



**RESEPSI REMAJA GEN Z PADA *PERSONAL BRANDING*
RIDWAN KAMIL SEBAGAI GUBERNUR MILENIAL JAWA
BARAT DI INSTAGRAM**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
NIDA KHAIRUNNISA
44220010053

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nida Khairunnisa
NIM : 44220010053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Remaja Gen Z
Pada Personal Branding
Ridwan Kamil Sebagai Gubernur
Milenial Jawa Barat Di Instagram

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, 3 September 2024



Nida Khairunnisa

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nida Khairunnisa
NIM : 44220010053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Remaja Gen Z
Pada Personal Branding
Ridwan Kamil Sebagai Gubernur
Milenial Jawa Barat Di Instagram

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

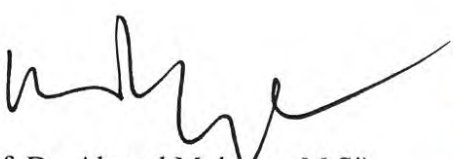
Pembimbing 1 : Anindita, S.Pd, M.I.Kom ()
NIDN : 0306018903
Ketua Penguji : Dr. Ira Purwitasari, M.I.Kom ()
NIDN : 0302066903
Penguji Ahli : Riki Arswendi, M.I.Kom ()
NIDN : 0316088503

Jakarta, 3 September 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nida Khairunnisa
NIM : 44220010053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Remaja Gen Z Pada
Personal Branding Ridwan Kamil
Sebagai Gubernur Milenial Jawa
Barat Di Instagram

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

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/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, 3 September 2024

Yang menyatakan,

Nida Khairunnisa

ABSTRAK

Nama : Nida khairunnisa
NIM : 44220010053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Remaja Gen Z Pada Personal Branding
Ridwan Kamil Sebagai Gubernur Jawa Barat Di
Instagram
Pembimbing : Anindita, M.Ikom

Personal branding memberikan ciri khas atau menambah nilai bagi si pemilik akun itu sendiri, ciri khas tadi dapat dilihat dari bentuk konten yang diproduksi oleh pemilik akun, sehingga orang yang mengikuti atau *followers* mereka akan mengingatnya dan akan lebih mudah untuk mengidentifikasi pasar atau segmentasi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Resepsi Remaja Gen Z pada *personal branding* Ridwan Kamil sebagai Gubernur *Milenial* Jawa Barat di Instagram. Konsep dalam penelitian ini meliputi resepsi, yaitu bagaimana remaja Gen Z memahami dan *merespons personal branding* Ridwan Kamil di Instagram. Personal branding mencakup bagaimana Ridwan Kamil memproyeksikan dirinya sebagai Gubernur *Milenial* melalui media sosial. Instagram adalah platform utama yang digunakan untuk membangun *personal branding* ini. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis resepsi Stuart Hall. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan sepuluh informan. Hasil penelitian menunjukkan pemaknaan remaja Gen Z terkait *personal branding* Ridwan Kamil sebagai Gubernur *milenial* berbeda-beda. Dalam penelitian ini, informan dibagi menjadi tiga posisi yaitu *dominan hegemoni*, *negosiasi*, dan *oposisi*. Terdapat empat informan yang berada di posisi *Negosiasi* dan enam sisanya berada di posisi *Oposisi*.

Kata Kunci: Resepsi Gen Z, Personal Branding, Ridwan Kamil

ABSTRACT

Name : Nida Khairunnisa
NIM : 44220010053
Study Program : *Communication Science*
Title of Thesis Report : *Gen Z Teenagers' Reception of Personal Branding
Ridwan Kamil as Governor of West Java on
Instagram*
Advisor : Anindita, M.Ikom

Personal branding becomes a characteristic or added value for the account owner itself, this characteristic can be seen from the form of content produced by the account owner, so that people who follow or followers will remember it and will more easily identify the market or segmentation. This research aims to find out the reception of Gen Z teenagers towards Ridwan Kamil's personal branding as the Millennial Governor of West Java on Instagram. The concepts in this research include reception, which is how Gen Z teenagers understand and respond to Ridwan Kamil's personal branding on Instagram. Personal branding includes how Ridwan Kamil projects himself as the Millennial Governor through social media. Instagram is the main platform used to build the personal branding. This research approach is qualitative with a constructivism paradigm. The research method used in this research is Stuart Hall's reception analysis method. The data collection technique used was in-depth interviews with ten informants. The results of this study show that the meaning of Gen Z teenagers related to Ridwan Kamil's personal branding as a millennial governor is different. In this study, informants are divided into three positions, namely dominant hegemony, negotiation, and opposition. There are four informants who are in the Negotiation position and the remaining six are in the Opposition position.

