



5969/KOM-D/SD-S1/2023

**ANALISIS NETNOGRAFI PERSONAL BRANDING  
KAPOLDA RIAU MELALUI AKUN @MOH.IQBAL.91  
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

© Hak cipta milik



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (SI) Ilmu Komunikasi (S. I. Kom)**

Oleh:

**YUSVIKA ANGGRAINI**  
**NIM. 11840322004**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**2023**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

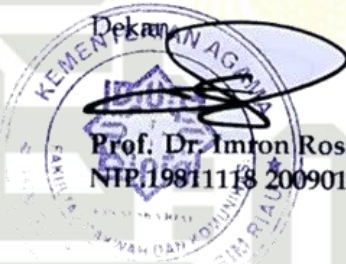
Nama : Yusvika Anggraini  
NIM : 11840322004  
Judul : Analisis Netnografi Personal Branding Kapolda Riau Melalui Akun @Moh.Iqbal.91 Pada Media Sosial Instagram.

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 03 Juli 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Juli 2023



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A  
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si  
NIP. 19810313 201101 1 004

Penguji III,

Rafdeadi, MA  
NIP. 19821225 201101 1 011

Sekretaris/ Penguji II,

Rosmita, M.Ag  
NIP. 19741113 200501 2 005

Penguji IV,

Mardiah Rubani, M.Si  
NIP. 19790302 200701 2 023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Fungsinya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Fungsinya tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



# ANALISIS NETNOGRAFI PERSONAL BRANDING KAPOLDA RIAU MELALUI AKUN @MOH.IQBAL.91 PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Disusun Oleh:

**Yusvika Anggraini**  
NIM. 11840322004

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 15 Juni 2023

Pembimbing,

**Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M. Si.**  
NIP. 19940213 201903 2 015

Mengetahui:

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Pekanbaru, 15 Juni 2023

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

di  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Yusvika Anggraini  
NIM : 11840322004  
Judul Skripsi : Analisis Netnografi Personal Branding Kapolda Riau Melalui Akun @Moh.Iqbal.91 Pada Media Sosial Instagram.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pembimbing,

**Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M. Si.**

**NIP. 19940213 201903 2 015**

Mengetahui :

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,**

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**

**NIP. 19810313 201101 1 004**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta, milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

: Yusvika Anggraini  
 : 11840322004  
 : Semunai, 10 Desember 1998  
 : Ilmu Komunikasi  
 : Analisis Netnografi Personal Branding Kapolda Riau Melalui Akun @Moh.Iqbal.91 Pada Media Sosial Instagram.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan tercantum sebagai bagian dari skripsi ini jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada Footnote dan Daftar Pustaka. Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan paksaan dari pihak manapun. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan gelar, yang diperoleh dari Skripsi ini. Sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Pekanbaru, 15 Juli 2023  
 Yang membuat pernyataan



**Yusvika Anggraini**  
**NIM. 11840322004**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan atau melakukan tindakan yang sama dengan atau bertentangan dengan hak cipta yang bersangkutan.
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Yusvika Anggraini**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Analisis Netnografi Personal Branding Kapolda Riau Melalui Akun @moh.iqbal.91 Pada Media Sosial Instagram**

Tujuan dari penelitian ini untuk Mengetahui bentuk personal branding yang di lakukan Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H melalui akun instagram @moh.iqbal.91 juga menganalisis lebih dalam seperti apa konsep personal branding Kapolda Riau Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H melalui akun instagram @moh.iqbal.91 dengan menggunakan delapan unsur konsep dalam membangun personal branding seperti Spesialisasi (*The law of specialization*), Kepemimpinan (*The law of leadership*), Kepribadian (*The law of of personality*),Perbedaan (*The law of distinctiveness*),Terlihat (*The law of visibility*), Kesatuan (*The law of unity*), Keteguhan (*The law of persistence*) Nama baik (*The law of goodwill*).Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis netnografi dengan melakukan *jurnaling* dan catatan imersi selain catatan imersi dan jurnal penelitian ini juga melakukan beberapa tahapan sebelum melakukan catatan imersi yaitu proses investigasi, interaksi, partisipasi dan imersi dan integritas.Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H menggunakan tujuh dari delapan unsur konsep membangun personal branding dari Peter Montoya yaitu Spesialisasi (*The law of specialization*) Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H digambarkan sebagai sosok yang mumpuni dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab juga mendapatkan pencapaian-pencapaian yang sangat baik. Kepemimpinan (*The law of leadership*) penggambaran pemimpin berkarakter tegas, Kepribadian (*The law of of personality*) tergambar dari postingan dan banyaknya komentar warganet yang berkomentar tentang kepribadia Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H ,Perbedaan (*The law of distinctiveness*) melakukan perbedan dalam merangkul anggotanya dan memberikan motivasi guna membakar semangat dalam bekerja. Terlihat (*The law of visibility*) berkolaborasi dengan media lokal yaitu stasiun TV lokal. Keteguhan (*The law of persistence*) konsisten selalu menposting informasi terkait dengan tugas tanggung jawabnya. Nama baik (*The law of goodwill*) dengan membagikan potret keberhasilannya saat bertugas selain informasi berita penting yang harus masyarakat ketahui.

**Kata kunci : Instagram, Personal Branding, Irjen Muhammad Iqbal**



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRACT**

**Name** : Yusvika Anggraini  
**Subject** : Public Realtion Of Comunication  
**Title** :Netnograf Analizing Of Personal Branding Of Kapolda Riau Through Media Social @moh.iqbal.91 Instagram Account

*This research aimed to reveal the personal branding form which Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H used through his account Instagram @moh.iqbal.91 digging further about the personal branding concept that is built by eight laws such as: specialization, leadership, personality, distinctiveness, visibility, unity, persistence and goodwill. The research is applying netnograf analizing metode through journaling and being imersi noted furthermore there are several steps before writing the imersi noted the process is investigation, interaction, participation, imersi and integritas. The result of this reaserch reveals that Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H applying seven laws of personal branding concept according peter Montoya teori that is specialization he is described as a person who have professional, responsibility in his duty that is proof by his achievements, leadership in this laws he is described a leader who have a firm character, some of netizens describing he is leader who have empathy, sympathy, and humbel through the contenct of his Instagram this is personality laws, distinctiveness laws by describing his leadership is different by embrace the member, visibility collaborating with local media such local television Rtv he become a news anchor , persistence in conducting content in his Instagram account and goodwill by shared his successful of his duties besides urgent imformation to share in his account.*

**Key word** : instagram, personal branding, Irjen muhammad iqbal



## KATA PENGANTAR

الرحيم الرحمن الله بسم

*Assalammu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.*

Rangkaian puji dan syukur tidak terhingga kepada Allah SWT, yang menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan bagi penulis melewati hari demi hari di kampus islami madani ini. Menganugerahkan ilmu kepada penulis melalui insan-insan luar biasa yang belum pernah penulis temui sebelumnya. Shalawat teriring salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah memberi kita pelita Agama Islam dari gelapnya Zaman Jahiliyah, dengan ucapan *Allahumma sholli 'ala Sayyidina Muhammad wa 'ala Ali Sayyidina Muhammad*. Semoga kita mendapat syafaatnya di *yaumil qiyamah*. *Aamiin*.

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Analisis Netnografi Personal Branding Kapolda Riau Melalui Akun @Moh.Iqbal.91 Pada Media Sosial Instagram”. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Melalui kesempatan ini, secara khusus penulis ucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada Ayahanda Wagianto dan Ibunda Ida Wati yang tak pernah lelah memberikan dukungannya untuk penulis, menjadi sandaran ketika sedang lelah, menjadi penyangga ketika hampir rebah, dan menjadi alasan kekuatan utama penulis untuk tetap melangkah dalam menyelesaikan penelitian. Terimakasih untuk setiap tetes peluh, keringat serta air mata, skripsi ini merupakan salah satu balasan kecil, bukti cinta untuk setiap pengorbanan kalian.

Terimakasih pula penulis ucapkan kepada kakanda Siti Hastuti yang selalu memberi semangat dan dukungannya untuk kesuksesan penelitian ini. Terutama terimakasih atas kesediannya menjadi pembimbing banyangan dalam rangkaian penelitian ini dari awal. Terimakasih juga pada diri sendiri yang terus





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berusaha dan berjuang hingga hari ini dalam menyelesaikan penelitian ini. Walaupun di tengah badai namun masih tetap bisa mengkokohkan kaki dan melapangkan hati untuk menjadi terbaik versi diri sendiri. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan juga kepada insan-insan yang telah memberikan semangat, dukungan, saran dan masukan serta bimbingan yang sangat berharga, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai dengan penyusunan skripsi ini, untuk itu melalui rangkaian kata dalam skripsi ini, penulis mengungkapkan terimakasih kepada;

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim beserta jajarannya yang telah memberi kesempatan pada peneliti untuk menambah ilmu dan wawasan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Terimakasih kepada Bapak Imron Rosidi, S.Pd. MA. Ph.D, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Terimakasih kepada Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku WD 1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr.Toni Hartono, M.Si selaku WD II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. dan Bapak Dr. H.Arwan, M.Ag selaku WD III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Terimakasih kepada Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Artis,M.I.Kom selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Terimakasih kepada Ibu Febby Amelia Trisakti, M.Si selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini, yang tak pernah bosan memberikan saran dan masukan serta membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini. Juga atas kebaikan-kebaikannya selama ini yang rela jadi tempat keluh kesah hampir disetiap cela penelitian ini. Terimakasih kesediannya



menjadi tempat diskusi akan banyak hal. Terimakasih Ibu, Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan dan mendapatkan pahala atas amal jariyah yang sudah diberikan berupa bimbingan selama penulisan skripsi kepada penulis. sukses selalu Ibu!

6. Terimakasih kepada Bapak Dr. Azni, M.Ag selaku Pembimbing Akademik (PA) penulis selama proses perkuliahan di UIN Suska Riau.
7. Terimakasih kepada seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU yang telah memberikan ilmunya selama berlangsungnya proses perkuliahan. dan Seluruh staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu di bidang akademik dan kemahasiswaan.
8. Terimakasih kepada Bapak Kapolda Riau Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H yang telah mengizinkan penulis melakukan serangkaian penelitian ini. Terutama kepada Informan yaitu Bapak IPDA Fachri Mursyid selaku Ketua Tim Media Sosial Kapolda Riau yang telah membantu penulis melakukan serangkaian penelitian ini.
9. Terimakasih Kepada Dir Binmas Polda Riau KOMBES POL Wendry Purbyantoro, .S.H., dan seluruh Staf Jajaran Dit Binmas Polda Riau yang memberikan pengalaman penulis dalam dunia kerja.
10. Terimakasih Kepada Ibu Kasubdit Binpolmas Dit Binmas Polda Riau AKBP Vera Taurensa, S.S., M.H., dan kakak AIPDA Herica Febri yang telah yang memberikan pengalaman penulis dalam dunia kerja, membantu dan mendukung materiel dan perhatian kepada penulis dalam Penyelesaian skripsi ini.
11. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini serta doa yang senantiasa mengalir tanpa sepengetahuan penulis.
12. Terimakasih kepada Sahabat terbaikku Ismi Lailatul Fitriyah, S.I.Kom, Diani Wardani S.I.Kom, Safira Mayang Sari, dan Nurzalita yang selalu menemani penulis dalam banyak hal, yang sudi menyediakan pundaknya disetiap moment penulis. Juga yang saling memberi semangat dikala suka-

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

duka dan bersama-sama melewati pahit-manisnya perjuangan yang akan kita nikmati indahny dikala semua cita-cita itu tercapai.

13. Terakhir penulis hendak menyapa setiap nama yang tidak dapat dicantumkan satu per satu disini, terimakasih atas doa yang senantiasa mengalir tanpa sepengetahuan penulis. Terimakasih kepada orang-orang berjasa, namun terlupa semoga kebaikan yang pernah penulis terima, dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang lebih baik lagi. Juga Terimakasih untuk orang-orang yang turut bersukacita atas keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai manusia biasa, tentunya masih memiliki banyak kekurangan pengetahuan serta pengalaman, terutama pada topik penelitian yang diangkat sebagai judul skripsi ini. Begitupula dalam penulisan masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis akan sangat senang apabila menerima kritik dan saran guna menyempurnakan penelitian yang akan datang. Terakhir, semoga penulisan proposal ini membawa manfaat bagi para pembaca, di kalangan akademisi ataupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan bagi umat. Aamiin. *Wasslammua'alaikum warahmatullahi wa barakatuh.*

Pekanbaru, Juni 2023

Penulis

**Yusvika Anggraini**  
NIM.11840322004

UIN SUSKA RIAU





## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	15
2.3 Konsep Operasional .....	29
2.4 Teori Side.....	29
2.5 Teori Konvergensi Simbolik.....	30
2.6 Kerangka Pemikiran .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Desain Penelitian .....	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
3.3 Sumber Data Penelitian .....	34
3.4 Informan Penelitian.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Populasi.....	37
3.7 Penyajian Data .....	39
3.8 Penarikan Kesimpulan .....	39

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

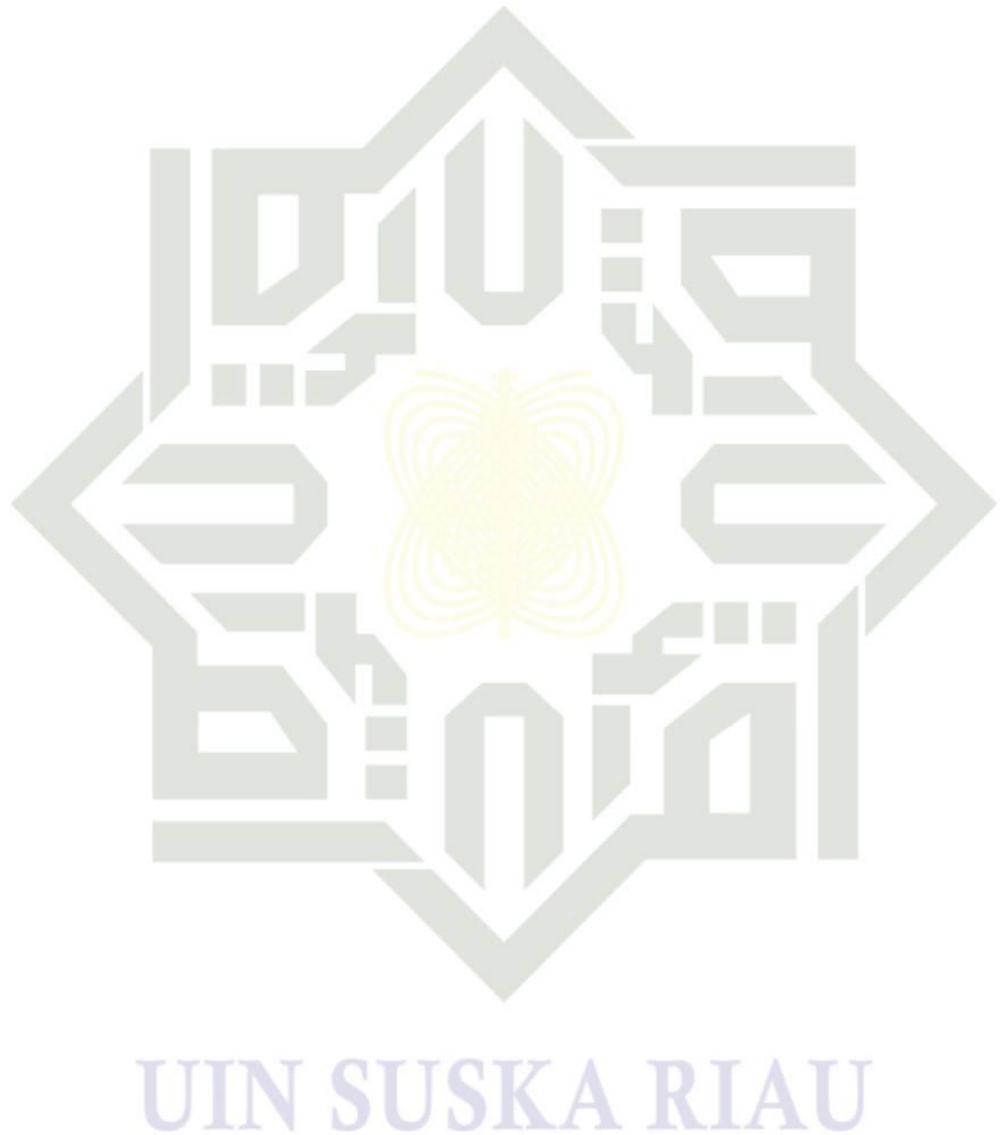


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>40</b>
4.1 Profil Kapolda Riau .....	40
4.2 Media sosial .....	42
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	44
5.2 Pembahasan .....	56
5.3 Diskusi .....	64
5.4 Unggahan Post .....	66
5.5 Pengkajian Netnografi .....	67
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
6.1 Kesimpulan .....	69
6.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Populasi .....	37
Tabel 2 Daftar Komentar .....	48
Tabel 3 Abstraksi Koding .....	57

