

***PERSONAL BRANDING* PUAN MAHARANI DALAM AKUN INSTAGRAM**

@PUANMAHARANIRI

**(Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram @puanmaharaniri Periode 01 Maret 2022
hingga 30 Agustus 2022)**

SKRIPSI



Disusun Oleh

Esti Sugestiyani

19.96.1566

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

TAHUN 2023

***PERSONAL BRANDING* PUAN MAHARANI DALAM AKUN INSTAGRAM
@PUANMAHARANIRI**

**(Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram @puanmaharaniri Periode 01 Maret 2022
hingga 30 Agustus 2022)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

Esti Sugestiyani

19.96.1566

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Personal Branding Puan Maharani Dalam Akun Instagram @Puanmaharaniri

(Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram @Puanmaharaniri

Periode 01 Maret 2022 Hingga 30 Agustus 2022)

Yang Dipersiapkan Dan Disusun Oleh

Esti Sugestiyani
NIM 19.96.1566

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada 24 Februari 2023

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A
NIK.0525058803

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Personal Branding Puan Maharani Dalam Akun Instagram @Puanmaharani

(Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram @Puanmaharani

Periode 01 Maret 2022 Hingga 30 Agustus 2022)

Yang Dipersiapkan Dan Disusun Oleh

**Esti Sugestiyani
NIM. 19.96.1566**

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji

Pada 03 April 2023


Nama Penguji

Riski Damastuti, S. Soso., M.A
NIK. 190302475

Stara Asrita, S. I. Kom., M.A
NIK. 190302364

Rosyidah Jayanti Vijaya, SE, M. Hum
NIK. 190302266

Tanda Tangan



**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi (S. Ikom)
Tanggal Bln Tahun**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta,



Esti Sugestiyani
NIM 19.96.1566

KATA PENGANTAR

Puji Syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S. T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra , S. Kom, M.Eng (Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A (Dosen Pembimbing yang selalu memberikan masukan, saran, dan semangat untuk menyelesaikan Skripsi yang dilakukan penulis)
5. Kedua koder yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian yaitu Zidna Dwi Ningsih dan Ike Oktavia Br Sembiring
6. Bapak Sugiyanto dan Ibu Widayani selaku kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan baik dalam bentuk materi dan non materi. Sahabat penulis Ratu Rifat Dhea Syarifa, Handaru Marisa, anngraeni Nur Hidayah, Rizka Wahyu Afifah, Nurul Rachmawati, Akmal Yanuar Pratama, Muhtarol Anam yang selalu memberikan saran serta selalu memberikan dukungan kepada penulis demi kelancaran proses pengerjaan Skripsi.