Keywords: *Gen Z Reception, Personal Branding, Ridwan Kamil*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya kepada penulis berupa kesehatan rohani maupun jasmani, sehingga berkat Ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Shalawat serta salam tidak lupa penulis sampaikan kepada Baginda Nabi Besar kita Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penulisan Tugas Akhir dengan judul **RESEPSI REMAJA GEN Z PADA PERSONAL BRANDING RIDWAN KAMIL SEBAGAI GUBERNUR MILENIAL JAWA BARAT DI INSTAGRAM** ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada program studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan serta dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Anindita, S.Pd, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing saya yang sudah banyak memberikan masukan dan saran untuk penelitian saya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini
2. Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Untuk kedua orang tua saya. Alm. Muhammad Nur dan Rohmah yang senantiasa memberikan doa, dukungan serta nasihat kepada saya, sehingga saya mampu untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Untuk teman-teman terbaik saya (Putri Dita Larasati, Ananda Alya Shafira, dan Nabilah Nada) yang selalu mengingatkan, menghibur, mendukung serta membantu saya dalam segala hal yang belum tentu dapat saya selesaikan sendiri.
6. Serta terima kasih untuk diri saya sendiri, Nida Khairunnisa. Terima kasih telah berusaha mengerjakan tugas sebagai mahasiswa dan sebagai anak, sehingga masih bisa berjumpa sampai di hari ini, dan untuk seterusnya tetap semangat, tetap jadi diri sendiri yang dapat membanggakan kedua orang tua, dan membawa kebahagiaan bagi semua orang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna terutama bagi penulis dan pembaca khususnya pada bidang studi *Public Relations*. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan kata dan kesalahan penulis dalam skripsi ini.

Jakarta, 14 Agustus 2024

Nida Khairunnisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Akademis.....	12
1.4.2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis	21
2.2.1 Public Relations	21
2.2.2 Personal Branding.....	23
2.2.3 Impression Management.....	28
2.2.4 Media Baru	29
2.2.4.1 Fungsi Media Baru.....	31
2.2.5 Instagram	35
2.2.7 Karakteristik Generasi Millennial	40

2.2.8 Karakteristik Generasi Z.....	42
2.2.9 Teori Resepsi Stuart Hall.....	44
2.2.10 Encoding-Decoding.....	47
2.2.11 <i>Followers</i>	49
BAB III.....	50
METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Paradigma Penelitian	50
3.2 Metode Penelitian.....	50
3.3 Subyek Penelitian	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1 Data Primer.....	54
3.4.2 Data Sekunder	54
3.5 Teknik Analisis Data	55
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Profil Ridwan Kamil.....	59
4.1.2 Profil Akun Instagram @ridwankamil	62
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Awal Mengikuti Akun Instagram @ridwankamil	64
4.2.2 Interpretasi Khalayak Tentang Ridwan Kamil	72
4.3 Pembahasan	81
4.3.1 Resepsi Khalayak Menurut Stuart Hall	82
4.3.2 Faktor-Faktor Pemaknaan.....	86
BAB V.....	89
KESIMPULAN & SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	92
5.2.1 Saran Akademis	92
5.2.2 Saran Praktis	92

DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	16
Tabel 2.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 data pengguna instagram DataIndonesia.id.....	2
Gambar 2 Akun Instagram @ridwankamil	3
Gambar 3 Akun Instagram @ridwankamil	5
Gambar 4 Akun Instagram Ridwan Kamil @ridwankamil.....	6
Gambar 5 Akun Instagram Ridwan Kamil @ridwankamil	7
Gambar 6 Akun Instagram Ridwan Kamil @ridwankamil.....	8
Gambar 7 Foto Profil Instagram Ridwan Kamil	9
Gambar 8 Profile Ridwan Kamil.....	59
Gambar 9 Profil Akun Instagram @ridwankamil	62

