



**PERSEPSI PUBLIK TERHADAP PRESIDEN DAN WAKIL
PRESIDEN DALAM SATU TAHUN KEPEMIMPINAN
(Survei Followers Akun Instagram @republikindonesia)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

DEA MELYANASARI

44321110020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2026**



**PERSEPSI PUBLIK TERHADAP PRESIDEN DAN WAKIL
PRESIDEN DALAM SATU TAHUN KEPEMIMPINAN
(Survei Followers Akun Instagram @republikindonesia)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

DEA MELYANASARI

44321110020

**PROGRAM STUDI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dea Melyanasari

NIM 44321110020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Persepsi Publik terhadap Presiden dan Wakil Presiden Dalam Satu Tahun Kepemimpinan (Survei Followers Akun *Instagram @republikindonesia*)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 13 Januari 2026



Dea Melyanasari

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Dea Melyanasari

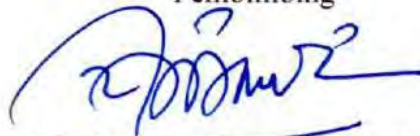
NIM : 44321110020

Fakultas/Program studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 30 Desember 2025 dan diterima sebagai bagaian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



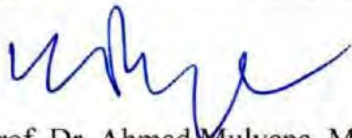
(Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.IKom)

NIDN : 0726067701

Jakarta, 13 Januari 2026

Mengetahui,

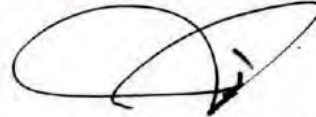
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN : 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

NIDN : 0301117301

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Dea Melyanasari
NIM : 44321110020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Dengan judul “Persepsi Publik Terhadap Presiden dan Wakil Presiden Dalam Satu Tahun Kepemimpinan”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 9 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 16%

Jakarta, 9 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dea Melyanasari

NIM 44321110020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Persepsi Publik terhadap Presiden dan Wakil Presiden Dalam Satu Tahun Kepemimpinan (Survei Followers Akun Instagram @republikindonesia)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non – Eksklusif (Non – eksklusive royalty – Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non – Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Januari 2026

Yang menyatakan



(Dea Melyanasari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkat telah memberikan rahmat serta karunia- Nya sehingga skripsi dengan judul Persepsi Publik terhadap Presiden dan Wakil Presiden dalam Satu Tahun Kepmimpinan (Survey followers akun Instagram @republikindonesia), peneliti dapat tercapai dan terselesaikan sesuai dan seturut dengan kehendak-Nya.

Skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai syarat untuk dapat memenuhi gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi banyak tantangan serta perjuangan yang harus ditempuh, namun hal-hal tersebut dapat terlewati berkat bimbingan, nasehat, dan saran dari berbagai pihak yang terlibat sehingga pembuatan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan. Pada kesempatan ini izinkan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr.Ir. Andi Adiansyah, M. Eng. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.IKom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap Dosen pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti selama perkuliahan berlangsung.
6. Segenap Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung, menuntun dan membantu Laporan Skripsi ini.
7. Kepada , Mama dan Ayah kandung saya yang selalu mendoakan penulis, menjadi penyemangat saya sekaligus sandaran terkuat untuk menghadapi kerasnya dunia ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk beliau.

8. Kepada Tia Afrinalti, terima kasih yang tak terhingga telah menjadi sahabat terbaik sekaligus tempat berkeluh kesah yang selalu ada di setiap suka dan duka.
9. Kepada Nadhira, terima kasih atas setiap dukungan, semangat, dan kebersamaan dalam menemani penulis di setiap proses perkuliahan.
10. Kepada Kak Noven Sagita, selaku teman seperjuangan semasa perkuliahan yang tak pernah Lelah memberi semangat di kala mental mulai goyah. Dan terima kasih telah menjadi sosok yang selalu mengingatkan untuk tetap percaya diri.
11. Kepada Adel dan Elza, selaku rekan kerja saya di Mal Mangga Dua yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan canda tawa pada penulis. Kehadiran kalian membuat setiap hari kerja terasa lebih ringan dan penuh makna.

