

***POLITICAL BRANDING* AKUN INSTAGRAM
@ANIES BASWEDAN DALAM ISU PILPRES
INDONESIA 2024**

SKRIPSI



**Oleh :
Arnanda Nopriandika
191110080**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

***POLITICAL BRANDING* AKUN INSTAGRAM
@ANIES BASWEDAN DALAM ISU PILPRES
INDONESIA 2024**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Arnanda Nopriandika
191110080**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Arnanda Nopriandika
Npm : 191110080
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

***POLITICAL BRANDING AKUN INSTAGRAM @ANIES BASWEDAN
DALAM ISU PILPRES INDONESIA 2024***

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi. ini dapat dibuktikan terdapat unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapa pun

Batam, 17 Januari 2024



Arnanda Nopriandika
191110080

**POLITICAL BRANDING AKUN INSTAGRAM
@ANIES BASWEDAN DALAM ISU PILPRES
INDONESIA 2024**

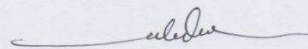
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Arnanda Nopriandika
191110080**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 19 Januari 2024



**Sholihul Abdidin, S.Sos.I., M.I.Kom
Pembimbing**

ABSTRAK

Munculnya Instagram sebagai New media membuat banyak orang memanfaatkan Instagram dalam beberapa aspek kehidupan, diantaranya sebagai media komunikasi maupun sebagai media dalam pemasaran produk atau jasa, dan media kampanye partai politik maupun media dalam *membranding* diri bagi para tokoh masyarakat serta politisi. Seperti halnya yang dilakukan oleh Anies Baswedan yang merupakan calon Presiden pada Pemilihan Presiden Indonesia 2024. Anies Baswedan melakukan *branding* pada dirinya melalui Instagram dengan cara menampilkan konten-konten yang berkaitan dengan kegiatan keseharian dan kegiatan saat ia kunjungan ke beberapa daerah yang ada di Indonesia. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana *political branding* akun Instagram @aniesbaswedan dalam isu pilpres Indonesia 2024, Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui *political branding* akun Instagram @aniesbaswedan dalam isu pilpres Indonesia 2024. jenis penelitian ini adalah Kualitatif, dengan menggunakan metode Kualitatif interpretatif dan pendekatan yang digunakan adalah *direct content analysis*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Miles and Huberman dengan empat tahapan yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Anies Baswedan *membranding* dirinya menjadi empat kategori dalam unggahannya di Instagram, kategori pertama sebagai pemimpin yang Jujur, kategori kedua Pemimpin yang Cerdas, kategori ketiga pemimpin yang Visioner, kategori keempat yaitu pemimpin yang mampu menjadi *Trendsetter*.

Kata Kunci : *Political Branding*; Pemilihan Presiden; Instagram; Media Sosial; Penelitian Kualitatif.

ABSTRACT

The emergence of Instagram as a new media has made many people take advantage of Instagram in several aspects of life, including as a medium of communication as well as a medium for marketing products or services, and media for political party campaigns and media for partitioning themselves for public figures and politicians. As was done by Anies Baswedan who is a presidential candidate in the 2024 Indonesian Presidential Election. Anies Baswedan branded himself through Instagram by displaying content related to daily activities and activities when he visited several regions in Indonesia. The formulation of the problem of this research is how the political branding of the Instagram account @aniesbaswedan in the 2024 Indonesian presidential election issue. The research conducted aims to determine the political branding of the Instagram account @aniesbaswedan in the 2024 Indonesian presidential election issue. This type of research is qualitative, using interpretive qualitative methods and approaches that used is direct content analysis. The data collection method in this study was Miles and Huberman with four stages consisting of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study indicate that Anies Baswedan divides himself into four categories in his uploads on Instagram, the first category is an honest leader, the second category is a smart leader, the third category is a visionary leader, the fourth category is a leader who is able to become a trendsetter.

Keywords : *Political Branding; Election; Instagram; Social Media; Qualitative Research*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan tahapan awal sebelum menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi ilmu komunikasi di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini tak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam, Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.si;
2. Dekan Fakultas Universitas Putera Batam, Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T.,M.I.Kom;
3. Ketua Program Studi Ilmu komunikasi, Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si;
4. Bapak Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
Ibu Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom, Ibu Rouli Afrilya, S.I.Kom., M.I.Kom, Ibu Renita Kurnia, S.I.Kom., M.I.Kom;
6. Ibu Asnimar dan Bapak Gustamam selaku orang tua yang selama ini tidak pernah Lelah dalam memberikan doa dan semangat.

Semoga Allah Swt, membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 19 Januari 2024



Arnanda Nopriandika

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat teoritis	13
1.5.2 Aspek Praktis	14
1.5.3 Aspek Sosial	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	15
2.1.1 Teori <i>Political Branding</i>	15
2.1.2 Instagram	16
2.1.3 Kepemimpinan	21
2.1.3.1 Karakter Pemimpinan	23
2.1.4 New Media	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Konseptual	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Obyek Penelitian	43
3.3 Subyek Penelitian	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1 Observasi	44
3.4.2 Dokumentasi	44
3.4.3 Studi Pustaka	45
3.5 Metode Analisis	45
3.5.1 Pengumpulan Data (<i>Data Colletion</i>)	46
3.5.2 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	46
3.5.3 penyajian data (<i>data display</i>)	47
3.5.4 Penarikan simpulan	47
3.6 Uji Kredibilitas Data	48
3.7 Jadwal Penelitian	49