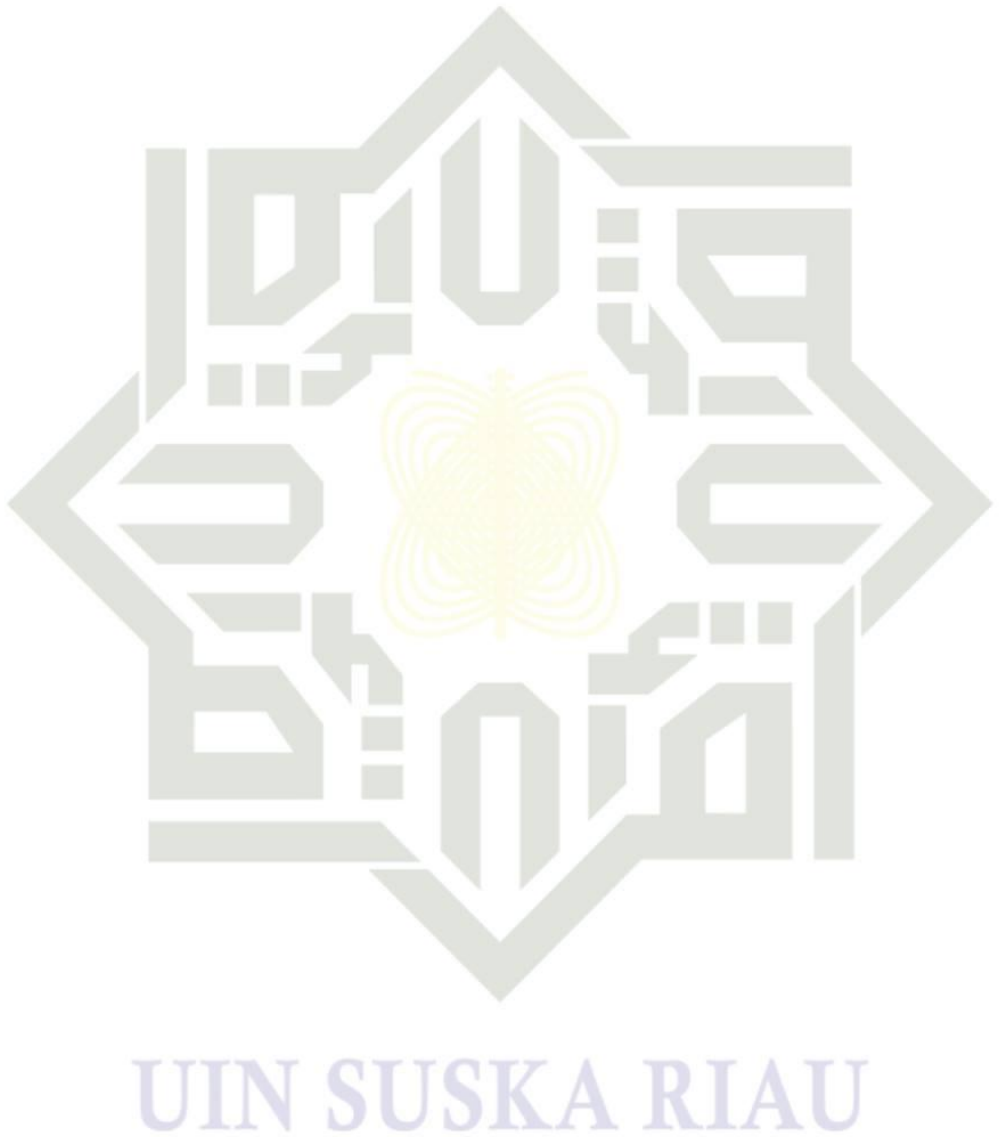


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Profil Biografi Instagram .....	4
Gambar 2 Kerangka Pemikiran .....	32



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 .....	75
LAMPIRAN 2 .....	81
LAMPIRAN 3 .....	83
LAMPIRAN 4 .....	92
LAMPIRAN 5 .....	93
LAMPIRAN 6 .....	94
LAMPIRAN 7 .....	97
LAMPIRAN 8 .....	103

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah menjadikan banyak sekali perubahan dalam kehidupan masyarakat terutama budaya dan ekonomi. Penggunaan internet saat ini bahkan sudah sampai ke pelosok negeri bahkan pemerintah sangat mendukung perkembangan teknologi internet melalui program internet masuk desa. Saat ini Indonesia termasuk salah satu negara yang paling besar dalam hal penggunaan internet. Tercatat sekitar 212,9 juta (77% dari total populasi) Indonesia yang berjumlah 276,4 juta jiwa per Januari 2023.<sup>1</sup> Hal ini membuktikan bahwa Indonesia adalah salah satu negara digitalisasi tercepat di dunia dan pengguna internet di Indonesia didominasi oleh sosial media. Secara kuantitas dan kualitas media sosial terus berkembang. *We are social* dan *hootsuite* yang merupakan agensi *marketing* mengemukakan hasil risetnya yaitu dalam sehari rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial selama 3 jam 14 menit. Beragam media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya. Dari ketiga media sosial ini adalah Instagram yang merupakan kategori media sosial yang paling sering digunakan sekitar 86,6%.<sup>2</sup>

Pada tahun 2010 Instagram muncul di toko aplikasi *apps store*, perusahaan asal Amerika ini dikembangkan oleh Burbn Inc dan pada awalnya hanya pengguna iPhone saja yang bisa menggunakan Instagram sebelum akhirnya tersedia untuk Android. Aplikasi yang hanya didesain dengan konsep berbagi foto dan video namun karena memiliki keunikan tersendiri hingga mampu menjadi primadona pengguna media sosial. Instagram muncul dengan membawa keunikan tersendiri dan mampu memberikan kesan citra yang berbeda-beda pada setiap penggunaanya

<sup>1</sup> diakses pada tanggal 10 Juli 2023 pukul 11:58 WIB

<sup>2</sup> diakses pada tanggal 10 Juli 2023 pukul 11:59 WIB



keunikan ini yang membawa Instagram mampu menembus 1 milyar kali diunduh di *Google Play* dan *Apps Store*. Berkembangnya Instagram tidak luput dari peran seorang Mark Zukemburg yang mengakuisisi perusahaan ini sehingga banyak fitur-fitur baru yang tidak membosankan penggunanya. Sehingga dalam setiap tahun grafik penggunaan media sosial instagram terus meningkat. Kini ada 215 juta jiwa pengguna aktif pada awal 2023 di Indonesia dengan berbagai tujuan. Dengan adanya data tersebut tercatat Indonesia sebagai pengguna terbesar dan menjadi target pasar yang utama.

Digitalisasi yang kian meningkat ini berimbas dimasyarakat yang tidak bisa melepaskan diri dari internet. Perubahan yang cukup tampak dalam kehidupan masyarakat adalah terkait gaya dan dinamika komunikasinya. Faktor yang cukup mempengaruhi perubahan itu adalah adanya platform media sosial yang memberikan layanan komunikasi. Penggunaan internet saat ini tidak hanya untuk pencarian dan penyebaran informasi, akan tetapi untuk personal branding juga hal ini dilakukan untuk mendapatkan eksistensi diri tidak hanya didunia nyata akan tetapi juga di dunia maya. Eksistensi merupakan kebutuhan dasar setiap manusia yang ingin dipuji dan di hargai.<sup>3</sup> *Marketing tradisional* selama ini melihat bahwa yang perlu memiliki brand adalah barang dan jasa, namun akhir-akhir ini terjadi fenomena yang cukup unik dan dianggap penting. Seiring dengan perkembangan zaman individu juga dianggap perlu untuk memiliki brand terutama tokoh-tokoh publik.

Penggunaan media sosial yang besar sekali mengakibatkan beberapa pejabat publik akhirnya menyadari penting nya membangun *brand/image* diri mereka. Salah satu media sosial yang senang digunakan para pejabat publik adalah Instagram yang hampir semua pejabat publik memiliki akun Instagram. Konten-konten yang mereka *upload* linier dengan tugas dan tanggung jawab mereka sebagai pemimpin suatu daerah atau sebagai pemimpin satu organisasi pemerintahan. Ciri khas seorang pemimpin

<sup>3</sup> Anastasiaa Siwi Fatma Utami dan Nur Baiti, "Pengaruh media sosial terhadap perilaku cyber bullying pada kalangan remaja," *Cakrawala-Jurnal Humaniora* 18, no. 2 (2018): 257–62.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



terefleksi di konten yang mereka *upload* seperti *story*, *feed*, dan *reels* juga terkadang mereka memanfaatkan Instagram *live* tentunya citra yang mereka bangun adalah citra seorang pemimpin yang lebih mementingkan urusan khalayak orang banyak. Sesuai dengan teori yang pernah dikemukakan oleh pakar teori kepemimpinan adalah suatu yang melekat pada diri seorang pemimpin yang berupa sifat-sifat tertentu, seperti: kepribadian (*personality*), kemampuan (*ability*) dan kesanggupan (*capability*). Ketiga komponen itu yaitu *personality*, *ability* dan *capability* yang di sampaikan oleh pejabat publik dalam isi konten-konten media sosial mereka.<sup>4</sup>

Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H seorang perwira Polri jebolan AKPOL tahun 1991 secara resmi dilantik menjadi Kapolda Riau pada tahun 2021 menggantikan Irjen Pol Agung Setya Imam Effendi, S.H., S.I.K., M.Si menggunakan media sosial sebagai media berkomunikasi kepada masyarakat, Instagram dengan akun @moh.iqbal91 adalah salah satu media sosial dari beberapa media seperti Facebook dan Twitter. Pemilihan Instagram sebagai media berkomunikasi karena beberapa kelebihan fitur-fitur yang tidak dimiliki oleh kedua media sosial tersebut. Seperti fitur video durasi, foto, filter-filter, dan *reels* yang menjadikan Instagram lebih mudah di minati oleh masyarakat Indonesia. Video *reels* juga dimanfaatkan oleh Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H dalam membuat konten-konten beliau. Fitur-fitur yang tersedia di Instagram memudahkan dan membantu Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H dalam menyampaikan informasi dan pesan, beberapa fitur yang sering digunakan oleh Kapolda Riau dalam Instagram adalah *feed*, *reels* dan *instastory*.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>4</sup> Mhd latip kahpi “*personal branding pejabat publik (studi kualitatif personal branding bupati tapanuli selatan melalui akun instagram @ hajidollypasaribu*” HIKMAH, vol 15 No 2, Desember 2021

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1 Profil Biografi Akun Instagram @moh.iqbal.91

Informasi tentang biodata diri Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H juga di tuliskan secara singkat pada kolom biografi instagram. Pada profil biografi tersebut Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H menuliskan bahwa dirinya adalah seorang Kapolda Provinsi Riau. Unggahan atau postingan yang setiap hari secara rutin di posting berkaitan tentang dirinya yang sedang menjalankan tugas dan tanggung jawab sebagai seorang Kapolda di Provinsi Riau. Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H mulai aktif menjadi pengguna Instagram sejak Mei 2020 hingga 13 September 2022 tercatat memiliki jumlah 61,7rb *followers* juga telah memiliki jumlah postingan sebanyak 883 menunjukkan jumlah yang signifikan. Sosial enggament yang didapatkan oleh Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H seperti *like* dan *comment* juga cukup tinggi. Setiap postingan *feed* ataupun *reals* yang diunggah mendapatkan kurang lebih 1000 hingga 2000 lebih *like* dan mencapai 100 komentar bahkan lebih.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> <https://www.instagram.com/p/ChJhn3kveYP/> diakses 17 juni 2022



Pada awalnya aplikasi media sosial Instagram memiliki konsep sarana berbagi foto dan video namun fenomena keunikan Instagram yang mampu memberikan kesan citra karakter pribadi pemilik akun yang setiap akun mencerminkan karakter dan kepribadian sang pemilik. Akun yang memiliki karakter kuat akan memiliki jumlah *followers* yang banyak sehingga mampu menginfluence *followers*. Instagram kini menjadi salah satu sarana media mengaktualisasikan diri. Sebuah citra/*image* (*branding*) bisa terbentuk pada pribadi manusia apabila mampu mengaktualisasikan diri mereka. Pada manusia *image/brand* yang melekat pada diri mereka itulah disebut *personal branding*. *Personal branding* berfungsi sebagai usaha untuk menunjukkan kemampuan, keunikan, spesialisasi dan citra diri yang dimiliki seseorang juga dapat bertujuan untuk membangun harapan pada masyarakat terhadap diri seseorang.

*Personal branding* adalah cerminan dari seseorang tentang perilaku, prestasi, keunikan, kemampuan, keunggulan, dan reputasi seseorang serta akan menimbulkan persepsi positif dari masyarakat dengan menunjukkan semua aspek tersebut pada suatu bidang. Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H pada postingannya senin 20 Juni 2022 membuat postingan *reels* tentang pembukaan dan memberikan pidato pada kegiatan bakti sosial untuk masyarakat yang dilakukan Polda Riau. Postingan ini berkaitan dengan pembentukan *personal branding* dalam membangun harapan masyarakat dengan menunjukkan prestasi dan keistimewaan beliau yaitu kepedulian terhadap masyarakat sekitar Provinsi Riau. Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H juga mengunggah sebuah postingan bersilaturahmi ke kediaman senior beliau yang sudah pensiun (Purnawirawan) pada hari rabu 22 Juni dalam rangka memperingati Hut Bhayangkara ke-76. Postingan ini juga membangun persepsi dimasyarakat bahwa dalam hal ini Kapolda Riau memiliki keunggulan yaitu menunjukkan jiwa nya yang santun dengan sungkem ke senior. pastingan ini di unggah pada 3 Juli 2022.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



*Personal branding* yang kuat akan membentuk sebuah citra *brand personality* yang akan melekat pada benak masyarakat. Oleh karena itu citra yang dibangun oleh Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H melalui akun Instagramnya mengunggah berbagai postingan yang berkaitan kegiatan yang sudah beliau lakukan serta segala informasi yang mendukung beliau selaku Kapolda di Provinsi Riau. Semua postingan yang beliau unggah adalah postingan tentang berbagai tugas yang beliau emban kemudian terlaksananya tugas-tugas tersebut dengan lancar adalah bentuk aktualisasi diri seorang Kapolda Riau untuk menunjukkan bahwa kesan bertanggung jawab, memiliki moral yang baik serta memiliki kepedulian yang sangat tinggi terhadap masyarakat. Pribadi yang bertanggung jawab adalah bentuk harapan masyarakat pada seorang pemimpin keamanan didaerah mereka sehingga mampu menimbulkan opini persepsi positif dikalangan masyarakat.

Keberhasilan seseorang dalam membangun *personal branding* pada media sosial terkhusus Instagram sangat dipengaruhi oleh interaksi atau sosial *engagement* dari warganet. Penggunaan media sosial yang seolah sudah membudaya dan tak segan mengapresiasi perasaan marah, senang, kesal ataupun kebencian sehingga mampu membentuk citra seseorang di media sosial. hal ini dikarenakan banyak sekali warganet yang sangat aktif menunjukkan reaksi mereka terhadap suatu postingan baik itu photo, short video ataupun story pada akun seseorang.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana bentuk **Analisis Netnografi Personal Branding Kapolda Riau Melalui Akun @moh.iqbal.91 Pada Media Sosial Instagram.**

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.2 Hak cipta milik UIN Suska Riau

### 1.2 Penegasan Istilah

#### 1.2.1 Analisis

Analisis adalah suatu kegiatan untuk memeriksa peristiwa melalui data untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.

#### 1.2.2 Netnografi

Metode yang di gunakan untuk memahami budaya media sosial yang berasal dari kata etnografi dan internet.

#### 1.2.3 Instagram

Adalah sebuah aplikasi sosial media yang berfungsi untuk berbagi photo dan video yang kini sudah di menjadi satu perusahaan dengan facebook.

#### 1.2.4 Media sosial

Media Sosial Adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

#### 1.2.5 Personal Branding

*Personal branding* adalah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang telah di uraikan diatas maka peneliti memfokuskan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bentuk personal branding irjen Muhammad Iqbal melalui akun Instagram @moh.iqbal.91?
2. Konsep personal branding apa saja yang di tonjolkan oleh Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H pada akun Instagram @moh.iqbal.91?



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Tujuan
  - a) Mengetahui bentuk *personal branding* yang di lakukan Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H melalui akun Instagram @moh.iqbal.91.
  - b) Mengetahui konsep *personal branding* Kapolda Riau Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H melalui akun Instagram @moh.iqbal.91
2. Manfaat Penelitian
  - a) Manfaat akademis, setelah adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan kontribusi pada fakultas ilmu komunikasi khususnya tentang *personal branding*, juga dapat menjadi salah satu referensi penelitian terdahulu.
  - b) Manfaat umum dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dalam pembahasan topik *personal branding* bagi program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  - c) Manfaat ilmiah, setelah adanya penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran dalam melakukan penelitian yang menggunakan metode netnografi adapun terkhusus permasalahan yang mempelajari budaya penggunaan media sosial.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, penulis membagi menjadi lima bab pembahasan, dimana masing-masing bab ini dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu:

### BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Berisikan kajian teoritis, kajian terdahulu dan kerangka berfikir.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik dan analisis data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Gambaran umum ini berisikan mengenai subyek penelitian yaitu berisikan tentang sejarah, visi dan misi, dan struktur organisasi.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab V yang berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan.

**BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini merupakan bagian akhir penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan atau pertimbangan.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### Kajian Terdahulu

Penelitian yang peneliti lakukan bukanlah sebuah topik penelitian yang belum pernah diteliti, ada beberapa penelitian yang sudah dilakukan yang memiliki kesamaan atau hampir mirip. Kajian penelitian terdahulu diharapkan agar menjadi pembanding dengan penelitian lainnya juga untuk melihat posisi penelitian ini maka perlu melampirkan penelitian terdahulu:

1. Artikel Jurnal netnografi E-komunikasi berjudul “travel blogger melalui media sosial instagram (Analisis Isi Pesan pada akun @her\_journeys)” oleh Fitria Avicenna, Theresia Zabrina Budiswita. di publikasikan pada (2022) Universitas Brawijaya. Penelitian ini menggunakan metodologi analisis isi kuantitatif. Tujuan untuk memperkaya kajian personal branding, penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Khususnya, bagaimana isi pesan dapat dipahamidengan sudut pandang personal branding elements dan personal branding laws yang dikemukakan oleh Montoya dan Vandehey.<sup>6</sup>
2. Artikel Jurnal E-komunikasi berjudul “Penggunaan TikTok Sebagai *Personal Branding* Benjamin Master Adhisurya (iben\_ma)” oleh Dwiki Johan Ardianto dan Rahmawati Zulfiningrum dipublikasikan pada 2022. Program studi Ilmu Komunikasi Universitas dian Nuswantoro Semarang. yang pada Penelitian ini menggunakan metode netnografi virtual yaitu merupakan ilmu yang dianggap memungkinkan peneliti dalam penelitian sehingga dapat melihat serta mengetahui isi konten TikTok yang dibuat oleh iben\_ma. Hasil dari penelitian menggunakan elemen dari teori *personal branding* menunjukkan bahwa iben\_ma. tegas dalam menyampaikan pesan ke

<sup>6</sup> Fitria Avicenna, Theresia Zabrina Budiswita “*personal branding* travel blogger Melalui media sosial Instagram (Analisis Isi Pesan pada akun @her\_journeys)” *jurnal netnografi komunikasi* volume 1 no 1 (juli 2022)





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

followersnya, memiliki sifat yang ramah, selalu eksis membuat konten setiap hari dengan konten *interview* dan *challenge* di TikTok yang berhadiah uang tunai, dan selalu memperhatikan perkembangan trend yang terbaru atau viral di TikTok.<sup>7</sup>

3. Artikel Jurnal E-komunikasi dengan judul “Strategy Personal Branding Selebgram Non Selebritis” oleh Christoper Rafael Butar Butar dan Dini Salmiyah Fitrah Ali dipublikasikan pada tahun 2017. jurusan Ilmu Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom. Pada jurnal ini peneliti menggunakan metodologi kualitatif deskriptif yang menyatakan bahwa penelitian ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, tujuan lainnya adalah membuat perbandingan atau evaluasi dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama. Sesuai dengan penelitian para peneliti menganalisa sebuah akun Instagram selebgram bagaimana selebgram tersebut membentuk citra dengan menggunakan fitur visual yang diunggulkan Instagram dalam menyampaikan pesan personal branding. Konten-konten yang mereka unggah juga harus memiliki keselarasan dengan ambisi pribadi yang dimiliki.<sup>8</sup>
4. Artikel E-Jurnal komunikasi berjudul “*Personal Branding* Pejabat Publik (Studi Kualitatif Personal Branding Bupati Tapanuli Selatan Melalui Akun Instagram @Hajidollypasaribu)” oleh Mhd Latif Kahpi Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana seorang Bupati Tapanuli Selatan melakukan *branding image* nya dimedia sosial instagram. Dalam hasil penelitian yang diungkapkan seorang pejabat daerah ini mengkonsep dan melakukan strategi dalam membuat dan mengupload konten miliknya. Adapun konten yang di *upload*

<sup>7</sup> Dwiki Johan Ardianto dan Rahmawati Zulfining “Penggunaan TikTok Sebagai Personal Branding Benjamin Master Adhisurya (iben\_ma)”jurnal program study ilmu komunikasi universitas dian nuswanto semarang vol.6 no.3 (oktober 2022)

<sup>8</sup> Christoper Rafael Butar Butar, Dini Salmiyah dan Fitrah Ali ”Strategy Personal Branding Selebgram non Selebritis” *Jurnal Ilmiah Hubungan Masyarakat*, Vol. 2 no. 2 (Februari 2018)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berpedoman pada teori ini yaitu Spesialisasi (*The law of specialization*), Kepemimpinan (*The law of leadership*), Kepribadian (*The law of of personality*), Terlihat (*The law of visibility*), Kesatuan (*The law of unity*), Keteguhan (*The law of persistence*), Nama baik (*The law" of goodwill*).<sup>9</sup>

5. Artikel E-Jurnal komunikasi berjudul “*Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial instagram @Agusyudhoyono*” oleh Wina Avondita, Dian Ismi Islami, Muhammad Saifulloh, Nurul Fadzar Sukarni, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama). Setelah diadakannya penelitian ini dapat disimpulkan bahwa personal branding Agus Harimurti Yudhoyono di media sosial Instagram dimaknai sebagai salah satu upaya AHY untuk dikenal orang sebagai sosok politisi muda yang berpenampilan beribawa, berkharisma, tampan dan banyak dikagumi anak-anak muda. Dengan sosok wibawa dan kharisma ini adalah *output* dari pendidikan, pengalamannya berkarir di dunia militer, membuat gestur AHY terlihat didepan publik memang banyak terlihat wibawanya, dan narasumber memaknai dengan politisi-politisi nasional yang lain dengan usianya yang lebih tua dibandingkan dengan AHY. Dalam penelitian ini juga seorang AHY terefleksi sebagai politisi muda yang mampu menjadi jembatan antara generasi muda dan generasi tua dalam bidang politik.<sup>10</sup>
6. Artikel E-Jurnal komunikasi berjudul “*personal branding of public officer analisis instagram account content of solo mayor @gibran\_rakabuming*” oleh Sekar Putri di publikasikan pada 2021. Fakultas Dakwah dan komunikasi islam IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung. Fokus utama penelitian ini adalah tentang

<sup>9</sup> Mhd Latif kahpi ”Personal Branding Pejabat Publik (Studi Kualitatif Personal Branding Bupati Tapanuli Selatan Melalui Akun Instagram @ Hajidollypasaribu)”. Jurnal HIKMAH, Vol. 15 No. 2 (Desember 2021)

<sup>10</sup> Wina Avondita, Dian Ismi Islami\*, Muhammad Saifulloh, Nurul Fadzar Sukarni “Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram @Agusyudhoyono”. *Jurnal Cyber PR*, Vol. 02 no. 01 ( Juni 2022 ) Hal. 25-28

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*personal branding* walikota solo Gibran Rakabuming Raka melalui akun instagram miliknya. Tujuan peneliti menganalisa akun ini karena pemilik akun ini merupakan pejabat publik yang belum lama ini terpilih menjadi walikota solo dan sosoknya yang menjadi perbincangan karena merupakan anak dari presiden RI yakni joko widodo. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa metode *personal branding* yang digunakan sama seperti yang di gunakan ayahnya yaitu Joko Widodo.<sup>11</sup>

7. Artikel E-Jurnal komunikasi berjudul “*personal branding* Laudya Cynthia Bella melalui instagram (study kualitatif deskriptif pada akun instagram @bandungmakuta)” oleh Iin Soraya di publikasikan pada 2017. Program Studi Periklanan/AKOM BSI Jakarta Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk *personal branding* laudya Cynthia bella pada akun instagram. Berdasarkan hasil penelitian ini maka didapat bahwa *personal branding* sangat penting untuk semua orang terlebih lagi untuk mereka yang akan membangun relasi kerja atau usaha.<sup>12</sup>
8. Artikel E-Jurnal komunikasi berjudul “*personal branding* politikus DPR-RI Sulawesi tenggara pada akun instagram” oleh auliya Mentari tamrin, Zulfiah larisu, Sumadi dilla dipublikasikan pada 2020. Jurusan jurnalistik universitas Haluoleo. Bertujuan untuk mengetahui bentuk *personal branding* dari Ir hugua melalui akun Instagram pribadinya @hugua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dimana informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang serta teknik yang digunakan adalah teknik purposive sampling yaitu data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

<sup>11</sup> Sekar putri,”Personal Branding Pejabat Public (Analisis Isi Akun Instagram Walikota Solo @gibran\_rakabuming) “ *Mediova Jurnal of Islamic Media Studies*, Vol. 1 no 1 (Mei 2021)

<sup>12</sup> Iin Soraya,”Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Study Deskriptif Kualitatif Pada Instagram @bandungmakuta” *Jurnal Komunikasi*, Vol. VIII No. 2 (September 2017)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembentukan *personal branding* Ir. Huguia melalui instagram @huguia dalam aspek kepemimpinan memperlihatkan bahwa huguia adalah sosok pemimpin yang cerdas,berwibawa, peduli terhadap masyarakat, mementingkan Pendidikan serta memiliki solidaritas agama yang baik.<sup>13</sup>

9. Artikel E-Jurnal komunikasi berjudul “efektifitas penggunaan media sosial instagram terhadap *personal branding* Joko Widodo pada pemilih pemula pemilu 2019”. oleh Ahnaf rifky, Saputra Ma’ruf, dan Dedi kurnia syahputra dipublikasi pada 2020. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektifitas penggunaan media sosial instagram yang digunakan joko Widodo dalam pembentukan *personal branding* dimata pengikutnya yang berstatus sebagai pemilih pemula dalam pemilu 2019. Hasil penelitian ini adalah komunikasi yang dilakukan dimedia sosial diinstagram Joko Widodo berlangsung efektif dan berpengaruh positif terhadap pembentukan *personal branding* Joko Widodo pada kalangan pemilih pemula pemilu 2019 dengan penggunaan media yang tepat dalam menyampaikan suatu informasi sangat berpengaruh pada hasil yang akan didapatkan.<sup>14</sup>
10. Artikel E-Jurnal komunikasi berjudul judul “pembentukan *personal branding non celebrity* endorser Surabaya melalui media sosial Instagram” oleh Tria Nurjannah dipublikasi pada 2020. Prodi Ilmu komunikasi jurusan ilmu sosial fakultas ilmu sosial dan ilmu hukum universitas negeri Surabaya. dengan Penelitian ini membahas tentang pembentukan *personal branding non celebrity endorser* Surabaya melalui media sosial instagram. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan

<sup>13</sup> Auliya Mentary Tamrin , Zulfiah Larisu , Sumadi Dilla,” Personal Branding Politikus DPR-RI Sulawesi Tenggara pada Akun Instagram”.*Jurnal Online Jurnalistik*, Vol. 2 no. 2 (Oktober 2020)

<sup>14</sup> Ahnaf Rifky Saputra Ma’ruf, Dedi Kurnia Syah Putra,” Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019”, *Jurnal Acta Diurnal*, Vol. 15 no. 2 (2019).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

fenomenologi. Pada penelitian ini mendapatkan hasil simpulan bahwa *non celebrity* endorser membentuk *personal branding* dengan ciri khas dan keunikan yang mereka miliki.<sup>15</sup>

## 2.2 Landasan Teori

### 2.1.1 Branding

Istilah *branding* sudah ada sejak berabad-abad yang lalu dan digunakan sebagai sarana untuk membedakan suatu bentuk produksi dari satu produsen ke produsen lain. Konsep *branding* tidak lagi hanya digunakan pada produk atau layanan saja namun bisa digunakan terhadap retailer atau distributor, orang, organisasi perusahaan, *event*, karya seni, atau daerah tertentu.<sup>16</sup>

*Branding* menurut Peter Montonya merupakan sebuah proses menciptakan identitas yang dikaitkan dengan persepsi, emosi, dan perasaan tertentu terhadap identitas tersebut. Branding terjadi sebelum pemasaran dan penjualan. Tanpa sebuah merek yang kuat, pemasaran tidaklah efektif.<sup>17</sup> Membangun *personal branding* harus memahami terlebih dahulu makna dari merek (*brand*) sehingga dapat dimaksimalkan dan menjadi lebih efektif. Branding atau sering disebut juga sebagai *brand building* sering dikaitkan dengan upaya untuk membangun sebuah citra dan dapat membentuk sebuah persepsi. Citra yang dimaksudkan tentunya harus memiliki benefit dalam memberikan sebuah persepsi yang tentunya akan memiliki nilai positif. Proses *branding* harus melalui proses, agar dapat menciptakan sebuah produk dengan menggunakan nama atau simbol tertentu

<sup>15</sup> Tria Nurjannah, "Pembentukan Personal Branding Non Celebrity Endorser Surabaya Melalui Media Sosial Instagram", *Jurnal Comercium*, Vol. 3 No 1 (2020).

<sup>16</sup> Jackie Ambadar, *Mengelola Merek*, (Jakarta: Yayasan Bina Karsi Mandiri, 2007) hal. 7.

<sup>17</sup> Rampersad, Hubert K, *Authentic Personal Branding*, (North Carolina: Age Publishing, 2009) hal.2

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga produk yang dihasilkan dapat menjadi khusus dan memiliki ciri khas tersendiri yang mewakili karakter tertentu.<sup>18</sup>

Kekuatan sebuah *branding* akan sangat berpengaruh terhadap suksesnya sebuah bisnis. Berdasarkan definisi di atas, terlihat jika personal brand selalu akan melibatkan persepsi manusia. Persepsi ini akan timbul dari proses komunikasi. Menurut Montoya dan Vandehey, *personal branding* yang baik selalu berusaha mengkomunikasikan nilai, kepribadian, dan gagasan tentang kemampuannya kepada audiens untuk menciptakan tanggapan dan memperkuat hal tersebut melalui banyak kontak dengan audiens.<sup>19</sup>

### 2.1.2 Personal Branding

Penulis buku *the power of branding* mengatakan bahwa *personal branding* adalah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut<sup>20</sup>. Penjelasan yang mirip pernah ditulis oleh Montoya (2009). Menurutnya, personal branding adalah image yang kuat dan jelas yang ada di benak klien anda.

*Personal Branding* adalah proses dimana manusia dipandang dan dinilai sebagai sebuah *brand* oleh target market. *Personal branding* juga merupakan seni menarik lebih banyak klien dengan secara aktif membentuk persepsi publik. Dikatakan bahwa manusia dapat mengendalikan cara bagaimana manusia itu sendiri dipersepsikan oleh target market. *Personal Branding* menurut Montoya adalah sebuah produk, baik barang atau jasa, agar *brand* itu terus menancap di hati masyarakat dengan segala atribut dan diferensiasinya maka dibutuhkan upaya yang disebut *branding*.<sup>21</sup>

<sup>18</sup> William Well, Jhon Burnet, Sandra Moriarty, *Adverstising: principle and practice*, (New Jearsy: Prentice, 1998) hal 89

<sup>19</sup> Peter Montoya dan Vandehey *The Personal Branding Phenomenon : Realize Greter Influence, Explosive Income, Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Tehniques of Michael, Martha and Oprah* (USA: Peter Montoya Corporated, 2004)

<sup>20</sup> Dewi Haroen, *Personal Branding: Kunci Sukses Berkiprah Didunia Politik* (Jakarta: Gramedia, 2014) hal 15.

<sup>21</sup> *Ibid*, hal 15.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Personal branding* dengan kata lain adalah proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan sebagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Terdapat delapan konsep utama dalam pembentukan *personal branding*.<sup>22</sup>

Adapun delapan konsep pembentukan *personal branding* sebagai pondasi dari *personal brand* yang kuat, yaitu:

1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*) *Personal branding* akan terbentuk dengan baik jika dapat fokus hanya pada area kecil dan harus terkonsentrasikan pada kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu. Spesialisasi dapat dilakukan dengan cara seperti *ability, behavior, lifestyle, mission, product, profession, dan service*. Spesialisasi dapat membuat *personal brand* terlihat memiliki kredibilitas.<sup>23</sup> Hal ini akan berkaitan dengan target market yang akan merasakan spesialisasi berbanding lurus dengan keahlian dan kualitas dari suatu *personal brand*. Melakukan beberapa bidang tanpa spesialisasi akan melemahkan perhatian dari audiens dan akan menimbulkan keraguan. Dalam spesialisasi terdapat *positioning* yang harus dilakukan oleh seorang *personal brand*. *Positioning* merupakan suatu keinginan dari *personal brand* yang paling diingat tentang dirinya dibenak konsumen. Hal tersebut akan membuat *personal brand* dapat dibedakan dari kompetitornya.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Peter Montoya, *The Personal Branding Phenomenon :Realize Greter Influence,Explosive Income,Growth And Rapid Career Advancement By Applying The Branding Techniques Of Michael, Martha And Oprah*, (USA: Peter Montoya Corporated, 2002) hal. 57-141

<sup>23</sup> Peter Montoya dan Vandehey, *The Personal Branding Phenomenon:Realize Greter Influence,Explosive Income,Growth And Rapid Career Advancement By Applying The Branding Techniques Of Michael, Martha And Oprah*, (USA: Peter Montoya Corporated, 2004)

<sup>24</sup> Hermawan Kartajaya, *On Positioning*, (Bandung: Mizan Media Utama Bandung, 2009), hal. 178



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maka dari itu, seorang personal brand harus bisa menentukan dan menempatkan diri secara tepat dan benar terhadap target market.<sup>25</sup>

2. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*) *Personal Branding* dilengkapi dengan sosok pemimpin yang dapat memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan memberikan suatu arahan yang jelas. Dalam *The Law of Leadership* mengharuskan bagi *personal branding* untuk bisa mendapat pengakuan dari orang lain bahwa dirinya merupakan orang yang berkompoten dan kredibel dibidangnya. Tujuan dari hal ini adalah agar personal brand dapat diterima sebagai sosok pemimpin dalam bidang yang menjadi domainnya. *Personal branding* juga harus membuat diferensiasi dalam membentuk personal branding, agar hal tersebut bisa menjadi pembeda dengan brand yang lainnya. Diferensiasi bisa dibentuk dengan konten (apa yang ditawarkan), konteks (bagaimana cara menawarkannya), dan infrastruktur (apa yang digunakan untuk menciptakan konten dan konteks yang telah dirancang). Diferensiasi disini juga dapat mendukung *positioning* yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kepemimpinan juga dapat bersumber dari pengakuan. Personal brand seringkali akan mendapat pengakuan dari pencapaian yang telah diraihinya. Namun dalam konsep pengakuan, pencapaian bukanlah hal yang utama. Opini memainkan peran yang lebih utama dalam memperoleh pengakuan. Opini yang positif diberikan oleh pihak-pihak yang dihormati akan membuat *personal brand* mendapat pengakuan, bahkan dari orang yang tidak secara langsung mengenal *personal brand* tersebut.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Peter Montoya dan Vandehey, *The Personal Branding Phenomenon :Realize Greter Influence,Explosive Income,Growth And Rapid Career Advancement By Applying The Branding Techniques Of Michael, Martha And Oprah* (USA: Peter Montoya Corporated, 2009) hal. 27

<sup>26</sup> Peter Montoya dan Vandehey, *The Personal Branding Phenomenon :Realize Greter Influence,Explosive Income,Growth And Rapid Career Advancement By Applying The Branding Techniques Of Michael, Martha And Oprah*, (USA: Peter Montoya Corporated., 2004 ) hal. 74

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kepribadian (*The Law of Personality*) Sebuah *Personal brand* yang hebat didasari pada sosok kepribadian yang apa adanya dan hadir dengan ketidaksempurnaan. Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan pada konsep kepemimpinan (*The Law of Leadership*). Seorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus sempurna. Manusia pada dasarnya ingin untuk diterima secara setara, tidak hanya dilihat dari sisi kelebihan dan kekurangannya saja karena *personal branding* memiliki berbagai aspek yang bisa dilihat.
4. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*) *Personal branding* yang efektif untuk dapat memiliki kesan yang kuat yaitu dengan menjadi pribadi yang berbeda dari orang lain baik itu dalam lingkup bidang atau bisnis yang sama. Konsep ini memerlukan diferensiasi agar dapat dengan mudah untuk dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Selain itu, memiliki diferensiasi dalam diri *personal brand* dapat memudahkan untuk selalu diingat dan lebih dikenal oleh khalayak luas. Menurut Motoya dan Vandehey terdapat tiga bentuk keunikan.<sup>27</sup> Ketiga bentuk keunikan tersebut diantaranya:
  - a. *Behavior*

Setiap pribadi memiliki banyak bentuk keunikan dalam berperilaku, seperti cara seseorang berbicara, bercanda dan menjalankan pekerjaan. Selain dilihat dari sudut pandang komunikator, akan tetapi dari keunikan perilaku juga dapat dilihat dari sudut pandang komunikan, yaitu dengan melihat reaksi dari orang lain ketika berinteraksi terhadap komunikan.
  - b. *Physicality*

Dalam keunikan secara fisik tidak menuntut seseorang untuk harus memiliki penampilan yang aneh, akan tetapi mengharuskan untuk memiliki sebuah karakteristik yang ditunjukkan secara fisik agar dapat selalu diingat oleh orang lain.

