

SKRIPSI
SKEMA PUBLIKASI JURNAL

PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO DI MEDIA SOSIAL DALAM
PROGRAM LAPAK GANJAR

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Jihan Juki Okvianti
19.96.1104

Dosen Pembimbing:

Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA PUBLIKASI PROSIDING/ JURNAL**

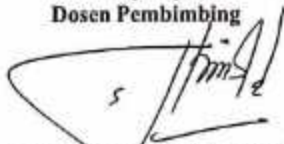
**PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO DI MEDIA SOSIAL DALAM
PROGRAM LAPAK GANJAR**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Jihan Juki Okvianti
19.96.1104

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom
(NIK. 190302361)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Jihan Juki Okvianti
NIM : 19.96.1104
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 19 Mei 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Jihan Juki Okvianti

NIM. 19.96.1104

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami 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. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Erfina Nurussa'adah, M.L.Kom selaku Dosen Pembimbing
5. Bapak Akhlis Nurdiansyah dan Bapak Markoni selaku Narasumber
6. Kedua Orang Tua Saya Jumono dan Sukiyem
7. Kakak-Kakak Saya Juki Eka Yulianti, Guntur Wibawa, dan Juki Ibrahim
8. Sahabat Saya Afifah Nur Latifah
9. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 02
10. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Yogyakarta, 19 Mei 2023



Jihan Juki Okvianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
NASKAH ARTIKEL JURNAL.....	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Metodologi Penelitian.....	5
1.3 Hasil dan Pembahasan.....	5
1.4 Kesimpulan.....	9
DAFTAR PUSTAKA.....	12
LAMPIRAN.....	14
2.1 <i>LETTER OF ACCEPTANCE</i> (LOA) DARI REDAKSI.....	14

INTISARI

Media sosial banyak dikenal oleh masyarakat hanya untuk berkomunikasi antar individu, namun saat ini media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi antar individu saja, tetapi juga digunakan untuk membentuk *personal branding*. Salah satunya media sosial *Instagram* Lapak Ganjar @lapak_ganjar yang merupakan akun dari program Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo untuk membangun *personal branding*. Selain untuk membangun *personal branding*, akun @lapak_ganjar juga ditujukan untuk membantu para pelaku UMKM Jawa Tengah yang sempat terdampak pandemi covid-19. Melalui program Lapak Ganjar, Ganjar Pranowo akan mendapatkan persepsi baik di mata masyarakat karena sikap kepeduliannya terhadap pelaku UMKM Jawa Tengah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Ganjar Pranowo dalam membentuk *personal branding* melalui media sosial *Instagram*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, studi dokumentasi dan studi literatur. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana Ganjar Pranowo dalam membentuk *personal brandingnya* terhadap masyarakat Jawa Tengah. Dalam program Lapak Ganjar, Ganjar Pranowo mengesankan bahwa dirinya merupakan sosok pemimpin yang peduli dengan UMKM, sosok pemimpin yang merakyat, dan sosok pemimpin yang milenial dengan keaktifannya di media sosial *Instagram*. Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo sangat mendukung UMKM Jawa Tengah, sehingga Ganjar Pranowo dinobatkan sebagai Bapak UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran tentang *personal branding* yang dilakukan oleh seorang politisi maupun seorang pemimpin.

Kata Kunci : Personal Branding, Instagram, Ganjar Pranowo, UMKM Personal Branding, Instagram, Ganjar Pranowo, UMKM

ABSTRACT

Social media is widely known by the public only for communicating between individuals, but currently social media is not only used as a means of communication between individuals, but is also used to form personal branding. One of them is the Instagram social media, Lapak Ganjar @lapak_ganjar, which is an account of the Central Java Governor Ganjar Pranowo's program to build personal branding. Apart from building personal branding, the @lapak_ganjar account is also intended to help Central Java UMKM who have been affected by the pandemi covid-19. Through the Stall Ganjar program, Ganjar Pranowo will get a good perception in the eyes of the public because of his caring attitude towards Central Java UMKM. The purpose of this research is to find out how Ganjar Pranowo forms personal branding through Instagram social media.

The method used in this research is descriptive qualitative with data collection techniques used are interviews, documentation studies and literature studies. This research is expected to explain how Ganjar Pranowo forms his personal branding for the people of Central Java. In the Lapak Ganjar program, Ganjar Pranowo impresses that he is a leader who cares about UMKM, a people leader, and a millennial leader with his activeness on Instagram social media. The governor of Central Java, Ganjar Pranowo, is very supportive of UMKM in Central Java, so that Ganjar Pranowo has been named the father of UMKM. This research is expected to be an illustration of personal branding carried out by a politician or a leader.

Keyword : Personal branding, Instagram, Ganjar Pranowo, UMKM