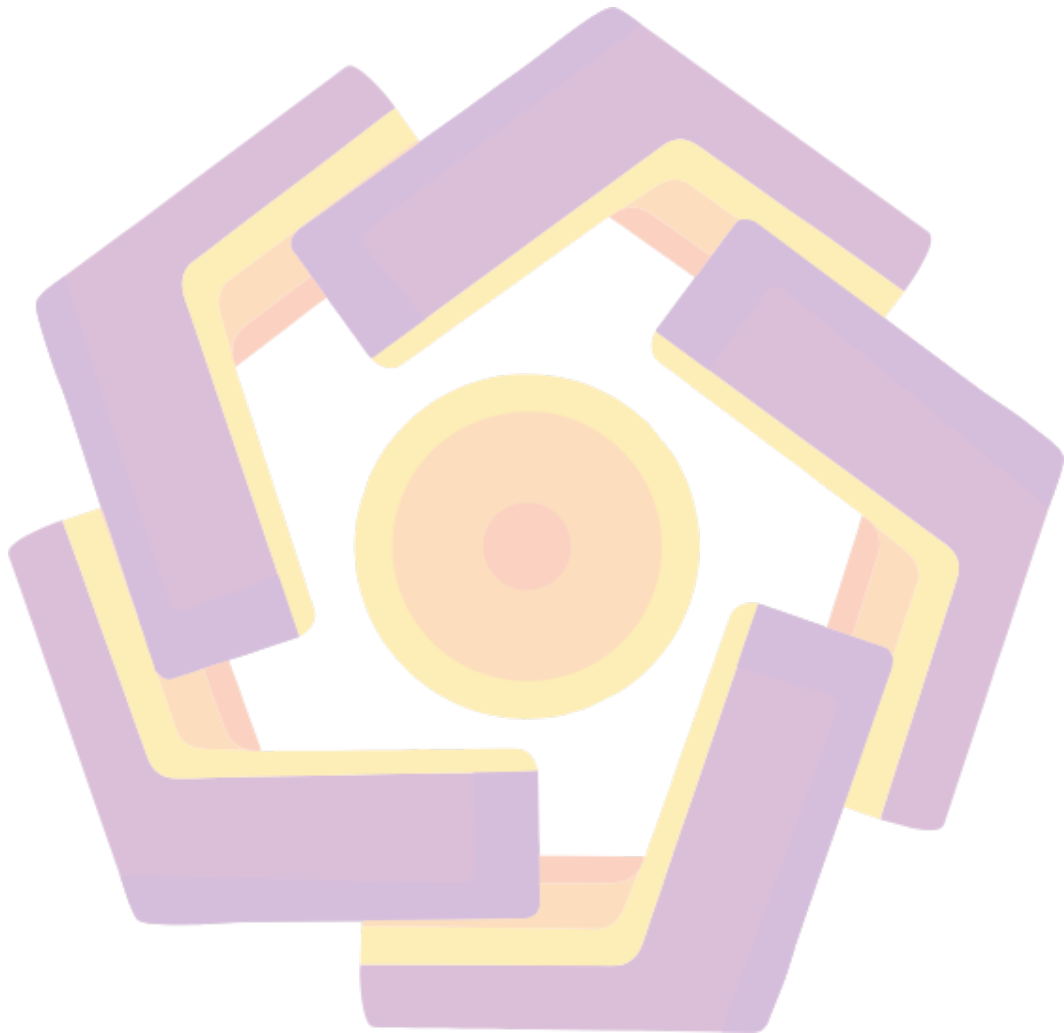
Yogyakarta, 24 Februari 2023

Esti Sugestiyani

DAFTAR ISI

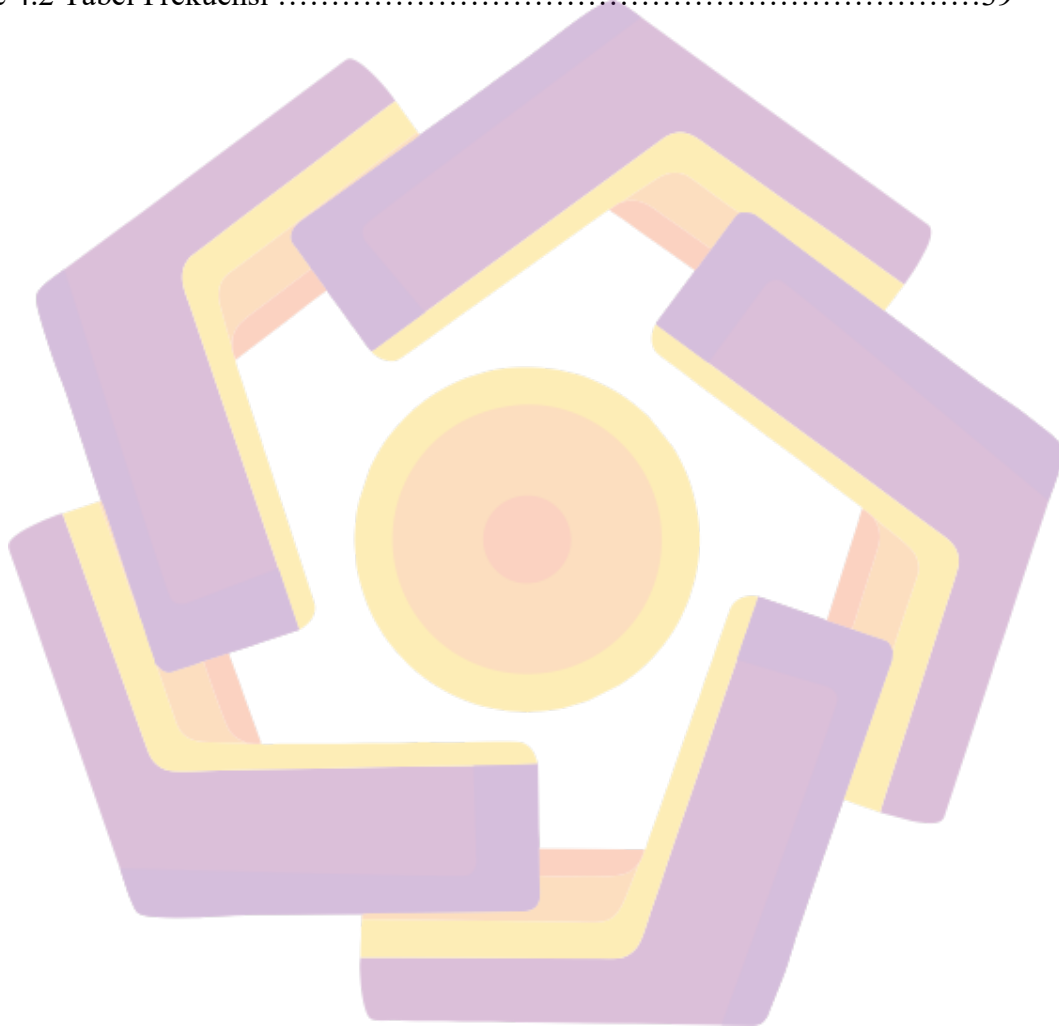
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Media Sosial.....	8
2.1.2 Media Sosial Instagram	10
2.1.3 <i>Personal Branding</i>	12
2.1.4 Elektabilitas.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Jenis Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Populasi dan Sampel	32
3.5 Validitas dan Reliabilitas	32
3.5.1 Uji Validitas	32
3.5.2 Uji Reliabilitas	33
3.6 Teknik Analisis	34
3.6.1 Unit Analisis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Uji Reliabilitas	36
4.2 Pengidentifikasian Unit Analisis Penelitian	41

BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	66
BIODATA MAHASISWA/I	158



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Olahan Data Peneliti.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Bagan 2.1 Kerangka Penelitian.....	23
Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Table 4.2 Tabel Frekuensi	39

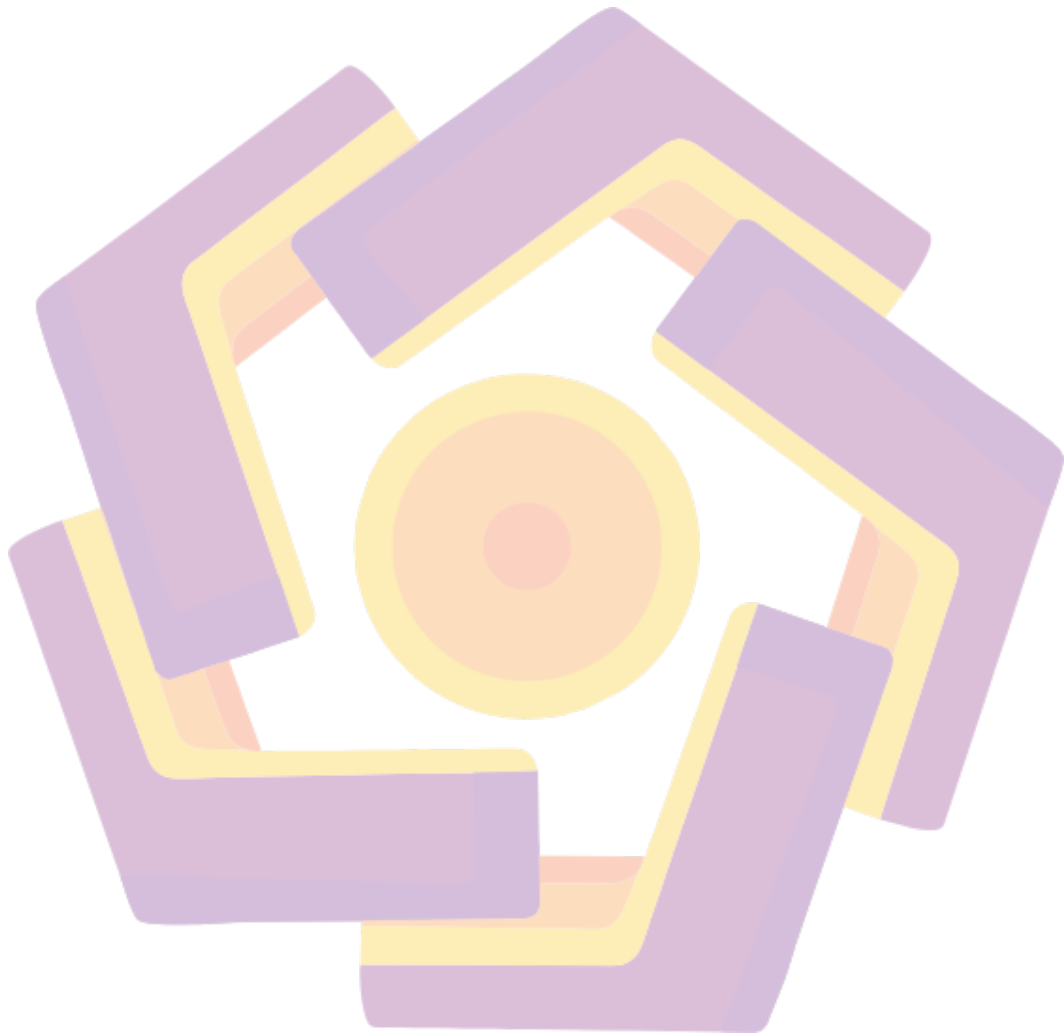


DAFTAR GAMBAR

(Gambar 4.1 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	42
Gambar 4.2 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	42
(Gambar 4.3 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	44
(Gambar 4.4 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	45
(Gambar 4.8 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	46
(Gambar 4.7 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	47
(Gambar 4.5 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	48
Gambar 4.9 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	49
(Gambar 4.10 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	50
(Gambar 4.11 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	51
(Gambar 4.12 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani)	52
(Gambar 4.13 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	53
(Gambar 4.14 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	54
(Gambar 4.15 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	55
(Gambar 4.16 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	56
(Gambar 4.17 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	57
(Gambar 4.18 <i>Screenshot</i> Unggahan Puan Maharani).....	58
(Gambar7.1 Screen Shoot Instagram Puan Maharani)	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Petunjuk Pengisian <i>Coding Sheet</i> dan Hasil <i>Coding Sheet</i>	67
Lampiran Biodata Peneliti.....	158
Lampiran 2 Data <i>Coder</i>	157



ABSTRAK

Personal Branding Puan Maharani merupakan identitas pribadi mengenai kualitas nilai yang dimiliki oleh Puan Maharani yang dapat menciptakan kesan serta citra diri yang dapat menarik simpati masyarakat sehingga memiliki menarik untuk diteliti. Penelitian ini menggunakan jenis Penelitian analisis isi kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan jenis penelitian *coding sheet* yang dibuat berdasarkan kategori-kategori menurut Peter Montoya yaitu *Eight Of Personal Branding*, jumlah data dalam penelitian ini yaitu 391 unggahan akun Instagram @puanmaharaniri . penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Personal Branding* yang dibuat Puan Maharani melalui akun Instagram pribadinya demi menaikkan hasil survei elektabilitas bakal calon presiden 2024 Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang *Personal Branding* Puan Maharani dapat disimpulkan secara keseluruhan, bahwa *Personal Branding* Puan Maharani di akun Instagram @puanmaharaniri terdapat frekuensi unggahan 391 yang didominasi Spesialisasi dengan frekuensi kemunculan sebanyak 25,37% yang terdiri dari *ability* atau kemampuan dengan 212 unggahan dan *lifestyle* dengan 229 unggahan.

Kata Kunci: *Personal Branding*, @puanmaharaniri, analisis isi kuantitatif

Abstract

Puan Maharani's Personal Branding is a personal identity regarding the quality of values possessed by Puan Maharani which can create an impression and self-image that can attract public sympathy so that it is interesting to study. This study uses a type of quantitative content analysis research. Data was collected using a coding sheet research type which was made based on categories according to Peter Montoya, namely Eight Of Personal Branding, the amount of data in this study was 391 uploads to the Instagram account @puanmahaniri. This study aims to find out the personal branding created by Puan Maharani through her personal Instagram account in order to increase the electability survey results for Indonesia's 2024 presidential candidate. Based on the results of research conducted by the author on Puan Maharani's Personal Branding, it can be concluded as a whole, that Puan Maharani's Personal Branding on the Instagram account @puanmahaniri has an upload frequency of 391 which is dominated by Specialization with an appearance frequency of 25.37% consisting of abilities or abilities with 212 uploads and lifestyle with 229 uploads.

Keywords: Personal Branding, @puanmahaniri, quantitative content analysis