adhianto	37
4.2	Profil Informan	42
4.3	Hasil Penelitian	44
4.3.1	Komunikasi Politik dalam Media Sosial Instagram @mastriadhianto.....	44
4.3.2	Personal Branding Politik.....	52
4.3.3	Media Sosial Instagram	72
4.4	Pembahasan.....	81

4.4.1	Konsep <i>Personal Branding</i> politik yang dibentuk oleh Tri Adhianto pada akun Instagram @mastriadhianto	81
4.4.2	Analisis Teori Khalayak Kepala Batu Dalam Personal Branding Tri Adhianto Sebagai Media Komunikasi Politik Melalui Instagram @mastriadhianto	98
BAB V PENUTUP.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1	Tabel Informan	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Akun Instagram Wakil Walikota Bekasi Tri Adhianto	1
Gambar 1.2	Bentuk respon Tri Adhianto mengenai aduan dari beberapa masyarakat Bekasi melalui kolom komentar.....	3
Gambar 4.1	Plt. Walikota Bekasi Tri Adhianto	36
Gambar 4.2	Unggahan pertama Tri Adhianto pada Instagram @mastriadhianto.....	38
Gambar 4.3	Tampilan Akun Instagram @mastriadhianto	39
Gambar 4.4	Tampilan Kolom Komentar Instagram @mastriadhianto	40
Gambar 4.5	Tampilan jumlah #mastriadhianto pada kolom pencarian Instagram	41
Gambar 4.6	Tampilan akun Instagram masyarakat yang menggunakan hashtag #mastriadhianto pada kiriman Instagram	42
Gambar 4.7	Tanggapan Tri Adhianto mengenai keluhan masyarakat Kota Bekasi pada kolom komentar Instagram	46

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran	27
-----------	--------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Administrasi

LAMPIRAN 3 : Reduksi Data & Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4 : Dokumentasi

LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan Sidang Skripsi