<sup>27</sup> *Ibid*, hal. 97



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keunikan fisik dapat ditunjukkan dengan pakaian yang dikenakan, bentuk tubuh, ataupun dari penampakan lainnya seperti gaya rambut, tindik, ataupun tato. Keunikan fisik sama seperti keunikan perilaku yaitu harus berpenampilan natural dan tidak mengada-ada.

#### c. *Lifestyle*

Gaya hidup dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu dari sisi budaya dan sisi aktivitas. Dilihat dari sisi budaya, gaya hidup seseorang dapat terlihat dari tingkat pendidikan, pandangan politik, ataupun kepercayaan religius yang dianutnya. Sedangkan gaya hidup dari sisi aktivitas dapat dilihat dari hobi, minat, ataupun aktivitas lainnya yang dilakukan oleh pemilik personal brand. Budaya dan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang akan selalu memunculkan persepsi baru. Hal tersebut dikarenakan orang-orang selalu beransumsi jika budaya dan aktivitas yang dimiliki dapat berkorelasi secara langsung dengan beberapa fakta yang melekat pada budaya dan aktivitas tersebut.<sup>28</sup>

5. Terlihat (*The Law of Visibility*) *Personal branding* berarti harus dilihat secara konsisten dan terus menerus sampai personal brand seseorang dikenal. Maka *visibility* lebih penting dari *ability*. Supaya *visible* seseorang, seseorang perlu mempromosikan dirinya dan menggunakan setiap kesempatan untuk membuat dirinya terlihat. *Personal branding* akan terlihat kuat dan berhasil ketika individu tersebut konsisten hingga personal brand yang dibentuk dikenal oleh khalayak, maka dari itu *visibility* akan lebih penting dibandingkan dengan *ability*. Disekeliling kita ada banyak orang atau individu yang memiliki kemampuan yang sama dengan diri kita, oleh sebab itu harus membuat dirinya lebih terlihat dibandingkan dengan yang lain. Individu perlu untuk melakukan

<sup>28</sup> *Ibid*, hal. 101

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promosi terhadap dirinya dan menggunakan setiap kesempatan untuk membuat dirinya untuk semakin terlihat.

Menurut Montoya dan Vandehey, visibilitas bersumber dari tiga hal.<sup>29</sup> Pertama adalah *planning* (perencanaan) yang merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan berupa promosi dengan tujuan untuk pemasaran. *Planning* ini merupakan aktivitas yang dapat direncanakan dan dikendalikan oleh seorang *personal brand*. Kedua adalah *leveraging opportunity* (meningkatkan peluang) merupakan usaha yang dapat dilakukan oleh *personal brand* untuk melihat fenomena yang kemungkinan akan terjadi di masa yang akan datang berdasarkan gejala-gejala yang ada saat ini dan *personal branding* dapat menyiapkan sumber daya untuk menghadapinya. Ketiga adalah *accident* (ketidaksengajaan) yaitu visibilitas yang seringkali dilakukan oleh seorang *personal branding* dengan ketidaksengajaan. Maka dari itu, seorang *personal branding* harus berada pada *living the brand* agar tetap siap untuk bisa menghadapi segala kesempatan dan peluang yang bisa saja datang secara tidak terduga oleh *personal branding*.

6. Kesatuan (*The Law of Unity*) Kehidupan pribadi yang berada di balik *personal branding* harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan dari *brand* tersebut. kehidupan pribadi selayaknya menjadi cerminan dan citra yang diinginkan dalam *personal brand*. Menurut Montoya dan Vandehey, terdapat dua macam perilaku yang berkaitan dengan *personal branding*<sup>30</sup>. Pertama adalah perilaku *natural behaviors* yaitu perilaku yang terjadi berdasarkan perilaku sesungguhnya dari dalam diri pemilik *personal branding* tersebut. Perilaku ini menunjukkan sifat asli yang dimiliki oleh *personal branding* dan tidak dibuat-buat. Sedangkan yang kedua adalah perilaku *assumed behaviors*. Perilaku ini

<sup>29</sup> *Ibid*, hal. 108

<sup>30</sup> *Ibid*, hal. 120



biasanya dilakukan oleh *personal branding* untuk ditunjukkan. Pada perilaku kedua ini masih bisa untuk diterima sejauh tidak terlalu bertentangan dengan perilaku sesungguhnya dari pemilik *personal branding*.

7. Keteguhan (*The Law of Persistence*) *Personal branding* tidak bisa terjadi secara instan, ia membutuhkan waktu untuk tumbuh. Selama proses tersebut berjalan, penting untuk selalu memperhatikan tiap tahapan dan *trand* yang terjadi. *Personal branding* disetiap diri manusia terbentuk secara tidak instan, perlu waktu yang cukup lama untuk tumbuh menjadi sebuah *personal branding*. Seseorang dituntut untuk harus memiliki keteguhan terhadap *personal branding* yang telah dibentuk, tanpa ragu dan ingin mengubahnya. Untuk terus dapat mempertahankan *personal branding* yang telah dibangun, penting sekali untuk selalu memperhatikan tiap tahapan dan trend yang sedang terjadi saat ini agar *personal branding* akan terus mendapatkan perhatian penuh dari khalayak. *Personal branding* disetiap diri manusia terbentuk secara tidak instan, perlu waktu yang cukup lama untuk tumbuh menjadi sebuah *personal branding*.

Seseorang dituntut untuk harus memiliki keteguhan terhadap *personal branding* yang telah dibentuk, tanpa ragu dan ingin mengubahnya. Untuk terus dapat mempertahankan *personal branding* yang telah dibangun, penting sekali untuk selalu memperhatikan tiap tahapan dan trend yang sedang terjadi saat ini agar *personal branding* akan terus mendapatkan perhatian penuh dari khalayak. Konsistensi membutuhkan waktu, kesabaran dan ketekunan dalam mempertahankannya. Maka *personal branding* bisanya tercipta berdasarkan passion yang dimiliki, sehingga akan terus seorang *personal branding* akan terus antusias dan bersemangat dalam merawat dan menumbuhkan *personal branding* yang telah dibentuk.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Nama Baik (*The Law of Goodwill*) Sebuah *personal branding* akan memberikan hasil yang baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang dibelakangnya dipersepsikan dengan citra yang positif. Seorang tersebut harus di asiasikan dengan sebuah nilai atau ide yang diakui secara umum positif dan bermanfaat. *Audience* tidak akan selalu berfikir secara rasionalisme terhadap *personal branding* karena seringkali mereka melihat *personal branding* tidak hanya dari kompetensi dan kredibilitas yang dimiliki, tetapi dari niat baik dan nilai-nilai positif yang dianut. Kerja keras, perjuangan, kejujuran, dan memperlakukan sesama dengan baik merupakan sikap yang harus dimiliki oleh pemilik *personal branding* jika ingin melakukan hukum kehendak baik.<sup>31</sup>

#### 2.1.3 Komunikasi Publik

Menurut Hageman komunikasi publik merupakan suatu pendekatan teori komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar dan majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang. Komunikasi ini sering disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, publik speaking, dan komunikasi khayalak (*audience communication*).

Selain itu, komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam keadaan tatap muka di depan khalayak yang lebih luas. Komunikasi publik sering disebut sebagai komunikasi masa, meskipun komunikasi massa lebih spesifik yakni komunikasi menggunakan media massa. Komunikasi publik lebih luas jangkauannya di dibandingkan dengan komunikasi massa. Dimana komunikasi massa hanya menggunakan media massa saja seperti koran, majalah, *website*, radio, dan televisi. Selain menggunakan media masa, komunikasi publik juga menggunakan media sosial dan media lain yang bisa menjangkau

<sup>31</sup> *Ibid*, hal. 141 - 143



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

khalayak luas. Contohnya aksi demo, seminar, diskusi, dan lain sebagainya.<sup>32</sup>

Dari segi teknis, komunikasi publik dikenal dengan berbagai istilah, contohnya:

1. Urusan publik (*public affairs*)
2. Informasi publik (*public information*)
3. Hubungan publik (*public relations*)

#### 2.1.3.1 Tujuan Komunikasi Publik

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku dimensi-dimensi komunikasi beliau mempunyai pendapat mengenai tujuan komunikasi publik sebagai berikut:

1. Memberikan informasi (*Public Information*) kepada masyarakat. Karena perilaku menerima informasi merupakan perilaku alamiah masyarakat. Dengan menerima informasi yang benar masyarakat akan merasa aman. Informasi dapat dikaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan. Informasi yang disampaikan pada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi lebih banyak melalui kegiatan komunikasi massa.
2. Publik *Education*. Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberikan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, dan lebih berkembang. Akan tetapi kegiatan mendidik masyarakat yang paling efektif adalah melalui kegiatan komunikasi *interpersonal* antara penyuluh dengan anggota masyarakat, antara guru dengan murid, antara orang tua dan anak-anaknya.
3. Mempengaruhi masyarakat (*publik persuasion*) merupakan kegiatan memberikan berbagai informasi kepada masyarakat yang dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat kearah

<sup>32</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hal. 38-39



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan. Melalui komunikasi massa dalam bentuk kegiatan kampanye, propaganda, poster, spanduk dan masih banyak lagi lainnya.

4. Menghibur masyarakat (*Public Entertainment*). Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan bagi masyarakat.<sup>33</sup>

#### 2.1.3.2 Media Sosial

Istilah media sosial pertama kali muncul dan diperkenalkan oleh Profesor J.A Barnes pada tahun 1954, namun pada tahun 1995, media sosial sebagai satu kesatuan yang utuh muncul dengan tampilan Classmates.com, yang berfokus pada hubungan antar mantan teman sekolah, dan SixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak berlangsung dalam sebuah pertemanan. Kemudian dua model media sosial berbeda lahir sekitar tahun 1999 berbasiskan kepercayaan yang dikembangkan oleh Epinions.com, dan yang berbasiskan pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian digunakan pada beberapa situs UK regional di antara 1999 dan 2000. Inovasi berikutnya muncul media sosial tidak lagi hanya masalah pertemanan, namun memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungannya. Mulailah kita kenal *Friendster*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter* yang semuanya tampil dengan sebuah revolusi pada media sosial yang dikenal eksis dan memberi warna pada kehidupan manusia saat ini.<sup>34</sup> Menurut pengertiannya, media sosial adalah sebuah media *online*, Diana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan

<sup>33</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: PT Alumni 2009)

<sup>34</sup> Anwar Abugaza, *Social Media Politica*, (Jakarta: Tali Writing Publishing Housing, 2013) hal. 16-17



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ruang virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang semakin canggih.<sup>35</sup>

#### 2.1.4 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman Facebook kita memfollow akun Instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram.<sup>36</sup> Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung. Melalui instagram lah produk barang/jasa ditawarkan dengan mengupload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang/jasa yang ditawarkan. Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantara fitur tersebut adalah:

1. *Followers* (Pengikut), sistem sosial didalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram.

<sup>35</sup> Tim Penyusun Humas Kementerian Perdagangan RI 2014. Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI

<sup>36</sup> M Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* (Yogyakarta: Kois, 2015) hal. 137



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *Following* adalah (mengikuti) merupakan akun atau orang yang diikuti akun yang lain. Cara lain untuk menggunakan adalah untuk berbagi informasi dengan pengikut akun sendiri. Pengguna yang mengikuti akun itu akan menerima update dari akun tersebut, yang diposting di halaman utama mereka di .
3. *Upload Foto* (Mengunggah Foto), kegunaan utama dari adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *Device* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *Device* tersebut.
4. Kamera, Foto yang telah diambil melalui aplikasi dapat disimpan di dalam *Device* tersebut. Penggunaan kamera melalui juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh pengguna. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Foto-foto yang akan diunggah melalui tidak terbatas atas jumlah tertentu.
5. Efek/*Filter*, pada versi awalnya, memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: *X-Pro II*, *Lomo-fi*, *Earlybird*, *Sutro*, *Toaster*, *Brannan*, *Inkwell*, *Walden*, *Hefe*, *Apollo*, *Poprocket*, *Nashville*, *Gotham*, *1977*, dan *Lord Kelvin*. Namun sekarang telah menghapus 3 efek, *Apollo*, *Poprocket*, dan *Gotham* dari dalam fitur efek mereka.
6. Judul Foto, setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam sendiri ataupun ke jejaring sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Arroba, seperti Twitter dan juga Facebook, juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lain dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Para pengguna dapat menyinggung pengguna lainnya dengan memasukkan akun dari pengguna tersebut. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna yang lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.
8. *Geotagging*, setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna *Device* mengaktifkan GPS mereka di dalam *Device* mereka. Dengan demikian *Device* tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna tersebut berada.
9. Jejaring Sosial, dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, dan Flickr yang tersedia di halaman untuk membagi foto tersebut.
10. Tanda suka (*like*), juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai sebuah postingan yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam , hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi postingan tersebut terkenal atau tidak.
11. Popular (*Explore*), bila sebuah postingan masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto atau video popular dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung postingan tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## 2.3 Konsep Operasional

Untuk memfokuskan penelitian agar mempermudah penelitian dan pengolahan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan netnografi untuk menganalisis bentuk sosial *engagement* pada akun @moh\_iqbal.91 sebagai pejabat publik. Maka operasional yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Bentuk personal personal branding
2. Konsep personal branding yang dilakukan oleh pemilik akun

## 2.4 Teori Side

Teori SIDE dikembangkan oleh Russell spears and tom postmes dalam penelitian nya internet dan CMC (computer mediated communication) yang dimana menjelaskan fenomena apa yang terjadi Ketika individu berada dalam kerumunan besar. Pada tahun 1950 an topik ini sudah pernah dibahas oleh banyak peneliti seperti diantaranya leon Festinger, Albert Pepitone, dan Theodore Newcomb. Hanya saja teori de individuasi memiliki perbedaan proposisi dengan teori side.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### 2.

Dalam hal ini internet bisa di samakan dengan kerumunan, dimana internet menyediakan anonimitas, pengguna berada diantara pengguna lain dalam jumlah besar. Ketika berada di internet individu, melakukan pengaturan diri, memeriksa kesamaan dan perbedaan dirinya dengan orang lain. pada situasi anonym, terjadi adalah penguatan identitas sosial. pengguna mengkategorisasikan dirinya kedalam identitas sosial tertentu. Pada situasi anonimitas, menurut teori side, tidak ada terjadi penurunan kesadaran diri. Dan yang terjadi justru sebaliknya, berupa pengaturan dirinya sebagai bagian dari identitas kelompok sosial tertentu.

#### Teori Konvergensi Simbolik

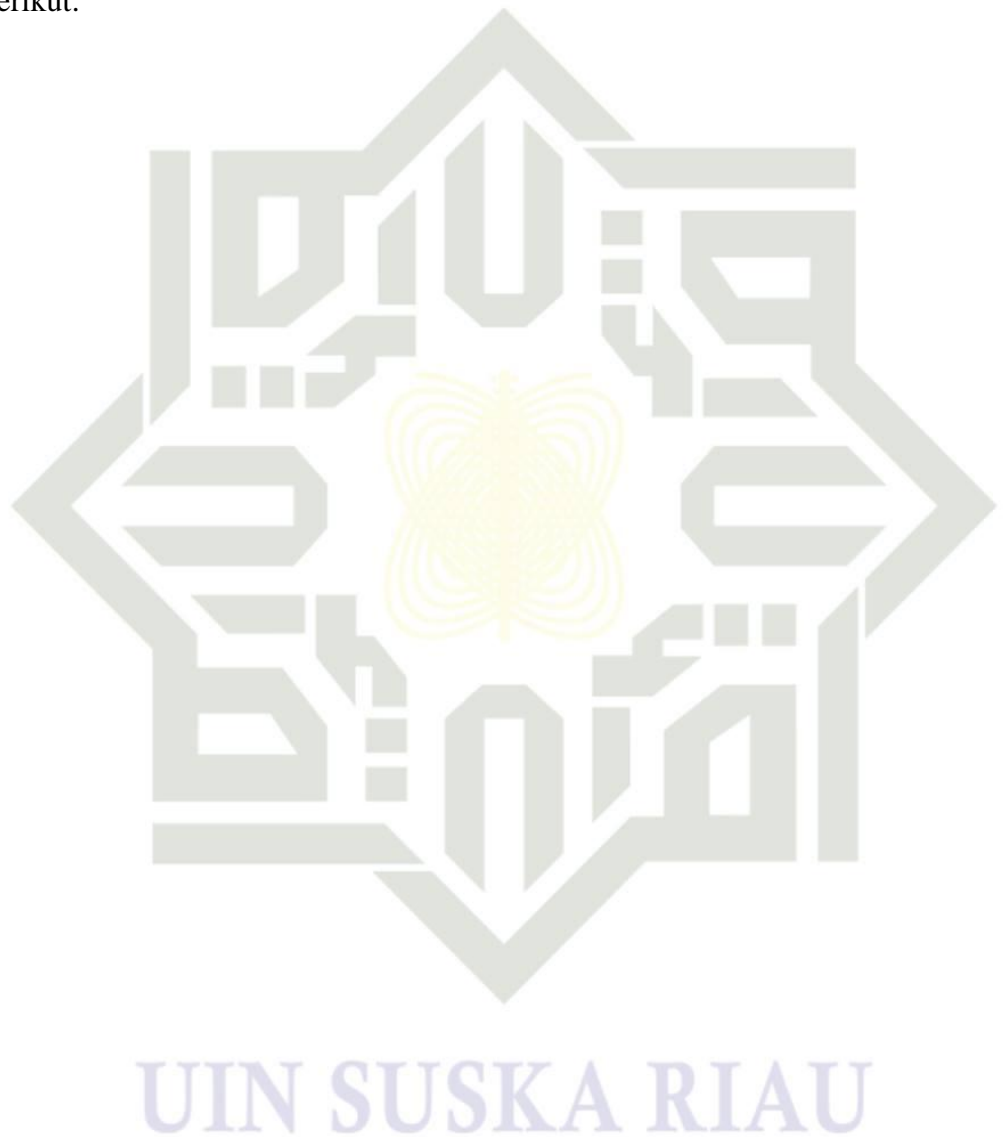
Teori ini diperkenalkan oleh ernest bormann pada tahun 1985 untuk menjelaskan terjadinya kohesivitas (keterpaduan) dalam kelompok, dimana anggota kelompok memiliki emosi, motivasi dan makna Bersama. Manusia adalah makhluk pencerita adalah dasar keyakinan dari teori ini yang pada dasarnya saling bertukar cerita atau narasi untuk menggambarkan pengalaman. Simbol-simbol berupa mitos, cerita dan fantasi berperan dalam membangun kesamaan identitas anggota kelompok. Menurut teori konvergensi simbolik, anggota dalam sebuah kelompok akan bertukar simbol-simbol, sehingga terjadi sebuah konvergensi yang menyatukan simbol tersebut. Konversi symbol ini akan meningkatkan saling pengertian, kesamaan pikiran dan perasaan antar anggota kelompok.

