

SKRIPSI

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* HAJI MUKHYAR MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENCALONAN SEBAGAI
WALI KOTA BANJARMASIN PADA TAHUN 2024**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh:
Mahathir Muhammad (2010414210007)

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI**

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024

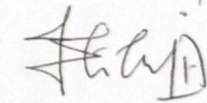


KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* HAJI MUKHYAR MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM PENCALONAN SEBAGAI WALI KOTA BANJARMASIN
PADA TAHUN 2024

- A. Nama Mahasiswa : Mahathir Muhammad
NIM : 2010414210007
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai (81,26) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 24 Juni 2024.
- C. Tim Penguji:
- Ketua
Muhammad Ainani, S.IP., M. Si
NIP. 198810282022031003
 - Sekretaris
Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M. Si
NIP. 198810282022031003
 - Anggota
Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A
NIP. 198911282020121011

()

()

Banjarmasin, 15 Juli 2024
Ketua Tim Penguji,

Muhammad Ainani, S.IP., M. Si
NIP. 198810282022031003

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221994021001

ABSTRAK

Mahathir Muhammad, 2010414210007, 2024, Strategi *Personal Branding* Haji Mukhyar Melalui Media Sosial Instagram Dalam Pencalonan Sebagai Wali Kota Banjarmasin Pada Tahun 2024. Di bawah bimbingan Muhammad Ainani.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pembentukan *personal branding* Haji Mukhyar dalam akun Instagram @haji.mukhyar dalam pencalonan sebagai Calon Wali Kota Banjarmasin Tahun 2024.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian, yaitu deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 2 orang, yaitu admin Instagram dan salah satu *follower* Instagram Haji Mukhyar.

Hasil penelitian ini adalah bahwa media sosial Instagram sangat berperan penting untuk membangun *personal branding* Haji Mukhyar. Pemanfaatan fitur-fitur pada aplikasi Instagram mampu membangun *personal branding* sebagai Calon Wali Kota Banjarmasin terutama dengan beberapa jenis konten yang menampilkan rekam jejak, profil, prestasi, dan kegiatan yang dilakukan oleh Haji Mukhyar. Penerapan 8 konsep *personal branding* oleh Peter Montoya pada akun Instagram @haji.mukhyar seperti spesialisasi (*the law of specialization*), kepemimpinan (*the law of leadership*), kepribadian (*the law of personality*), perbedaan (*the law of distinctiveness*), visibilitas (*the law of visibility*), kesatuan (*the law of unity*), nama baik (*the law of goodwill*) sudah diterapkan, namun terdapat 2 konsep yang belum maksimal, yaitu konsep keteguhan (*the law of persistence*) karena masih belum menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan konsep perbedaan (*the law of distinctiveness*) karena yang belum ada upaya untuk konsep tersebut.

Kata Kunci: Strategi, *Personal Branding*, Haji Mukhyar, Instagram, 8 Konsep *Personal Branding*, Wali Kota Banjarmasin.

ABSTRACT

Mahathir Muhammad, 2010414210007, 2024, Haji Mukhyar's Personal Branding Strategy Through Instagram Social Media in Running for Mayor of Banjarmasin in 2024. Under the guidance of Muhammad Ainani.

The purpose of this research is to find out how the strategy of forming Haji Mukhyar's personal branding in the Instagram account @haji.mukhyar in his candidacy as a candidate for Mayor of Banjarmasin in 2024.

The research approach used in this research is a qualitative approach with the type of research, namely qualitative descriptive. The data collection techniques used are interviews, observation and documentation. The informants in this study amounted to 2 people, namely the Instagram admin and one of Haji Mukhyar's Instagram followers.

The results of this study are that Instagram social media plays an important role in building Haji Mukhyar's personal branding. The utilization of features on the Instagram application is able to build personal branding as a Banjarmasin Mayor Candidate, especially with several types of content that display track records, profiles, achievements, and activities carried out by Haji Mukhyar. The application of 8 personal branding concepts by Peter Montaya on the Instagram account @haji. mukhyar such as specialization (the law of specialization), leadership (the law of leadership), personality (the law of personality), difference (the law of distinctiveness), visibility (the law of visibility), unity (the law of unity), goodwill (the law of goodwill) has been applied, but there are 2 concepts that have not been maximized, namely the concept of persistence (the law of persistence) because it still does not adjust to the times and the concept of difference (the law of distinctiveness) because there is no effort for the concept.