Sebagai Mahasiswa, Peneliti menyadari bahwa dari skripsi yang dibuat tidak luput dari kekurangan dan ketidaksempurnaan, oleh karena itu atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan Laporan Skripsi ini, peneliti meminta maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun. Harapan peneliti yaitu, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak kepada peneliti

Jakarta. 13 Januari 2026

ABSTRAK

Nama : Dea Melyanasari
NIM : 44321110020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Persepsi Publik terhadap Presiden dan Wakil Presiden dalam Satu Tahun Kepemimpinan melalui Akun Instagram @republikindonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi publik terhadap kepemimpinan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia yang ditampilkan melalui akun Instagram resmi @republikindonesia pada periode satu tahun pertama masa jabatan, yaitu Oktober 2024 hingga Oktober 2025. Penelitian ini berfokus untuk menganalisis bagaimana konten dan gaya komunikasi yang disajikan dalam akun tersebut mampu membentuk citra kepemimpinan di mata publik.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi Publik, dengan tiga dimensi berdasarkan teori Kotler dan Keller (2008), yaitu Uniqueness (Keunikan), Favorability (Kefavoritan), dan Strength (Kekuatan). Paradigma penelitian ini menggunakan positivisme dengan metode deskriptif kuantitatif melalui survei kuesioner. Populasi penelitian adalah followers akun Instagram @republikindonesia yang berjumlah lebih dari 3,7 juta pengikut, dengan sampel sebanyak 400 responden yang diperoleh menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh rata-rata skor persepsi publik sebesar 4,10 yang termasuk dalam kategori positif (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa konten dan komunikasi yang ditampilkan melalui akun @republikindonesia dinilai berhasil menampilkan citra kepemimpinan yang kuat, dekat dengan rakyat, serta konsisten dalam menyampaikan informasi terkait kinerja pemerintah.

Kesimpulan penelitian ini membuktikan bahwa media sosial, khususnya Instagram, berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap citra kepemimpinan nasional. Strategi komunikasi digital yang diterapkan melalui akun @republikindonesia mencerminkan pendekatan marketing communication dan advertising non-komersial yang efektif dalam memperkuat kepercayaan dan kedekatan pemerintah dengan masyarakat.

Kata Kunci: Persepsi Publik, Kepemimpinan, Instagram, Komunikasi Pemerintah, @republikindonesia

ABSTRACT

Name : Dea Melyanasari
Student ID : 44321110020
Study Program : Communication
Thesis Title : Public Perception of the President and Vice President in Their First Year of Leadership through the Instagram Account @republikindonesia

This study aims to determine the public perception of the leadership of the President and Vice President of the Republic of Indonesia as portrayed through the official Instagram account @republikindonesia during their first year in office, from October 2024 to October 2025. The research focuses on analyzing how the content and communication style presented on the account shape the public's perception of national leadership.

The variable used in this research is Public Perception, with three dimensions based on Kotler and Keller's (2008) theory: Uniqueness, Favorability, and Strength. This study applies a positivist paradigm with a quantitative descriptive method using a questionnaire survey. The population consists of more than 3.6 million followers of the Instagram account @republikindonesia, with a sample of 413 respondents determined using the Slovin formula with a 5% margin of error.

The research findings show an average public perception score of 4.10, which falls into the positive (agree) category. This indicates that the content and communication style displayed through the @republikindonesia account successfully portray a strong, approachable, and consistent image of leadership that effectively informs the public about governmental activities and policies.

The study concludes that social media, particularly Instagram, plays an important role in shaping public perception of national leadership. The digital communication strategy implemented through the @republikindonesia account reflects an effective marketing communication and non-commercial advertising approach in strengthening public trust and engagement with the government.

Keywords: Public Perception, Leadership, Instagram, Government Communication, @republikindonesia

DAFTAR ISI

PERSEPSI PUBLIK TERHADAP PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN DALAM SATU TAHUN KEPEMIMPINAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I.....	 1
PENDAHULUAN.....	1
1) Latar Belakang Penelitian.....	1
2) Rumusan Masalah.....	5
3) Tujuan Penelitian.....	5
4) Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.2 Brand Image.....	20
2.2.3 Personal Branding.....	22
2.2.4 Media Sosial Instagram.....	24
BAB III.....	28

METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian.....	28
3.2 Metodologi Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV.....	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.3 Hasil Penelitian.....	53
4.3 Analisis Deskriptif (Mean Median Modus).....	82
4.4 Pembahasan.....	84
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	39
Tabel 3.2 Skala Likert.....	43
Tabel 4.3.1 Karakteristik Data Responden.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi.....	60
Tabel 4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Persepsi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden.....	4
Gambar 2 Data Sekunder Peluncuran Artikel.....	44
Gambar 3 Akun Instagram @republikindonesia.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Penelitian.....	94
Lmapiran 2 Hasil Presentase Kuesioner.....	101
Lmapiran 3 Hasil Uji Validitas.....	111
Lampiran 4 Hasil Uji Relibilitas.....	112
Lampiran 5 Curriculum Vitae.....	113