Teknik untuk mengetahui konvergensi symbol adalah melalui tema fantasi yang mengacu kepada fantasi yang dimiliki dan disebar oleh anggota kelompok. Umumnya berupa pesan yang di dramatisasi yang menimbulkan rantai fantasia atau fantasy chain.<sup>37</sup>

<sup>37</sup> Priyanto, *Metode Netnografi: "Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Social"*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Desember 2021) hal. 297-298.

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini Analisis *Personal Branding* Kapolda Riau melalui akun @moh.iqbal.91 yang mana Kerangka pikir digunakan untuk mempermudah peneliti dalam menghubungkan antara teori dengan rumusan masalah. Maka dari itu, peneliti menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



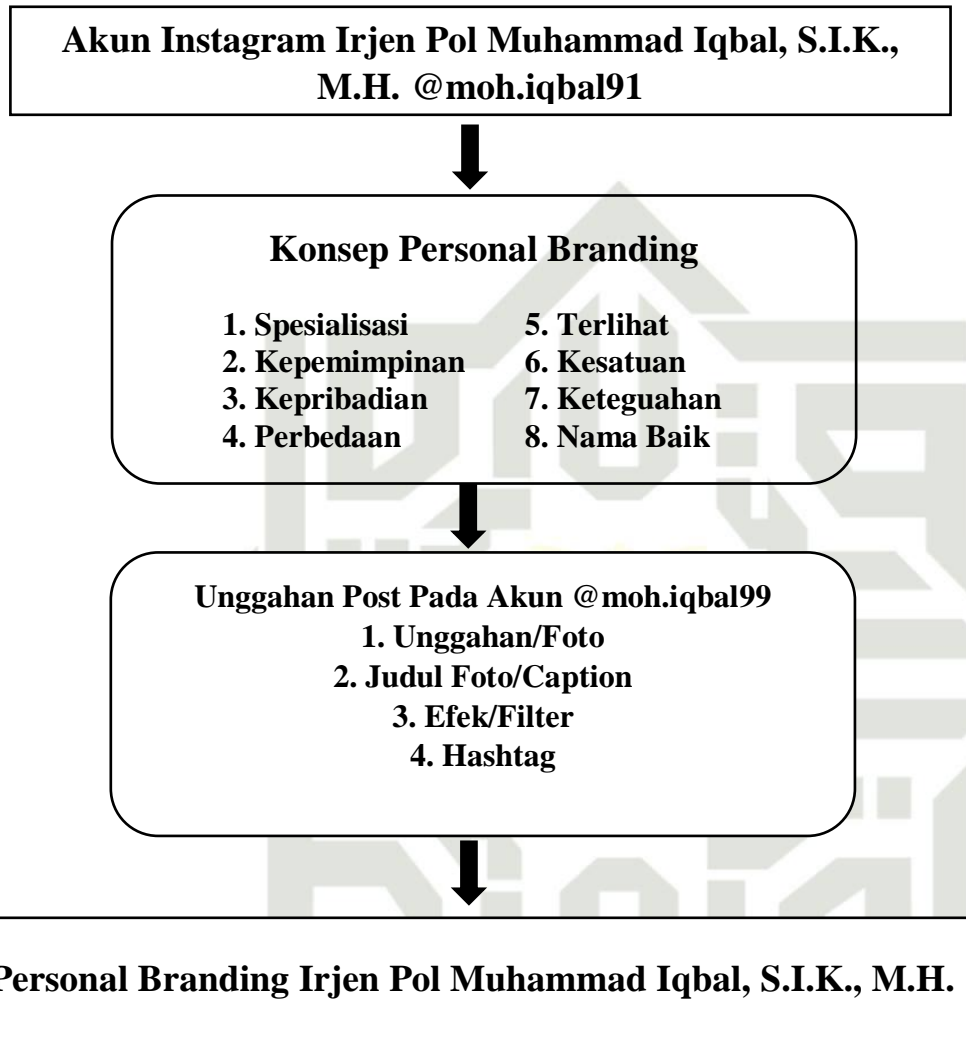
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 2****Karangka Pemikiran**

Sumber: Olahan Peneliti 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah netnografi. Netnografi adalah suatu bentuk penelitian kualitatif yang berusaha untuk memahami pengalaman budaya yang tercakup dan tercermin dalam jejak digital, praktik, dan sistem jejak *online*. Jejak *online* dapat berupa teks, grafik, fotografi, audiovisual, musik, iklan komersil, dan banyak hal lainnya.<sup>38</sup>

Menurut Kozinet dalam buku Eriyanto netnografi adalah metode yang mempelajari komunitas virtual dan memahami budaya pengguna media sosial. Dalam penelitian yang menggunakan metode penelitian netnografi terdapat beberapa tahapan yaitu pertama, Data Site Penelitian ini dimuali data *field site*, bisa berupa orang, kelompok, atau komunitas yang akan diteliti. Kedua, Imersi yang berarti Semua penelitian etnografi termasuk netnografi membutuhkan imersi penelitian kepada orang atau komunitas yang di teliti. Ketiga, Keterlibatan (Engagement) ialah Penelitian ini dicirikan oleh adanya partisipasi atau keterlibatan penelitian pada orang atau kelompok yang diteliti. Keempat, Operasi Data yaitu Teknik pengumpulan data yang paling utama dalam etnografi adalah observasi. Hal ini karena yang dipelajari dalam etnografi adalah perilaku, kebiasaan, ritual dan sebagainya yang bisa ditangkap melalui pengamatan.

Kasus yang diteliti adalah untuk mengetahui bentuk personal branding Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H melalui akun @moh\_1qbal.91 dan Konsep *personal branding* apa saja yang ditonjolkan di akun @moh\_1qbal.91 melalui sosial engagement seperti komentar dan *like* pada akun pejabat publik tersebut.

<sup>38</sup> Eriyanto, *Metode Netnografi: "Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Social"*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Desember 2021) hal. 2.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian netnografi tidak memiliki lokasi (*field site*) yang unik seperti halnya etnografi. Peneliti berhadapan dengan data yang tersebar luas diberbagai lokasi dan di hubungkan dengan algoritma media sosial. Hal ini karena penelitian netnografi berhadapan dengan data (*data site*) dan data ini berasal dari lokasi yang beragam, data yang dikumpulkan berasal dari postingan, like dan kolom komentar.<sup>39</sup> Lokasi pada penelitian ini yaitu akun @moh.iqbal.91 pada media sosial . Waktu penelitian ini dimulai dari bulan Oktober sampai selesai.

### Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data site yaitu data yang di awali dengan menentukan *field* (lapangan). Netnografi adalah penelitian berbasis online jadi data ini akan berupa percakapan atas satu topik di media sosial. pada riset netnografi ada tiga bentuk data.

#### 1. Data arsip

Merupakan data yang sudah ada (*eksisting*) sebelumnya atau jauh sebelum peneliti menelitinya. Data ini bentuknya bisa sangat banyak, seperti postingan di beberapa *platform* media sosial twitter, facebook, youtube, tiktok, atau komentar di youtube. Penelitian ini berfokus pada satu *platform* media sosial saja yaitu . Data akan didapatkan dari reaksi orang lain terhadap suatu postingan yang menghasilkan komentar di laman komentar postingan tersebut. Kemudian data postingan yang di posting selain akun yang di teliti.

#### 2. Data kolaborasi (*elicited*)

Data kolaborasi (*elicited*) adalah data yang di peroleh dengan cara berkolaborasi antara peneliti dengan kelompok orang yang diteliti atau team media yang di teliti. Perbedaan dengan data arsip (*extant*) data ini baru muncul atau dihadirkan Ketika peneliti melakukan riset. Data ini didapat melalui wawancara langsung dengan informan. Disini

<sup>39</sup> *Ibid*, hal. 141



wawancara akan dilakukan dengan tim pengelola media sosial milik Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H. yaitu @moh.iqbal.91.

### 3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian pada penelitian ini adalah IPDA FACHRI MURSYID, S.I.K. tim pengelola akun media sosial milik Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, penulis mengikuti tahapan penelitian netnografi yang disarankan oleh Kozinets yaitu:<sup>40</sup>

#### 1. Investigasi

Investigasi dilakukan untuk mendapatkan data (*data site*) yang akan diolah dan di analisis dalam penelitian. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berupa komentar dari setiap postingan pada akun @moh.iqbal.91. dalam hal ini akan di lihat bentuk komentarnya kemudian di kelompokkan sesuai dengan delapan karakter teori *personal branding*.

#### 2. Interaksi

Untuk memahami budaya pengguna media sosial. peneliti melakukan keterlibatan dengan data yang diteliti. Bentuk keterlibatan yang dipakai penelitian ini adalah keterlibatan emosional. Keterlibatan emosional (*emotional engagemen*) adalah strategi yang digunakan oleh peneliti untuk memahami budaya pengguna media sosial dengan cara melibatkan diri secara emosional pada postingan pengguna. Peneliti melibatkan diri pada pihak yang di teliti, mencurahkan emosi (sedih, senang, kecewa, dan sebagainya). dalam tahap interaksi ini peneliti

<sup>40</sup> Eriyanto, *Metode Netnografi: "Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Social"*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Desember 2021) hal. 52-60



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan Teknik wawancara kepada informan yaitu salah satu team sosial media yang dimiliki akan @moh.iqbal.91.

### 3. Partisipasi dan Imersi

Salah satu ciri penting dalam penelitian Netnografi adalah peneliti terlibat dengan kegiatan orang yang diteliti. Peneliti bisa mengalami emosi, dan pengalaman dari orang yang diteliti. Peneliti akan mencelupkan dan meleburkan dirinya pada budaya yang diteliti. Kemudian catatan imersi akan diwujudkan dalam bentuk catatan lapangan *field notes*.

Catatan imersi ditulis seperti sebuah buku atau catatan harian. Peneliti akan mendeskripsikan apa yang dilihat dan dibaca, mengungkapkan perasaan dan emosi setelah memeriksa dan melihat data percakapan media sosial tentang kapolda Riau Irjen Pol Muhammad Iqbal.

### 4. Integrasi

Integrasi adalah tahapan analisis dan interpretasi data. Pada penelitian netnografi, analisis pada dasarnya adalah mengintegrasikan semua data (arsip, observasi). Peneliti juga menggabungkan investigasi, interaksi (keterlibatan peneliti), dan hasil imersi. Integrasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk analisis tematik. Peneliti menemukan tema-tema kunci dari kolom komentar postingan akun @moh.iqbal.91.

### Populasi

*Tabel 1 Populasi Sampling*

POSTINGAN	DESKRIPSI	JMLH LIKE	JUMLAH KOMENTAR
	<p><b>Spesialisasi</b></p> <p>Terlihat didalam photo unggahan pada tanggal 15 desember 2022 kapolda Riau yang dipimpin oleh Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H mendapatkan penghargaan dari POLRI melalui kompolnas Award. Penghargaan ini didapatkan dengan peringkat terbaik dalam inovasi dan pelayanan masyarakat selama pandemi.</p>	5.180	396
	<p><b>Kepemimpinan</b></p> <p>Terlihat didalam photo unggahan Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H memberikan motivasi dan inspirasi kepada mahasiswa di Universitas Muhamadiyah Riau melambangkan seorang yang memiliki kepemimpinan</p>	6.220	753

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Ha

UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p><b>Kepribadian</b> Terlihat Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H sedang menghibur anak yang sedang mendapatkan atau tertimpa musibah sehingga terlihat diunggah anak anak itu merasa gembira ini menggambarkan Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H memiliki kepribadian yang baik.</p>	4.928	474
	<p><b>Perbedaan</b> Salah satu bentuk personal branding yang baik dan efektif adalah memunculkan perbedaan pada unggahan ini Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H menunjukkan perbedaannya dari pemimpin Kepolisian daerah sebelum nya yaitu memperhatikan komunitas yang butuh dukungan.</p>	2.854	116

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<b>Terlihat</b> Pada unggahan berikut ini dapat digambarkan Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H sedang berkolaborasi dengan media televisi lokal dan menerima tantangan sebagai penyampai berita ini merupakan salah satu ciri agar terlihat di publik.	3.039	193
---	--	-------	-----

Sumber : akun @moh.iqbal.91

### 3.7 Penyajian Data

Penyajian data melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yaitu mengkaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lainnya sehingga seluruh data yang dianalisis terlibat dalam satu kesatuan.

### 3.8 Penarikan Kesimpulan

Peneliti mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang disusun. Jadi peneliti dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandang peneliti untuk lebih mempertegas penulisan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### 4.1 Profil Kapolda Riau

Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H lahir di Palembang 4 Juli 1970. Dia lulus Akademi Kepolisian, saat berusia 21 tahun. Mengawali karir, sebagai Pamapta Polresta Banjarmasin Polda Kalselteng. Karirnya pun semakin menanjak.

Irjen Iqbal juga, bahkan sempat menjadi posisi Wakasat Lantas Polresta Banjarmasin. Kemudian setelah itu, dia ditunjuk sebagai Guru Muda I Pusdik Lantas Polri Serpong, Tangerang.

Empat tahun menduduki posisi itu, dia mendapat promosi sebagai Kasat Lantas Polresta Pekanbaru. Selang tiga tahun kemudian, Iqbal dipindah tugaskan ke Riau dengan posisi Wakapolresta Dumai. Sejak itu, jabatan strategis kerap diembannya. Seperti Kasat Lantas Polwiltabes Surabaya Polda Jatim. Kemudian Kapolres Gresik Polda Jatim, Kapolres Sidoarjo Polda Jatim dan Kapolrestabes Surabaya Polda Jatim. ia juga pernah menjadi, Kepala Biro Penerangan Masyarakat Divisi Humas Polri dan Kabid Humas Polda Metro Jaya.

Dengan pengalaman sebagai Humas, pada 9 November 2018 Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H memperoleh promosi sebagai Kadiv Humas Polri. Iqbal menggantikan posisi Irjen Pol Setyo Wasisto, yang mendapatkan penugasan di Kementerian Perindustrian. Sedangkan posisi Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H sebelumnya, sebagai Wakapolda Jatim digantikan Brigjen Pol Toni Hermanto. Setelah dari Mabes Polri, Iqbal diangkat menjadi Kapolda NTB pada 2020.





Tugas berat yang menantinya di NTB, mampu Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H selesaikan dengan baik. Mulai percepatan vaksinasi, mengawal persiapan sampai pelaksanaan event WSBK Mandalika 2021. Sukses dengan kerjanya di NTB, Kapolri Jenderal Listyo Sigit Prabowo menjadikannya Kapolda Riau.

### **Pendidikan**

Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H mendapatkan Pendidikan di Akademi Kepolisian pada tahun 1991 yang kemudian jadikan simbol pada akunnya yaitu 91 di dua angka terakhir akunnya. Setelah lulus kemudian melanjutkan Pendidikan spesialisasi lalu lintas dibelanda pada tahun 1996. Tidak berhenti disitu kemudian beliau melanjutkan Kembali diperguruna tinggi ilmu kepolisian (PTIK) pada tahun 2000 guna mengasah ilmu di bidang kepolisian. Untuk menjadi *staff* pimpinan Kepolisian Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H l harus memiliki Pendidikan Sespimpol dan juga melanjutkan pendidikannya disekolah *staff* pimpinan Kepolisian pada tahun 2005. Sebelas tahun kemudian setelah menamatkan studinya di Lembaga ketahanan nasional (Lemhanas) pada tahun 2016.

### **Karir**

Mengawali karir Pamapta Polresta Banjarmasin Polda Kalselteng pada tahun 1992 tak lama kemudian menjadi Wakasat Lantas Polresta Banjarmasin, Polda Kalselteng di tahun 1993. Tidak butuh waktu lama kecemerlangan karirnya pun kian menanjak sehingga pada tahun 1994 beliau diangkat menjadi Kasat Lantas Polres Kota Baru Polda Kalselteng. Karena dedikasi nya terhadap Kepolisian dan kesuksesannya kemudian menjadi Guru Muda I Pusdik Lantas Polri Serpong, Tangerang di tahun 1996.

Mengawali karir di kota pekanbaru sebagai Kasat Lantas Poltabes Pekanbaru Polda Riau pada tahun 2000. Kemudian menjadi Wakapolresta Dumai Polda Riau 2003. Pada tahun 2004 beliau diangkat sebagai

#### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Koorspri Kapolda Riau dan dengan jabatan yang sama ditahun 2005 beliau menjabat Koorspri Kapolda Jatim.

Dua tahun kemudian yaitu pada tahun 2007 beliau mendapatkan Amanah jabatan sebagai Kasat Lantas Polwiltabes Surabaya Polda Jatim. Karirnya semakin cemerlang menjadi Kapolres Gresik Polda Jatim pada tahun 2008. Menjadi Kapolres Sidoarjo Polda Jatim pada tahun 2009 dan diangkat menjadi Wakapolwiltabes Surabaya Polda Jatim pada tahun 2010.

Saat Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H diamanahkan sebagai Kepala SPN Lido Polda Metro Jaya pada tahun 2011 perjalanan karirnya terus menanjak sehingga dipercaya Kembali untuk menjabat Kapolres Jakarta Utara Polda Metro Jaya (2012), Kabid Humas Polda Metro Jaya (2015). Beliau juga pernah mengemban Amanah sebagai Analis Kebijakan Madya bidang Dalops Sops Polri (dalam rangka Sespimti) tahun 2016 dengan jabatan sebagai Kapolrestabes Surabaya Polda Jatim tahun 2016.