Keywords: Strategy, Personal Branding, Haji Mukhyar, Instagram, 8 Concepts of Personal Branding, Mayor of Banjarmasin.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, wr, wb.

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, di mana atas berkah rahmat dan hidayah-nya lah, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul, “STRATEGI *PERSONAL BRANDING* HAJI MUKHYAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENCALONAN SEBAGAI WALI KOTA BANJARMASIN PADA TAHUN 2024”. Selesainya skripsi ini juga dibantu oleh beberapa pihak-pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat sekaligus dosen penguji pertama yang telah memberikan saran dan solusi kepada peneliti.
4. Astinana Yuliarti, S.S. M.I.Kom. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan arahan dan masukan selama menjalani perkuliahan.
5. Muhammad Ainani, S.IP., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak pemikiran, meluangkan waktu, arahan, masukan serta solusi dalam membimbing peneliti menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran.

6. Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A. selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran dan solusi kepada peneliti.
7. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP ULM yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna selama perkuliahan berlangsung dari pertama kali secara *online*, bertemu secara tatap muka langsung, hingga penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Zainal Ilmi, S.Ag., M.Pd. dan Ibu Herlinawaty, S.Ag., M.Pd. sebagai orang tua peneliti. Atia Ilma, S.Pd. serta Ahmadi Nejad Ilmi sebagai kakak dan adik peneliti yang selalu mendoakan dan memotivasi tanpa henti untuk selalu sukses serta lancar dalam menjalankan perkuliahan hingga selesai.
9. Informan Peneliti Muhammad Fitri Zulkarnain (Admin Instagram @haji.mukhyar) dan Ahmad Ahdal (Pengikut akun Instagram @haji.mukhyar).
10. LPM INTR-O FISIP ULM selama 4 periode yang menyediakan tempat untuk beristirahat dan bertukar pikiran serta selalu membersamai peneliti untuk selalu termotivasi dalam menjalani perkuliahan dan masa aktif berorganisasi.
11. BEM FISIP ULM terkhusus Departemen KWU Tahun 2023 yang selalu menjadi tempat curhat dan bercanda baik saat masih aktif sebagai anggota atau ketika demisioner.
12. Kopi Wae, Miltie Bubble Adhyaksa, Me Cafe, Bersama Kopi, Satu Tujuh BJB dan seluruh tempat yang pernah dikunjungi peneliti untuk menyelesaikan proposal hingga skripsi ini. Terkhusus untuk UPZ Bakti Bersama yang memberikan tempat untuk menyelesaikan skripsi ketika dalam masa sulit.

13. Seluruh teman seperjuangan dari *online* menuju *offline* “Angkor (Angkatan Korona)” Angkatan 2020 prodi Ilmu Komunikasi FISIP ULM dan seluruh sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu selalu berbagi informasi, saran, dan semangat kepada penulis saat menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada pemilik NIM 2010119220006 yang berada di fakultas sebelah. Terima kasih sudah menjadi rumah kedua untuk berkeluh kesah dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Segala hal kontribusi dari tenaga, waktu, dan saran yang telah dilakukan adalah bentuk kita mampu melewati masa-masa perkuliahan hingga pembuatan skripsi ini.
15. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, and I wanna thank me for just being me at all times.*

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Untuk itu, dengan rendah hati peneliti mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk memperbaiki kekurangan dari skripsi ini.

Wassalamualaikum, wr, wb.