3.7.1 Tempat Penelitian.....	49
3.7.2 Jadwal Penelitian.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Instagram @aniesbaswedan	50
4.1.2 Profil Anies Baswedan.....	50
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Foto/Video periode Januari yang berkaitan dengan <i>political branding</i>	52
4.2.2 Foto/Video periode Februari yang berkaitan dengan <i>political branding</i>	66
4.2.3 Foto/Video periode Maret yang berkaitan dengan <i>political branding</i>	80
4.3 Pembahasan.....	94
4.3.1 Pemimpin yang Cerdas	95
4.3.2 Pemimpin yang Jujur.....	96
4.3.3 Pemimpin yang Mampu menjadi <i>Trendsetter</i>	96
4.3.4 Pemimpin yang Memiliki visi yang baik/ visioner	97
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 <i>Facebook Account</i> Anies Baswedan.....	1
Gambar 1. 2 <i>Twitter Account</i> Anies Baswedan.....	2
Gambar 1. 3 <i>Instagram Account @aniesbaswedan</i>	2
Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia	4
Gambar 1. 5 Unggahan Konten @aniesbaswedan Bulan Januari	9
Gambar 1. 6 Unggahan Konten @aniesbaswedan Bulan Februari	10
Gambar 1. 7 Postingan Instagram @aniesbaswedan Periode Maret	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	41
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	43
Gambar 3. 2 Komponen Dalam analisis Data (Interaktif model).....	47
Gambar 3. 3 Triangulasi Periode Observasi.....	48
Gambar 4. 1 Anies Baswedan <i>Instgaram Account</i>	50
Gambar 4. 2 Anies berpidato di Panel <i>Discussion of ISEAS Yusof Ishak</i>	52
Gambar 4. 3 Penghargaan dari Universitas Oxford kepada Anies	53
Gambar 4. 4 Pertemuan Anies Baswedan di <i>Bloomberg NEF</i>	54
Gambar 4. 5 Pembicara Kuliah Umum Mengenai ASEAN	55
Gambar 4. 6 <i>PPI Dialogue In London</i>	56
Gambar 4. 7 Anies Baswedan Bersama peserta UMKM	57
Gambar 4. 8 Anies Baswedan menghadiri Nasdem <i>Youth Festival 2023</i>	57
Gambar 4. 9 Anies Bersama Tokoh ulama Banten	58
Gambar 4. 10 Anies Bersama Mantan Gubernur Banten	59
Gambar 4. 11 Anies Baswedan Bersama tokoh Ulama Lombok Tengah.	60
Gambar 4. 12 Kebersamaan Anies Baswedan dengan Putranya Mikail	61
Gambar 4. 13 Anies Baswedan Lagi membaca buku.....	62
Gambar 4. 14 Anies Baswedan menjelaskan proses transformasi transportasi publik di Jakarta	63
Gambar 4. 15 Ngobrol Sore Dengan Putri Tanjung	64
Gambar 4. 16 Anies di undang dalam kegiatan C40	65
Gambar 4. 17 Anies Baswedan Bersama Masyarakat Bima	66
Gambar 4. 18 Mengunjungi masyarakat Baduy luar	67
Gambar 4. 19 Anies Baswedan mengucapkan selamat Abad ke-2 NU.....	68
Gambar 4. 20 Anies Baswedan Ziarah Ke- Penggerak NU di Jakarta	68
Gambar 4. 21 Anies Baswedan Bersama Masyarakat Lombok	69
Gambar 4. 22 Anies Baswedan Bersama warga di Pasar Terapung Lok Bintang.	70
Gambar 4. 23 Anies Baswedan Bersama masyarakat Kalimantan Barat	71
Gambar 4. 24 Anies Baswedan Bersama anak-anak muda Kota Pontianak	72
Gambar 4. 25 Kebersamaan Anies Baswedan dengan Ibu-ibu BKMT	73
Gambar 4. 26 Sambutan masyarakat dari masyarakat Banjarbaru	74
Gambar 4. 27 Anies Baswedan bersama para masyarakat	75
Gambar 4. 28 Postingan bersama 500 relawan	76
Gambar 4. 29 Apel Siaga Pemenangan PKS di Stadion Madya Senayan	77
Gambar 4. 30 Postingan Anies Baswedan bersama pedagang singkong.	78
Gambar 4. 31 Anies Baswedan dengan pemuda Pancasila (pp).....	79

Gambar 4. 32	Anies Baswedan jadi pembicara di (NISTH) dan NTU	80
Gambar 4. 33	Anies Baswedan memberikan kuliah umum di ST Lee Annual Lecture.....	81
Gambar 4. 34	Anies Baswedan menjadi tamu di Stasiun Televisi ABC Australia	82
Gambar 4. 35	Kebersamaan Anies Baswedan dengan warga	83
Gambar 4. 36	Anies Baswedan pidato acara Simfoni Kebangsaan.....	84
Gambar 4. 37	Anies Baswedan Bersama Para tokoh ulama dan habaib	85
Gambar 4. 38	Anies Baswedan Bersama anak-anak muda kota Surabaya	86
Gambar 4. 39	Anies Baswedan memimpin apel siaga kemenangan PKS.....	87
Gambar 4. 40	Kunjungan Anies Baswedan ke Surabaya	88
Gambar 4. 41	Anies Baswedan bersama Abuya, K.H. Said Aqil Siroj.....	89
Gambar 4. 42	Anis Baswedan bersama dengan keluarga besar Demokrat	90
Gambar 4. 43	Anies Baswedan bersama anak-anak muda Kota Pontianak.	91
Gambar 4. 44	Kunjungan Anies Baswedan di kuliah umum.	92
Gambar 4. 45	Nolstalgia di pagi hari usai sholat subuh	93
Gambar 4. 46	Anies Baswedan melakukan koalisi perubahan untuk persatuan makin solid	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Karakter Pemimpin	27
Tabel 2. 2 <i>State of the art</i> Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Pedoman Observasi	44
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	49