Karopenmas Divhumas Polri ditahun 2017 dan Wakapolda Jatim ditahun 2018, Kepala Divisi Humas Polri ditahun 2018 menjabat sebagai jabatan tertinggi pada kepolisian daerah pertamanya yaitu menjadi Kapolda Nusa Tenggara Barat 2020 kemudian dipercaya menduduki jabatan sebagai kapolda Riau pada tahun 2021 dan sampai saat ini masih menjabat.<sup>41</sup>

#### 4. Media sosial

Mulai membuka akun pada tahun Mei 2020 sejak itu Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H aktif menggunakan sosial media untuk memberikan informasi-informasi yang dianggap penting. Tidak hanya mengunggah hal-hal yang berkaitan pekerjaan namun terkadang mengunggah tentang kegiatan diluar pekerjaan seperti jalan santai saat tidak sedang bertugas, memberikan sambutan dimasyarakat saat sedang berbaur dengan masyarakat sekitar lingkungan tempat tinggal beliau.

<sup>41</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Muhammad\\_Iqbal\\_\(polisi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Iqbal_(polisi)) 12 juli 2023

Media sosial yang digunakan hanya instagram tidak ada media sosial lainnya yang digunakan. Alasan tidak menggunakan media sosial lainnya adalah menurut Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H sudah cukup satu pintu saja informasinya agar tidak mudah tersebar akun palsu ataupun berita hoax di masyarakat.

Saat ini Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H memiliki 887 postingan dan 61,7rb pengikut dan sudah di validasi dengan centang biru oleh yang menandakan beliau merupakan tokoh atau orang perorang yang memiliki pengaruh di masyarakat online.

Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H merupakan salah satu pelopor tokoh publik penegak hukum yang memiliki jumlah pengikut terbanyak di kalangan nya yaitu kalangan Kepolisian.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan peneliti tentang Analisis *Personal Branding* Kapolda Riau Melalui Akun @Moh.Iqbal.91 Pada Media Sosial yang dilakukan dengan mengalisis delapan konsep *personal branding* maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk *personal branding* yang dilakukan oleh Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H ini adalah karakter yang sebenarnya sebagai abdi negara yang menjalankan tugas dengan baik juga mampu menginspirasi banyak orang atau masyarakat luas terlebih anggota kesatuan Kepolisian daerah Riau. Sosok yang pemimpin yang memiliki loyalitas tinggi terhadap Bangsa.
2. fakta dilapangan menunjukkan bahwa *personal branding* yang ditonjolkan oleh Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H adalah seorang pemimpin yang berkarakter kuat juga memiliki kepribadian yang hangat terhadap sesamanya terbukti dari beberapa postingan tentang membantu sesama dan beliau juga menyukainya penggambaran ini dapat dianalisis dari senyum yang tulus dan tindakannya dilapangan.
3. Walaupun memiliki hati yang lembut seorang Perwira bintang dua ini tidak main-main dalam menegakkan hukum dan keadilan dibumi Lancang Kuning tersebut. beliau juga selaku Kapolda Riau sangat berdedikasi dalam bertugas terbukti pada setiap pencapaiannya yang selalu diabadikan dan di unggah pada sosial media nya.
4. Dalam melaksanakan tugas yang di embannya juga bekerjasama pada media partner berita lokal yang ada diProvinsi Riau guna tersebar dan menyebarnya informasi yang akurat dan terpercaya.



hal ini terlihat dari postingannya yang mampu terlihat dengan menjadi presenter Tv di RTV.

Dari delapan konsep yang membentuk *personal branding* Irjen Pol Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H pada akun Instagram @moh.iqbal.91 telah menggunakan teori konsep pembentukan *personal branding*.

## Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Peneliti berharap kepada tim media sosial Kapolda Riau untuk tidak hanya *posting* yang berhubungan dengan pekerjaannya saja tapi menurut peneliti harus membangun kedekatan emosional kewarganet dengan *posting* kegiatan pribadi yang bermanfaat seperti tetap mengutamakan keluarga disela-sela kesibukan pekerjaan atau tetap menjaga Kesehatan walaupun sangat sibuk melalui *postingan* yang bisa diakses oleh masyarakat luas.
2. dari penelitian ini peneliti memiliki harapan kepada pemilik akun @moh.iqbal.91 yaitu seorang pejabat publik untuk terus menjadikan sosial media sebagai sarana menepis berita berita hoax diluar dengan cara terus menginformasikan kepada masyarakat Provinsi Riau khususnya informasi- informasi yang valid.
3. Harapan penelitian karya tulis ilmiah ini bisa menjadi bahan referensi bagi Akademisi yang akan atau sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan *personal branding* pejabat publik.
4. Penelitian ini jauh dari kata sempurna sehingga peneliti mengharapkan kepada para peneliti yang sedang melakukan penelitian dan menjadikan karya ilmiah ini sebagai referensi ada baiknya mempelajari secara utuh metodologi nentografi karena

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

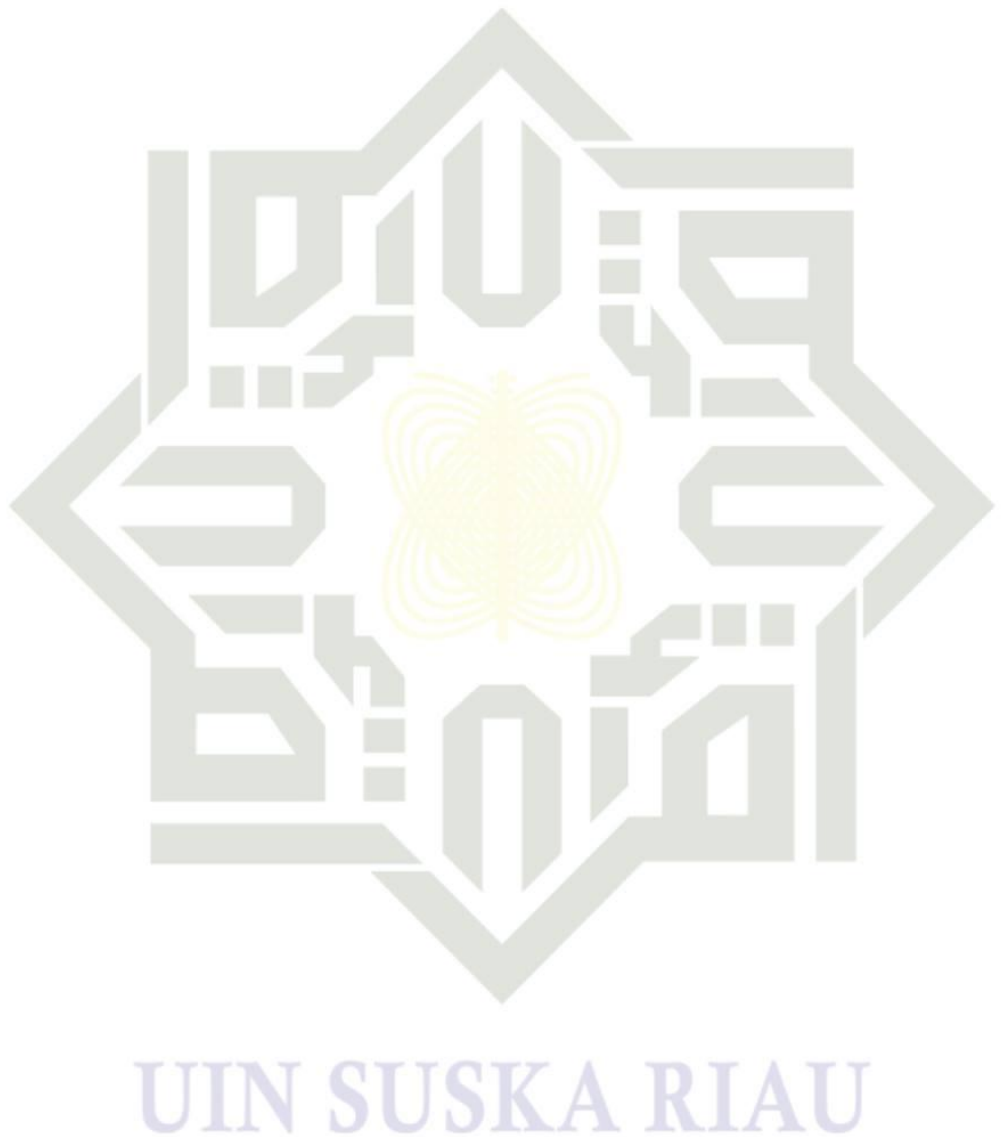
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karya ilmiah ini masih menggunakan metodologi campuran yaitu kualitatif dan netnografi ditambah lagi dalam penelitian ini terdapat data wawancara yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan dalam penelitian netnografi.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abugaza, A. (2013). *Social Media Politica*. Jakarta: Tali Writing & Publishing House.
- Anda Vivi Imawati, A. W. (2016). Analisis Personal Branding Fashion Blogger Diana Rikasari. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 175-184.
- Arifunto, S. (2001). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Avondita, W., Islami, D. I., Saifulloh, M., & Sukarni, N. F. (2022). Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial @ agusyudhoyono. *Jurnal Cyber PR*, 2(1), 25-48.
- Bungin, M. B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Butar, C. R. B., & Ali, D. S. F. (2018). Strategi personal branding selebgram non selebriti. *PROfesi Humas*, 2(2), 86-101.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, O. U. (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2021). *Metode Penelitian: Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Haoen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Kepi, M. L. (2021). Personal Branding Pejabat Public (Studi Kualitatif Personal Branding Bupati Tapanuli Selatan Melalui Akun Isntagram @Hajidollypasaribu). *Jurnal Hikmah* , 318-330.
- Kemp, S. (2021, Februari 11). *Digital 2021: Indonesia*. Retrieved Juli 13, 2022, from datareportal.com: <https://dataportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Krisyanto. (2006). *Teknik Praktisi Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- M. N. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* . Yogyakarta : Kobis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

a Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Ma'aruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 15(2), 1-18.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurjaman, B. A. (2013). *Manajemen Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Nurjannah, T. (2020). Pembentukan Personal Branding Non Celebrity Endorser Surabaya Melalui Media Sosial. *Commercium*, 3(1).
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis pada Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1).
- Putri, S. (2021). Personal Branding Pejabat Publik (Analisis Isi Akun Walikota Solo Gibran Rakabuming Raka). *Mediova: Journal Of Islamic Media Studies*, 1(1), 99-124.
- Rampersad, H. K. (2009). *Authentic Personal Branding*. North Carolina: Age Publishing.
- Riyanto, A. D. (2022, Februari). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Retrieved 13 Juli, 2022, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @ Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Tamrin, A. M., Larisu, Z., & Dilla, S. (2020). Personal Branding Politikus DPR-RI Sulawesi Tenggara pada Akun. *Convergence*, 2(2).
- Vandehey, P. M. (2004). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greter Influence, Explosive Income, Growth And Rapid Career Advancement By Applying The Branding Tehniques Of Michael, Martha And Oprah*. USA: Peter Montoya Corporated.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Sumber Lain

Tim Penyusun Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI

Tim media social isntagram @moh.iqbal.91

## Internet

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Muhammad\\_Iqbal\\_\(polisi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Iqbal_(polisi))

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## LAMPIRAN 1

### DATA KOMENTAR INTERNAL

No	KOMENTAR	KETERANGAN
1	Alhamdulillah... Together we are strong bapak	
2	Bapak kapolda riau emang terbaik	
3	Semoga ANAK SAYA JUGA SOMEDAY IZIN ALLAH JADI JEDRAL, AMIN ALLAHUMA AMIN... PRO RAKYAT FIRSTLY	
4	Selamat dan sukses Pak Kapolda Riau moh.iqbal.91. Barakallah. Owhh iya Pak Kapolda, wkt Bapak masih Kasat Lantas Poresta Pekanbaru, msh ingat Pak dengan namanya Kiki, tehniisi ? Salam dari Kiki utk Pak Kapolda	
5	Mohon ijin bravo JENDRAL dan selamat atas penganugrahan KOMPOLNAS AWARD tahun 2022 alhamdulillah berkah kerja keras BAPAK KAPOLDA RIAU beserta jajaran juga dukungan masarakat prov riau,,dan ijinkan saya selalu memberikan doa terbaik jendral , semoga ALLAH SWT senantiasa melipahkan rahmat keehatan kesuksesan dan keselamatan buat BAPAK KAPOLDA RIAU beserta KELUARGA AMIN AMIN YAROBAL ALAMIN salam HORMAT JENDRAL brigade	
6	Alhamdulillah,masyaallah semoga barokah dunia akhirat, Bravo polda riau	
7	Sukses selalu komandan semoga mjd inspirator bagi generasi milenial.	
8	Selamat buat polda riau atas penghargaan nya... Salam sehat jenderal.. Saya dari daerah kalimantan Barat	
9	Barokallah Niat baik pasti ada jalan LAKONE Menang kerii□□□□	
10	Selamat komandan, smg sukses dan sehat sllu	

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau	komandan.Polda Riau jaya. ❤️👍❤️👍	
11	Kapolda yang humble dan dekat dgn Mahasiswa👍👍👍 TOPP Pak👍👍	
12	Semoga selalu jadi motivator handal, Jenderal	
13	Luar biasa pak polisi hebat	
14	Ruar biasa Kapolda Riau semoga senantiasa sehat dan sukses selalu sehingga Provinsi Riau kondusif baik kriminal, curanmor, begal, pungli maupun Narkoba	
15	Sukses selalu bapak kapolda riau, panutan untuk generasi muda	
16	Bertindak lebih baik lagi Act The Better. Be The Best. Terimakasih Jenderal telah menunjukkan kpd kami bagaimana caranya utk bertindak yg lebih baik lagi... Hingga kami jadi YANG TERBAIK	
17	Tetap istiqamah berbuat yang terbaik untuk masyarakat Riau jendral	
18	Kapolda yg ramah dan idola mahasiswa 👍👍👍👍	
19	Mantap Jendral dng memotivasi dan membagi wawasan kepada generasi muda penerus bangsa Kepercayaan Publik terhadap POLRI semakin Meningkat 👍👍	
20	Luar biasa Jenderal. Semoga Ilmu yg dibagikan dpt bermanfaat bagi adek2 Mahasiswa	
21	Luar Biasa komandan ttp dicintai dan mjd motivasi bagi kami serta bagi adek2 mahasiswa Lancang kuning Amin.	
22	bravo Jenderel visioner, sehat sell 👍	
23	Assalamualaikum wr wb mohon ijin menyampaikan luar biasa dan bravo JENDRAL dan bravo polda riau dan ijin kan saya selalu memberikan doa terbaik buat BAPAK	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	KAPOLDA RIAU dan KELUARGA semoga ALLAH SWT senantiasa selalu diberikan barokah nikmat kesehatan kesuksesan dan keselamatan buat BAPAK KAPOLDA RIAU dan IBU KETUA BHAYANGKARI daerah riau amin amin yarobbal alamin salam HORMAT JENDRAL wassalamualikum wr wb	
24	luar biasa pak,tetap semangat semoga slalu dalam lindungan Allah SWT,Menjalin hubungan dengan mahasiswa,dan polri tetap dicintai masyarakat.	
25	Terima kasih pak telah menghadiri acara baitul arqam dan pembinaan calon wisudawan umri, saya salah satu calon wisudawati umri <input type="checkbox"/> dan saya sangat senang bisa langsung mendengarkan materi yg bapak sampaikan. Semoga bapak selalu di beri kesehatan.	
26	Role model pimpinan polri pak kapolda <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
27	semoga menjadi Pemimpin yang di tauladani serta motivasi bagi personil. Bravo Polri di Bawah Kepemimpinan Bapak. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
28	tetap pelayanan terbaik Jendral <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
29	kapolda Kebanggam Masyarakat Riau <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
30	bravo Jendral ..sungguh mumpuni di segala bidang yg bisa mmbngun bngsa dan negara	
31	jangan pernah lelah buat melayani masyarakat y pak.semoga bapak sehat2 slalu dan di lindungi tuhan dalam setiap langkah bapak amin <input type="checkbox"/>	
32	tetap semangat buat adek adek dan Alhamdulillah diberikan kesempatan bertemu bapak Kapolda, salam dari Inhil jendelal	
33	Senyum yang menggambarkan kebahagiaan dari adek adek disana yg bisa bertemu bersama bapak Kapolda, salam dari Inhil Jenderal	
34	Semoga Perwira Polisi lain bisa menjadikan pak iqbal sebagai teladan ditengah krisis	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	kepercayaan masyarakat kepada aparat kepolisian..□□□	
35	Bravo jendral.. semoga masyarakat semakin terbantu dengan hadirnya polri...	
36	Semogah berkah dan lekas sembuh buat adik adik, Terimakasih buat perhatian Bapak Kapolda Riau □□ □□ Sukses dan Bahagia selalu pak □□	
37	semoga makin sukses dan barokah Jendral, sangat Luar biasa sekx bapak Kapolda Riau kita.. □□□□	
38	Jendral yg rendah hati dan support untuk segala kegiatan masyarakat di riau..sehat selalu jendral..	
39	Assalamualaikum selamat pagi pak saya mntak tlg kali sama bpk Kapolda Riau tlg bantu proses satpol PP di rohil pak,yg di urus sm polres belum ada titik terangnya pak	
40	Terimakasih Jendral,ditengah kesibukan sebagai Kapolda Riau sangat memperhatikan perkembangan Olahraga khususnya Karate.Salam Karate.Osh	
41	BRAVO Polda Riau. Together We Are Strong.	
42	To Gether We Are Strong" Genderal I'm apround Respon To You.... □□❤□	
43	Semoga atlet2 Riau selalu Juara, Sukses selalu jendral, Bravo Polda Riau □□	
44	Sehat selalu jendral dalam melaksanakan tugas Aamiin YRA	
45	Alhamdulillah, Good Job jenderal ❤□	
46	Membangun jiwa muda yg presisi, bravo jendral□	
47	Brapo bapak Kapolda, semoga tetap semangat dan sehat selalu Jendral..	
48	Mohon ijin Sosok pimpinan yg begitu dicintai masarakat bumi lancang kuning dibumi melayu kususnya umumnya masarakat riau,begitu bersahaja dengan masarakat melayu kami	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	bangga mohon ijin sehat selalu JENDRAL BERSAMA KELUARGA semoga Bapak kapolda riau selalu diberikan perlindungan dalam menjalankan tugas nya di polda Riau salam Hormat dari kami prajurit Bhayangkara Brigade	
49	tawa mu membuat warga tembilahan bangga dan senang jendral	
50	Semoga Riau Tv dan Siaran Tv lainnya menjadi sarana yang terbaik dalam mendukung majunya informasi polda Riau,Salam hangat dari masyarakat inhil untuk Bapak Kapolda Riau□□□	
51	Semoga dengan bersinergi dengan media Riau TV dapat menjadi jembatan komunikasi yang baik baik Polda Riau Dan Riau tv ..bravo Selalu Polda Riau	
52	Semoga sehat selalu Jenderal □, semoga Polri senantiasa bisa bersinergi dgn media dan masyarakat...	
53	Pak Kapolda terbaik...sehat selalu bapak□□□selalu menjadi tauladan dimanapun berada□□□□	
54	Terimakasih Jenderal, melalui media kami dpt menerima pesan2 Kamtibmas dari Polda Riau dengan baik dan benar. Sehingga masyarakat Riau semakin cerdas dlm meningkatkan keamanan dan keselamatan.□□□	
55	Tetap semangat dalam menjalankan tugas jendral kami anak inhil akan selalu mendoakan jendral□	
56	Senang mu adalah senang kami jendral semoga sehat selalu jendral kami dari suku pedalaman kab inhil mendoakan agar sukses selalu untukmu jendral □□	
57	Selalu mengedepankan kebersamaan, luarbiasa Bapak Kapolda Riau □□□	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

58	Kereen bapak Kapolda Riau...sehat selalu bapak Kapolda beserta ibu ...together we are strong	
59	Bravo Polri, Narkoba Brantas dari Negeri Lancang Kuning, sehat selalu bapak Kapoldaku Jaya lah Selalu. Amin□□□□□	
60	kereen salut buat Bapak Kapolda Riau dan Kepala BNN RI, kalau perlu di adakan tes urine serentak Pak seluruh anggota Polda Riau secara mendadak	
61	sukses selalu jenderal ...bersama kita brantas narkoba agar generasi selanjutnya aman dan bebas dari narkoba□□	
62	dimanapun bpk..Jendral moh.Iqbal...selalu harum,bersinar.....menyenangkan hati masyarakat....suksen Jendral.	