Banjarmasin, Juli 2024

Mahathir Muhammad
NIM.2010414210007

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	X
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian	17
1.4.1. Manfaat Teoritis	17
1.4.2. Manfaat Praktis	17
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Sejenis	18
2.2 Tinjauan Konseptual	27
2.2.1 Komunikasi Politik	27
2.2.2 Strategi Komunikasi Politik	34
2.2.3 <i>Personal Branding</i>	37
A. Pengertian <i>Personal Branding</i>	37
B. Fungsi <i>Personal Branding</i>	39
C. Tujuan <i>Personal Branding</i>	40
D. Delapan Konsep <i>Personal Branding (The Eight Laws Of Personal Branding)</i>	41
2.2.3 <i>New Media</i>	46
2.2.4 Media Sosial	48
A. Pengertian Media Sosial	48
B. Fungsi Media Sosial	50
C. Karakteristik Media Sosial	51
D. Jenis-Jenis Media Sosial	52
2.2.5 Instagram	54

2.2.6 Wali Kota Banjarmasin	57
2.3 Tinjauan Teoritis	59
2.3.1 Teori Pengelolaan Kesan (<i>Impression Management Theory</i>)	59
2.4 Kerangka Berpikir	62
BAB III	63
METODE PENELITIAN	63
3.1 Pendekatan Penelitian	63
3.2 Tipe Penelitian	63
3.3 Objek Penelitian	64
3.4 Informan Penelitian	64
a) Informan Kunci	65
b) Informan Pendukung	65
3.5 Jenis dan Sumber Data	66
3.6 Teknik Pengumpulan Data	66
3.7 Teknik Analisis Data	68
3.8 Triangulasi Data	69
3.9 Waktu dan Lokasi Penelitian	71
BAB IV	72
HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Gambaran Umum	72
4.1.1 Profil Haji Mukhyar	72
4.1.2 Profil Instagram Haji Mukhyar	74
4.2 Hasil Penelitian	77
4.2.1 Personal Branding Haji Mukhyar melalui akun Instagram @haji.mukhyar77	
4.1.2 Fitur-Fitur Instagram Yang Dimanfaatkan Oleh Haji Mukhyar	88
4.1.3 Penerapan 8 konsep <i>personal branding</i> oleh Peter Montoya pada	
Instagram Haji Mukhyar	95
4.1.4 Pengaruh <i>personal branding</i> Haji Mukhyar terhadap pengikut akun	
Instagram @haji.mukhyar	124
4.1.5 Rekapitulasi Hasil Penelitian	128
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	130
4.3.1 Analisis strategi membangun <i>personal branding</i> dengan menggunakan 8	
konsep <i>personal branding</i> oleh Peter Montoya	133
4.3.2 Penggunaan New Media dalam membangun <i>Personal branding</i> Haji	

Mukhyar	144
4.3.3 Penerapan Komunikasi Politik dalam Personal Branding Haji Mukhyar	148
4.3.4 Relevansi penelitian dengan Teori Pengelolaan Kesan oleh Goffman ...	149
BAB V	152
PENUTUP	152
5.1 Kesimpulan	152
5.2 Saran	153
A. Saran Praktis:	153
B. Saran Teoritis	153
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN	159
Lampiran 1. Draft Wawancara	160
Lampiran 2. Hasil Wawancara	164
Lampiran 3. Dokumentasi wawancara dengan informan	173