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## LAMPIRAN 2

## DATA KOMENTAR EXTERNAL

NO	HIGHLIGHT MEDIA ONLINE	KETERANGAN
1	"Irjen Iqbal dan Polda Riau juara soal performa di media sosial"	
2	"Polda Riau sukses dalam program menjaga stabilitas kamtibmas, selama dipimpin Irjen muhamad Iqbal gangguan kamtibmas turun, iklim investasi bertambah"	
3	Polda Riau dan Polresta Pekanbaru kompak mendapat peringkat terbaik dari kompolnas Award Tahun 2022 hari ini. Keduanya mendapatkan penghargaan atas inovasi dan pelayanan kepada masyarakat selama masa pandemi"	
4	"Kepolisian Daerah Riau berhasil meraih penghargaan bergengsi, kompolnas Award 2022 di auditorium PTIK, jalan tirtayasa, kebayoran Baru, Jakarta selatan"	
5	"pasca Aksi bom bunuh diri di polsek astana anyar kapolda riau minta jajaran perketat pengamanan mako"	
6	"Kapolda Riau Irjen mohammad Iqbal mengunjung posko pengungsi di polres cianjur, kapolda Riau mencoba menenangkan warga saat gempa susulan yang terjadi di kabupaten cianjur pada rabu 30 november 2022"	
7	"Tegakkan Hukum tanpa pandang bulu"	

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	"Arahan Irjen Mohammad Iqbal ini sungguh dalam, Setiap Anggota hanya bekerja namun juga harus berakhlak"	
	"Bersama kapolda riau Irjen Mohammad Iqbal yang Ramah, Bik Hati dan Dermawan Kepada Anak yatim"	
	"Polda Riau dan Polresta Pekanbaru kompak mendapat peringkat terbaik"	
	"Polda Riau musnahkan Ribuah Miras, Knalpot bising dan narkoba"	
	"Gubri Menyampaikan Apresiasi atas prestasi yang di ukir Kapolda Riau Irjen Mohammad Iqbal"	
13	"Terimakasih kepada Bapak kapolda Riau @moh.iqbal.91 yang telah berkenan hadir di event "kemilau ramadhan" sempena acara puncak SERAMBI yang di taja oleh @bonoproduction bekerjasama dengan @ddv_riau"	
14	"Melihat wajah irjen iqbal, dua anak penderita rapuh tulang langsung sumringah"	
Islamic	"Sidak pembuatan SIM Irjen Iqbal : jangan persulit masyarakat"	

### LAMPIRAN 3

#### DATA KODING

NO	POSTINGAN	KODING	NOTHING (CATATAN)
1	"Irjen Iqbal dan Polda Riau juara soal performa di media sosial"	Growth mindset	
2	"Polda Riau sukses dalam program menjaga stabilitas kamtibmas, selama dipimpin Irjen muhamad Iqbal gangguan kamtibmas turun, iklim investasi bertambah"	Kriminalitas menurun	
3	Polda Riau dan Polresta Pekanbaru kompak mendapat peringkat terbaik dari kompolnas Award Tahun 2022 hari ini. Keduanya mendapatkan penghargaan atas inovasi dan pelayanan kepada masyarakat selama masa pandemi"	Inovatif dalam melayani masyarakat	Kompolnas award sebuah ajang penghargaan yang di taja oleh POLRI. Ada beberapa kategori dalam ajang penghargaan ini
4	"Kepolisian Daerah Riau berhasil meraih penghargaan bergengsi, kompolnas Award 2022 di auditorium PTIK, jalan tirtayasa, kebayoran Baru, Jakarta selatan"	Berhasil	
5	"pasca Aksi bom bunuh diri di polsek astana anyar kapolda riau minta jajaran perketat pengamanan mako"	Cepat tanggap	
6	"Kapolda Riau Irjen mohammad Iqbal mengunjung posko pengungsi di polres cianjur, kapolda Riau mencoba menenangkan warga saat gempa susulan yang terjadi di kabupaten cianjur pada rabu 30 november 2022"	Memiliki karakter empathy dan simpati	
7	"Tegakkan Hukum tanpa pandang bulu"	Tegas	

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

8	"Arahan Irjen Mohammad Iqbal ini sungguh dalam, Setiap Anggota jangan hanya bekerja namun juga harus ber akhlak"	Pemimpin berkarakter	
9	"Bersama kapolda riau Irjen Mohammad Iqbal yang Ramah, Baik Hati dan Dermawan Kepada Anak yatim"	Ramah, baik hati, dan dermawan	
10	"Polda Riau dan Polresta Pekanbaru kompak mendapat peringkat terbaik"	Peringkat terbaik	
11	"Polda Riau musnahkan Ribuah Miras, Knalpot bising dan narkoba"	Komitmen	Miras adalah minuman ber alcohol yang tidak di boleh di jual bebas di Indonesia
12	"Gubri Menyampaikan Apresiasi atas prestasi yang di ukir Kapolda Riau Irjen Mohammad Iqbal"	Apresiasi	GUBRI gubernur riau
13	"Terimakasih kepada Bapak kapolda Riau @moh.iqbal.91 yang telah berkenan hadir di event "kemilau ramadhan" sempena acara puncak SERAMBI yang di taja oleh @bonoproduction bekerjasama dengan @ddv_riau"	Silaturahmi	
14	"Melihat wajah irjen iqbal, dua anak penderita rapuh tulang langsung sumringah"	Pribadi menyenangkan	
15	"Sidak pembuatan SIM Irjen Iqbal : jangan persulit masyarakat"	Peduli rakyat	
16	Alhamdulillah... Together we are strong bapak	Tagline penyemangat team	Together we are strong berarti Bersama kita lebih kuat
17	Bapak kapolda riau emang terbaik	Terbaik	
18	Semoga ANAK SAYA JUGA SOMEDAY IZIN ALLAH JADI JEDRAL, AMIN ALLAHUMA AMIN... PRO RAKYAT FIRSTLY	menginspirasi	Someday suatu hari

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

19	Selamat dan sukses Pak Kapolda Riau moh.iqbal.91. Barakallah. Owhh iya Pak Kapolda, wkt Bapak masih Kasat Lantas Poresta Pekanbaru, msh ingat Pak dengan namanya Kiki, tehni ? Salam dari Kiki utk Pak Kapolda	Selalu diingat orang	
20	Mohon ijin bravo JENDRAL dan selamat atas penganugrahan KOMPOLNAS AWARD tahun 2022 alhamdulillah berkah kerja keras BAPAK KAPOLDA RIAU beserta jajaran juga dukungan masarakat prov riau,,dan ijinan saya selalu memberikan doa terbaik jendral , semoga ALLAH SWT senantiasa melipahkan rahmat kesehatan kesuksesan dan keselamatan buat BAPAK KAPOLDA RIAU beserta KELUARGA AMIN AMIN YAROBAL ALAMIN salam HORMAT JENDRAL brigade	Pujian	
21	Alhamdulillah,masyaallah semoga barokah dunia akhirat, Bravo polda riau	Pujian	
22	Sukses selalu komandan semoga mjd inspirator bagi generasi milenial.	Di dukung masyarakat	
23	Selamat buat polda riau atas penghargaan nya... Salam sehat jenderal.. Saya dari daerah kalimantan Barat	Kagum	
24	Barokallah Niat baik pasti ada jalan LAKONE Menang kerii	Bentuk dukungan dari masyarakat	
25	Selamat komandan, smg sukses dan sehat sllu komandan.Polda Riau jaya. ♥️👍♥️👍	Bentuk dukungan masyarakat	
26	Kapolda yang humble dan dekat dgn Mahasiswa👍👍👍 TOPP Pak👍👍	Humble	

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

27	Semoga selalu jadi motivator handal, Jenderal	Inspiratif	
28	Luar biasa pak polisi hebat	Pujian	
29	Ruar biasa Kapolda Riau semoga senantiasa sehat dan sukses selslu sehingga Provinsi Riau kondusif baik kriminal, curanmor, begal, pungli maupun Narkoba	Didukung masyarakat	
30	Sukses selalu bapak kapolda riau, panutan untuk generasi muda	Inspiratif	
31	Bertindak lebih baik lagi Act The Better. Be The Best. Terimakasih Jenderal telah menunjukkan kpd kami bagaimana caranya utk bertindak yg lebih baik lagi... Hingga kami jadi YANG TERBAIK	Menginspirasi	
32	Tetap istiqamah berbuat yang terbaik untuk masyarakat Riau jendral	Harapan	
33	Kapolda yg ramah dan idola mahasiswa □□□□	Berjiwa muda	
34	Mantap Jendral dng memotivasi dan membagi wawasan kepada generasi muda penerus bangsa Kepercayaan Publik terhadap POLRI semakin Meningkat □□	Perduli generasi bangsa	
35	Luar biasa Jenderal. Semoga Ilmu yg dibagikan dpt bermanfaat bagi adek2 Mahasiswa	Perduli generasi bangsa	
36	Luar Biasa komandan ttp dicintai dan mjd motivasi bagi kami serta bagi adek2 mahasiswa Lancang kuning Amin.	Dicintai masyarakat	
37	bravo Jenderel visioner, sehat sell □	Visioner	
38	Assalamualaikum wr wb mohon ijin menyampaikan luar biasa dan bravo	Dukungan	



## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

JENDRAL dan bravo polda riau dan ijin kan saya selalu memberikan doa terbaik buat BAPAK KAPOLDA RIAU dan KELUARGA semoga ALLAH SWT senantiasa selalu diberikan barokah nikmat kesehatan sukses dan keselamatan buat BAPAK KAPOLDA RIAU dan IBU KETUA BHAYANGKARI daerah riau amin amin yarobbal alamin salam HORMAT JENDRAL wassalamualikum wr wb		
39	luar biasa pak,tetap semangat semoga slalu dalam lindungan Allah SWT,Menjalin hubungan dengan mahasiswa,dan polri tetap dicintai masyarakat.	Dicintai masyarakat
40	Terima kasih pak telah menghadiri acara baitul arqam dan pembinaan calon wisudawan umri, saya salah satu calon wisudawati umri <input type="checkbox"/> dan saya sangat senang bisa langsung mendengarkan materi yg bapak sampaikan. Semoga bapak selalu di beri kesehatan.	Membagi ilmu
41	Role model pimpinan polri pak kapolda <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Role model
42	semoga menjadi Pemimpin yang di tauladani serta motivasi bagi personil. Bravo Polri di Bawah Kepemimpinan Bapak. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Harapan masyarakat
43	tetap pelayanan terbaik Jendral <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Harapan
44	kapolda Kebanggam Masyarakat Riau <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Dicintai masyarakat
45	bravo Jendral ..sungguh mumpuni di segala bidang yg bisa mmbngun bngsa dan negara	Pujian
46	jangan pernah lelah buat melayani masyarakat y pak.semoga bapak	Bentuk dukungan masyarakat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	47	sehat2 slalu dan di lindungi tuhan dalam setiap langkah bapak amin □		
	48	tetap semangat buat adek adek dan Alhamdulillah diberikan kesempatan bertemu bapak Kapolda, salam dari Inhil jendela	Bentuk dukungan	
	49	Senyum yang menggambarkan kebahagiaan dari adek adek disana yg bisa bertemu bersama bapak Kapolda, salam dari Inhil Jenderal	Membawa kebahagiaan	
	50	Semoga Perwira Polisi lain bisa menjadikan pak iqbal sebagai teladan ditengah krisis kepercayaan masyarakat kepada aparat kepolisian.. □ □ □	Harapan	
	51	Bravo jendral.. semoga masyarakat semakin terbantu dengan hadirnya polri...	Harapan dan pujian	
	52	Semogah berkah dan lekas sembuh buat adik adik, Terimakasih buat perhatian Bapak Kapolda Riau □ □ □ □ Sukses dan Bahagia selalu pak □ □	Dukungan masyarakat	
	53	semoga makin sukses dan barokah Jenderal, sangat Luar biasa sekx bapak Kapolda Riau kita.. □ □ □ □	Dukungan masyarakat	
	54	Jendral yg rendah hati dan support untuk segala kegiatan masyarakat di riau..sehat selalu jendral..	Rendah hati	
	55	Assalamualaikum selamat pagi pak saya mntak tlg kali sama bpk Kapolda Riau tlg bantu proses satpol PP di rohil pak,yg di urus sm polres belum ada titik terang nya pak	Pengaduan	
	56	Terimakasih Jenderal,ditengah kesibukan sebagai Kapolda Riau sangat memperhatikan	Peduli dan rela berkorban	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

56	perkembangan Olahraga khususnya Karate.Salam Karate.Osh		
57	BRAVO Polda Riau. Together We Are Strong.	Tagline penyemangat	
58	To Gether We Are Strong" Gendral I'm aproud Respon To You.... □ □ ♥ □	Tagline penyemangat	
59	Semoga atlet2 Riau selalu Juara, Sukses selalu jendral, Bravo Polda Riau □ □	Harapan dan pujian	
60	Sehat selalu jendral dalam melaksanakan tugas Aamiin YRA	Dukungan masyarakat	
61	Alhamdulillah, Good Job jenderal ♥ □	Kinerja bagus	
62	Membangun jiwa muda yg presisi, bravo jendral □	Berjiwa muda	
63	Brapo bapak Kapolda, semoga tetap semangat dan sehat selalu Jendral..	Harapan dan pujian	
64	Mohon ijin Sosok pimpinan yg begitu dicintai masarakat bumi lancang kuning dibumi melayu kususnya umumnya masarakat riau,begitu bersahaja dengan masarakat melayu kami bangga mohon ijin sehat selalu JENDRAL BERSAMA KELUARGA semoga Bapak kapolda riau selalu diberikan perlindungan dalam menjalankan tugas nya di polda Riau salam Hormat dari kami prajurit Bhayangkara Brigade	Di ingat masyarakatdd	
65	tawa mu membuat warga tembilahan bangga dan senang jendral	Membanggakan	
66	Semoga Riau Tv dan Siaran Tv lainnya menjadi sarana yang terbaik dalam mendukung majunya informasi polda Riau,Salam hangat	Menyempatkan diri ke media berita	

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

66	dari masyarakat inhil untuk Bapak Kapolda Riau □ □ □		
67	Semoga dengan bersinergi dengan media Riau TV dapat menjadi jembatan komunikasi yang baik baik Polda Riau Dan Riau tv ..bravo Selalu Polda Riau	Komunikasi yang baik	
68	Semoga sehat selalu Jenderal □, semoga Polri senantiasa bisa bersinergi dgn media dan masyarakat...	Bersinergi dengan media	
69	Pak Kapolda terbaik...sehat selalu bapak □ □ □ selalu menjadi tauladan dimanapun berada □ □ □ □	Terbaik dan tauladan	
70	Terimakasih Jenderal, melalui media kami dpt menerima pesan2 Kantibmas dari Polda Riau dengan baik dan benar. Sehingga masyarakat Riau semakin cerdas dlm meningkatkan keamanan dan keselamatan. □ □ □	Berita benar	
71	Tetap semangat dalam menjalankan tugas jendral kami anak inhil akan selalu mendoakan jendral □	Dukungan masyarakat	
72	Senang mu adalah senang kami jendral semoga sehat selalu jendral kami dari suku pedalaman kab inhil mendoakan agar sukses selalu untukmu jendral □ □	Dukungan masyarakat	
73	Selalu mengedepankan kebersamaan, luarbiasa Bapak Kapolda Riau □ □ □	Kebersamaan	
74	Kereen bapak Kapolda Riau...sehat selalu bapak Kapolda beserta ibu ...together we are strong	Tagline teamwork	
75	Bravo Polri, Narkoba Brantas dari Negeri Lancang Kuning, sehat selalu bapak Kapoldaku Jaya lah Selalu.	Tegas	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau	Amin□□□□□		
75	kereeen salut buat Bapak Kapolda Riau dan Kepala BNN RI, kalau perlu di adakan tes urine serentak Pak seluruh anggota Polda Riau secara mendadak	Pujian dan saran	
76	sukses selalu jenderal ...bersama kita brantas narkoba agar generasi selanjutnya aman dan bebas dari narkoba□□	Tegas	
77	dimanapun bpk.Jendral moh.Iqbal...selalu harum,bersinar.....menyenangkan hati masyarakat....suksen Jendral.	Pujian dan harapan	