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis.....	22
Tabel 4.1 Rekapitulasi hasil temuan jenis postingan pada akun Instagram @haji.mukhyar.....	128
Tabel 4.2 Rekapitulasi hasil temuan penggunaan fitur Instagram pada akun @haji.mukhyar.....	128
Tabel 4.3 Rekapitulasi hasil temuan penerapan 8 konsep <i>personal branding</i> oleh Peter Montoya pada akun @haji.mukhyar.....	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data Rata-Rata Waktu Penggunaan Media Sosial di Indonesia....	4
Gambar 1.3 Data Media Sosial yang Paling Sering Digunakan.....	5
Gambar 1.4 Judul Berita Haji Mukhyar telah dicalonkan menjadi Calon Wali Kota Banjarmasin.....	8
Gambar 1.5 Halaman Akun Intagram @haji.mukhyar.....	9
Gambar 1.6 Hasil Survei Calon Wali KotaBanjarmasin oleh LSPP.....	12
Gambar 1.7 Perbandingan jumlah <i>follower</i> Instagram 3 Nama Teratas Calon Wali Kota Banjarmasin.....	13
Gambar 4.1 Potret Haji Mukhyar saat menjabat PLH Wali Kota Banjarmasin	74
Gambar 4.2 <i>Bio</i> Instagram Haji Mukhyar.....	77
Gambar 4.3 Salah satu postingan capaian Haji Mukhyar di Instagram.....	79
Gambar 4.4 Postingan Haji Mukhyar di Instagram mengunjungi Pasar Lama Banjamasin dan berbincang dengan pedagang.....	81
Gambar 4.5 Postingan Haji Mukhyar di Instagram ketik sedang berbuka puasa dengan masyarakat Kelurahan Mantuil.....	82
Gambar 4.6 Postingan Profil singkat Haji Mukhyar di Instagram versi infografik dan <i>reels</i>	83
Gambar 4.7 Postingan Haji Mukhyar sedang mengunjungi istri sahabatnya yang sedang sakit.....	83
Gambar 4.8 Postingan Haji Mukhyar bertemu dengan sahabatnya.....	84
Gambar 4.9 Postingan Haji Mukhyar tentang gagasan untuk anak muda.....	85
Gambar 4.10 Postingan Haji Mukhyar berisi gagasan untuk UMKM Sasirangan	86
Gambar 4.11 Postingan testimoni terhadap Haji Mukhyar.....	87
Gambar 4.12 Postingan kilas balik Haji Mukhyar sebagai Plh Wali Kota Banjarmasin.....	88
Gambar 4.13 Instagram Strory pada akun @haji.mukhyar.....	89
Gambar 4.14 Postingan foto dan <i>reels</i> pada akun @haji.mukhyar.....	90
Gambar 4.15 Contoh <i>caption</i> yang digunakan pada akun @haji.mukhyar.....	91
Gambar 4.16 Contoh <i>mention</i> pada akun @haji.mukhyar.....	92

Gambar 4.17 Contoh Tagar yang digunakan pada akun @haji.mukhyar.....	93
Gambar 4.18 Contoh komentar pada akun @haji.mukhyar.....	95
Gambar 4.19 Postingan Haji Mukhyar pernah menjadi birokrat selama 32 tahun	96
Gambar 4.20 Salah satu postingan yang menampilkan prestasi Haji Mukhyar	97
Gambar 4.21 Salah satu postingan video yang menampilkan prestasi Haji Mukhyar diiringi dengan narasi pada video.....	99
Gambar 4.22 Postingan Haji Mukhyar pernah mendapat 3 jabatan sekaligus...	100
Gambar 4.23 Beberapa komentar positif tentang kepemimpinan Haji Mukhyar	101
Gambar 4.24 Postingan <i>reels</i> tentang pendapat seseorang terhadap kepemimpinan Haji Mukhyar.....	102
Gambar 4.25 Postingan survei Wali Kota Banjarmasin pada akun Haji Mukhyar	103
Gambar 4.26 Salah Satu Postingan yang termuat #silaturahmi pada caption....	105
Gambar 4.27 Salah Satu cover reels yang termuat #HajiMukhyarSilaturahmi..	105
Gambar 4.28 Salah Satu <i>reels</i> ketika Haji Mukhyar berdialog dengan atlet silat Kota Banjarmasin.....	107
Gambar 4.29 Beberapa konten #HajiMukhyarSilaturahmi.....	110
Gambar 4.30 Salah satu postingan foto yang menggunakan kalimat dan slogan	111
Gambar 4.31 Penggunaan tagar yang konsisten pada <i>caption</i>	112
Gambar 4.32 Postingan kunjungan dan silaturahmi Haji Mukhyar pada akun @mukhyarmukri.....	114
Gambar 4.33 Beberapa potret Haji Mukhyar berinteraksi dengan masyarakat di akun <i>official</i> miliknya.....	115
Gambar 4.34 Postingan <i>reels</i> yang menampilkan warga menyuarakan slogan “Siapa yang pian tunggu di 2024”.....	116
Gambar 4.35 Perbandingan postingan pertama pada tahun 2022 dan postingan terbaru per 28 April 2024.....	117
Gambar 4.36 Lagu-lagu yang digunakan dalam postingan Haji Mukhyar.....	119
Gambar 4.37 Cuplikan Haji Mukhyar sedang mengendarai motor vespa.....	120

Gambar 4.38 Cuplikan Haji Mukhyar sedang melakukan gerakan tanpa kantong plastik di sebuah pasar.....	121
Gambar 4.39 Komentar positif untuk gerakan tanpa kantong plastik.....	123