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### LAMPIRAN 4 KODING/NODES

NO	Name	Sources	References
1	Berhasil	1	1
2	berjiwa muda	1	1
3	bersinergi dengan media	1	3
4	bisa diandalkan	0	0
5	cepat tanggap	1	1
6	dicintai masyarakat	1	4
7	didukung masyarakat	1	12
8	Diingat	1	1
9	Simpati empati	4	1
10	Harapan	1	5
11	Humble	1	2
12	inovatif dalam melayani masyarakat	1	1
13	Inspiratif	1	3
14	kriminalitas menurun	1	1
15	memberikan bukti	1	1
16	Menginspirasi	1	1
17	peduli generasi bangsa	1	5
18	peduli rakyat	1	2
19	pemimpin berkarakter	1	1
20	pemimpin berkarakter (2)	1	1
21	performa baik dalam media sosial	1	1
22	peringkat terbaik	1	1
23	pesan sampai ke masyarakat melalui media	1	1
24	Pujian	1	10
25	ramah baik hati dan dermawan	1	2
26	role model	1	1
27	simpati dan empati	1	1
28	tagline kebersamaan	1	5
29	Tauladan	1	1
30	Tegas	1	1
31	Terbaik	1	1
32	Visioner	1	1

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**LAMPIRAN 5**  
**KODING IMERSI**

Kategori	
berjiwa muda	KEPRIBADIAN
Diingat	
Humble	Memiliki kepribadian yang hangat
Ramah, Baik hati, dermawan	Penggambaran karakter seorang yang berkepribadian baik
Inspiratif	
simpati empati	
dicintai masyarakat	
Berhasil	SPECIALISASI
terbaik	NAMA BAIK
peringkat terbaik	penggambaran kemampuan seseorang d
Visioner	ability seseorang
pujian	dan profesional juga totalitas dalam bekerja
kejahatan menurun	
cepat tanggap	
inovatif dalam melayani masyarakat	
didukung masyarakat	
tegas	
peduli generasi bangsa	
peduli rakyat	Penggambaran seorang pemimpin yang memberikan semangat juang yang tinggi
memberikan bukti	memberikan semangat juang yang tinggi
menginspirasi	
tagline kebersamaan	
harapan	
pemimpin berkarakter	
role model	KEPEMIMPINAN
tauladan	PENGAMBARAN KEPEMIMPINAN BERKARAKTER KUAT
performa baik dalam bermedia sosial	TERLIHAT/VISIBILITY
pesan sampai ke masyarakat melalui media	
bersinergi dengan media	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN 6

### DRAFT WAWANCARA

#### Profile Peneliti

Nama : Yusvika Anggraini  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Instansi : Universitas UIN Suska Riau  
Judul :

**ANALISIS NETNOGRAFI PERSONAL BRANDING KAPOLDA RIAU MELALUI AKUN @MOH.IQBAL.91 PADA MEDIA SOSIAL .**

#### Latar Belakang Penelitian

1. Banyaknya pejabat publik memiliki sosial media termasuk kalopda riau yang kalau dilihat dari akun beliau memiliki *followers* yang tidak sedikit juga memiliki sosial engagement tinggi.
2. Tidak semua Kapolda atau pimpinan Kepolisian Daerah memiliki akun sosial media sehingga menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam
3. Di akun milik Kapolda selalu di temukan postingan-postingan baru yang artinya akun ini aktif dan konsisten dalam mengunggah konten baik itu berupa photo, video atau story.
4. Pada akun jarang sekali membagikan kehidupan pribadi dan Sebagian besar postingan adalah info tentang kegiatan Kepolisian, tugas-tugas Kepolisian dan penghargaan yang didapat selama bertugas.

Dari semua fenomena diatas adalah hal yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui bentuk personal branding seperti apa yang dilakukan dan konsep personal branding apa yang digunakan ?

Karena sosial media tidak luput dari *image* yang membangun sebuah citra sehingga terbentuklah personal image atau personal branding.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DRAF WAWANCARA

NARASUMBER	: IRJEN MUHAMMAD IQBAL/TEAM MEDIA SOSIALNYA
PROFESI	: KAPOLDA PROV RIAU
STATUS	: PIMPINAN KEPOLISIAN DAERAH RIAU
WAKTU	: SELASA, 21 MARET 2023
LOKASI	: KANTOR KEPOLISIAN DAERAH, JALAN PATIMURA

Interview Guide Pemilik/team media Akun @moh.iqbal.91

1. Personal branding apa yang ingin ditunjukkan di akun @moh.iqbal.91?

Jawaban: *sebenarnya tidak ada konsep tertentu hanya untuk menginformasikan kepada masyarakat ya sekedar untuk meng expose kegiatan kegiatan yang sudah di rencanakan dan terlaksanakan dan juga agar jadi lebih mudah dekat dengan masyarakat saja gitu.*

2. Apa saja tahapan dalam membangun personal branding @moh.iqbal.91?

Jawab : *untuk tahapan biasanya ya kita posting yang sesuai dengan karakternyau, kegiatan sehari hari kita abadikan dalam bentuk fhoto/video kemudian proses editing dan mencari caption yang tepat dan jelas setelah itu posting. Karena ini bapak seorang pemimpin jadi kami memang memiliki SOP yang tidak bisa kami jabarkan dan beritahukan. Kami juga sudah di informasikan bahwa harus menjaga privasi bapak jadi postingannya hanya seputar tugas dan tanggung jawabnya sebagai seorang kapolda.*

3. Mengapa memilih personal branding tersebut?

Jawaban : *Karena bapak iqbal seorang pimpinan penegak hukum jadi harus sesuai dengan pekerjaannya, harus sesuai dengan tugas dan tanggung jawab. jangan sampai ada sesuatu yang ambigu atau ketidak jelasan sehingga menimbulkan ketidak percayaan di masyarakat . informasi yang diberikan harus jelas.*

4. Adakah visi atau tujuan tersendiri dibalik personal branding tersebut?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

Jawaban : *Tujuan seperti apa maksudnya ? tentu tidak ada, dari awal sosial media ini dibuat untuk agar lebih dekat dengan rakyat agar rakyat/masyarakat tidak terlalu beropini yang tidak ada dasarnya jadi sekali lagi ya ini akun untuk menyebarkan berita yang sebenar benarnya berita yang terjadi dilapangan.*

5. Apakah personal branding @moh.iqbal.91 terinspirasi dari akun lain?

Jawaban : *tidak, alasannya bapak Iqbal pernah menjabat sebagai kadiv humas polri sehingga bapak sudah paham dan mengetahui tentang system komunikasi massa yang menggunakan media sosial online.*

6. Mengapa memilih sebagai media branding?

Jawaban : *karena fakta data di lapangan yang sudah dihimpun oleh beberapa Lembaga riset kalau adalah salah satu media sosial yang memiliki jumlah pengguna yang cukup besar di Negara kita saat ini dan juga media yang bisa menjangkau anak muda.*

7. Apa saja tahapan membuat sebuah postingan atau story menurut @moh.iqbal.91?

Jawaban : *Kalau hal itu kita sesuai kan dengan kegiatan yang akan dan sedang dilaksanakan oleh bapak Iqbal.*

8. Bagaimana proses menemukan sebuah caption/copywriting postingan?

Jawaban : *(team menjawab) menyesuaikan dengan situasi dan kondisi, karena yang diposting adalah kebanyakan kegiatan maka biasanya kami posting yang sesuai keadaan*

*Misalnya bapak sedang bekerja kegiatan apa gitu ya, kami informasikan saja kalau bapak sedang apa, dimana dan kegiatan apa.*

9. Adakah followers yang tidak menyukai personal branding @moh.iqbal.91?

Jawaban : *dibaca sebagai bahan evaluasi saja.*

10. Apakah personal branding yang dibangun di akun @moh.iqbal.91 sudah konsisten?

Jawaban : *ya tentu saja, setiap kegiatan bapak kami akan selalu informasikan di media sosial ini.*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LAMPIRAN 7**
**BUKTI TANGKAP LAYAR KOMENTAR**


The screenshot shows four comments on a social media post. Each comment includes a profile picture, a name, the text of the comment, and interaction options like 'Balas' (Reply) and 'suka' (Like).

**Comment 1:**  
 Profile:   
 Name: **abdul\_rahman\_d6rb\_ggnriau**  
 Text: Alhamdulillah... Together we are strong bapak 🙏🙏  
 Time: 28m | Likes: 1 suka | Action: Balas

**Comment 2:**  
 Profile:   
 Name: **yopi\_ferdian47**  
 Text: Bapak kapolda riau emang terbaik  
 Time: 28m | Likes: 1 suka | Action: Balas

**Comment 3:**  
 Profile:   
 Name: **reniolivia27**  
 Text: Semoga ANAK SAYA JUGA SOMEDAY IZIN ALLAH JADI JEDRAL, AMIN ALLAHUMA AMIN... PRO RAKYAT FIRSTLY 🙏  
 Time: 28m | Action: Balas

**Comment 4:**  
 Profile:   
 Name: **ediefendi29**  
 Text: Mohon ijin bravo JENDRAL dan selamat atas penganugrahan KOMPOLNAS AWARD tahun 2022 alhamdulillah berkah kerja keras BAPAK KAPOLDA RIAU beserta jajaran juga dukungan masarakat prov riau,,,dan ijinkan saya selalu memberikan doa terbaik jendral , semoga ALLAH SWT senantiasa melipahkan rahmat kesehatan kesuksesan dan keselamatan buat BAPAK KAPOLDA RIAU beserta KELUARGA AMIN AMIN YAROBBAL ALAMIN salam HORMAT JENDRAL brigade  
 Time: 28m | Action: Balas

Hak cipta Ummuungri unuang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©

 **jonnesshdtat2** Alhamdulillah,masyaallah semoga barokah dunia akhirat, Bravo polda riau 

28m Balas

UIN

 **morland547** Sukses selalu komandan semoga mjd inspirator bagi generasi milenial. 

28m Balas

 **derry8038** Selamat buat polda riau atas penghargaan nya... Salam sehat jenderal.. Saya dari daerah kalimantan Barat 

28m Balas

 **tarmizalf** Selamat komandan, smg sukses dan sehat sllu komandan.Polda Riau jaya. ❤️❤️ 

28m Balas

ni

 **hardy\_810** Barokallah Niat baik pasti ada jalan LAKONE Menang kerri 🙏🙏🙏🙏 

28m Balas Lihat terjemahan

tan Syarif Kasim Riau



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**mirwanraniyus** Semoga selalu jadi motivator handal, Jenderal.

30m Balas



**zainoel.c.me** Ruar biasa Kapolda Riau semoga senantiasa sehat dan sukses selalu sehingga Provinsi Riau kondusif baik kriminal, curanmor, begal, pungli maupun Narkoba ...

34m Balas



**ddnoya** Bertindak lebih baik lagi Act The Better. Be The Best. Terimakasih Jenderal @moh.iqbal.91 telah menunjukkan kpd kami bagaimana caranya utk bertindak yg lebih baik lagi... Hingga kami jadi YANG TERBAIK

34m Balas



**fakhrizalfarid1** Tetap istiqamah berbuat yang terbaik untuk masyarakat Riau jenderal

34m Balas



**sannyhandityo** Kapolda yg ramah dan idola mahasiswa 🙏🙏

34m Balas



Hak Ci  
1. Dila

© H:



**morland547** Luar Biasa komandan ttp dicintai dan mjd motivasi bagi kami serta bagi adek2 mahasiswa Lancang kuning Amin.

34m Balas



**rohayeeeeeeee** Terima kasih pak telah menghadiri acara baitul arqam dan pembinaan calon wisudawan umri, saya salah satu calon wisudawati umri 😊 dan saya sangat senang bisa langsung mendengarkan materi yg bapak sampaikan. Semoga bapak selalu di beri kesehatan.

34m Balas



**guntur\_siregar\_85** Role model pimpinan polri pak kapolda ❤️❤️

34m Balas



**afriantobudhi** Semoga menjadi Pemimpin yang di tauladani serta motivasi bagi personil. Bravo Polri di Bawah Kepemimpinan Bapak. 🙏🙏🙏

34m Balas



**pardosi808** Bravo Jendral ..sungguh mumpuni di segala bidang yg bisa mmbngun bngsa dan negara

34m Balas



1. Dila
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Ha



fbri\_an13 Tetap semangat buat adek adek dan Alhamdulillah diberikan kesempatan bertemu bapak Kapolda, salam dari Inhil jendelal

32m Balas

N Su



febry21289 Senyum yang menggambarkan kebahagiaan dari adek adek disana yg bisa bertemu bersama bapak Kapolda, salam dari Inhil Jenderal

32m Balas



zul\_hafiyen Semoga Perwira Polisi lain bisa menjadikan pak iqbal sebagai teladan ditengah krisis kepercayaan masyarakat kepada aparat kepolisian.. 🥰🥰🥰

32m Balas

ate Islamic Univ



putri\_josua Semogah berkah dan lekas sembuh buat adik adik, Terimakasih buat perhatian Bapak Kapolda Riau 🙏🙏 Sukses dan Bahagia selalu pak 🙏

32m Balas

arif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© H



**eki.syafendri123** Semoga makin sukses dan barokah Jendral, sangat Luar biasa sekx bapak Kapolda Riau kita.. 🙌🙌🙌🙌



32m Balas

UIN S



**leo.tobing.108** Terimakasih Jendral,ditengah kesibukan sebagai Kapolda Riau sangat memperhatikan perkembangan Olahraga khususnya Karate.Salam Karate.Osh



36m Balas



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN 8 DOKUMENTASI WAWANCARA



**Photo Bersama Bapak Kapolda Riau**



**Wawancara Dengan Ketua Tim Media Sosial Kapolda Riau**

**IPDA Fachri Mursyid, S.I.K.**





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004, Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: B-317 /Un.04/F.IV/PP.00.9/03/2022

Pekanbaru, 16 Maret 2022

: Biasa

: 1 Berkas

: Penunjukan Pembimbing

a.n. **Yusvika Anggraini**

Kepada Yth.

**Febby Amelia Trisakti, M.Si**

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Yusvika Anggraini** NIM. 11840322004 Dengan Judul "**Penggunaan Media Sosial dalam Mensosialisasikan Program Kegiatan Polda Riau** " saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam

Dekan,

UIN SUSKA RIAU

**Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA**

NIP. 19811118 200901 1 006

embusan  
etua Prodi omunikasi

Diiringi dengan mengaiti sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
b. pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
Diiringi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004  
Telepon (0761) 562051 ; Faksimili (0761) 562052  
Web : <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

Pekanbaru, 07 Desember 2022

B- 7122/Un.04/F.IV/PP.00.9/12/2022

Biasa  
1 (satu) Exp  
Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth,  
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Provinsi Riau**  
Di  
**Pekanbaru**

**Assalamu'alaikum wr. wb.**

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: Yusvika Anggraini
N I M	: 11840322004
Semester	: IX (Sembilan)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:  
**"Analisis Personal Branding Kapolda Riau melalui akun @Moh.Iqbal.91 pada Media Sosial Instagram"**.

Adapun sumber data penelitian adalah :  
**Polda Riau**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
Dekan



**Dr. Imron Rosidi., S.Pd., M.A**  
NIP. 19811118 200901 1 006

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Diarung mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.  
 1. Mahasiswa yang bersangkutan



**SURAT – KETERANGAN**  
Nomor: B/Sket- 03 /VI/ HUM.5.4. /2023

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

- : Yusvika Anggraini
  - : 11840322004
  - : X (Sepuluh)
  - : Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau
  - : Ilmu Komunikasi
- Nomor Handphone: 082210220407

Adalah benar yang bersangkutan telah mengadakan penelitian di Polda Riau guna p...  
sian skripsi dengan judul "Analisis Personal Branding Kapolda Riau melalui Akun  
@Mh.Iqbal.91 pada Media Sosial Instagram".

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat  
digunakan sebagaimana mestinya.

PS. KOORDINATOR STAF PRIBADI PIMPINAN  
POLDA RIAU



HARRY AVIANTO, S.H., S.I.K., M.H.  
KOMISARIS POLISI NRP 87051838

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan disertasi atau tujuan lainnya.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/52703  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Sebelum melaksanakan kegiatan ini, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Rekomendasi Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-112/Un.01/FV/PP/00/9/12/2022 Tanggal 7 Desember 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

Nama	: YUSVIKA ANGGRAINI
NIM / KTP	: 11840322004
Program Studi	: ILMU KOMUNIKASI
Jenjang	: S1
Alamat	: PEKANBARU
Judul Penelitian	: <b>ANALISIS PERSONAL BRANDING KAPOLDA RIAU MELALU AKUN @MOH.IQBAL.91 PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM</b>
Lokasi Penelitian	: AKUN @MOH.IQBAL.91 PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KAPOLDA RIAU

Sebagai ketentuan sebagai berikut:

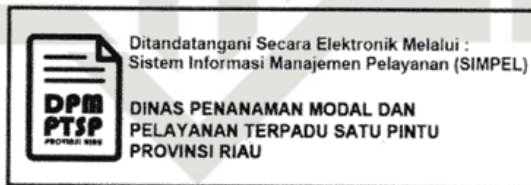
1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.

3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 27 Desember 2022



UIN SUSKA RIAU





### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Yusvika Anggraini dilahirkan di Semunai, 10 Desember 1998. Lahir dari pasangan bapak Wagianto dan ibu Ida Wati. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Penulis memulai jenjang pendidikan dasar di SD Negeri 07 Muara Basung tamatan tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di MTs Nur Ilham tamatan tahun 2014. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Pinggir. Setelah itu melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA) tahun 2018 pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Penulis mulai melaksanakan penelitian di bulan September 2022 dan menyelesaikan skripsi ini pada Juli 2023 dengan judul "Analisis Netnografi Personal Branding Kapolda Riau Melalui Akun @moh.iqbal.91 Pada Media Sosial Instagram" dibawah bimbingan ibu Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini, dengan doa yg ikhlas dan usaha untuk kelancaran dalam melakukan penelitian ini. Semoga skripsi yang telah ditulis ini menjadi pahala dan bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.