

## **Abstract**

Perception of Jenderal Soedirman University Students from DKI Jakarta about The Personal-Branding of DKI Jakarta's Governor Candidate 2017 by Twitter Account

Jenderal Soedirman University  
Political And Social Science Faculty  
Communication Science Departement  
April 2017

(F1C013062)

The objective of this study was to learn about the characteristics and the perception of the informant from Jenderal Soedirman University on personal branding of Jakarta's Governor Candidate 2017 by Twitter account. The urgency of this study was because starting from October until February 2017 there would be a competition of DKI Jakarta's Governor Candidate 2017 in creating positive image on personal branding which would be appeared on twitter account. This would be potentially seen by the voters especially Jenderal Soedirman University students.

The voters who were not able to experience the political climate called PILKADA directly would monitor the process from this social media; Twitter. Considering this situation, the researcher wanted to know how Jenderal Soedirman University students as the voters would make perception on the candidate's positive image. This study was qualitative research. The instruments used were in-depth interview, documentation, observation; and purposive sampling.

The result of this study shown that Twitter account was not the only social media that the informant used as a voter to monitor the PILKADA process especially about The Candidate of Jakarta's Governor information and almost all informant had the same perception as they had similar background knowledge. Besides, the personal branding did not always create an expected image.

***Keywords: perception, personal branding, DKI Jakarta's Governor Candidate, political image.***

## ABSTRAK

Persepsi Mahasiswa Universitas Jenderal  
Asal DKI Jakarta terhadap Personal Branding  
Calon Gubernur Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta  
melalui Akun Twitter  
(F1C013062)

Universitas Jenderal Soedirman  
FISIP  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
April 2017

Penelitian ini berjudul Persepsi Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman Asal DKI Jakarta terhadap Personal Branding Calon Gubernur Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta Tahun 2017 melalui Akun Twitter. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik informan dan persepsi mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman terhadap *personal branding* yang dilakukan oleh calon gubernur DKI Jakarta tahun 2017 melalui akun twitter. Penelitian ini dianggap sebagai sebuah penelitian yang memiliki urgensi karena calon gubernur DKI Jakarta tahun 2017 dimulai Bulan Oktober hingga Februari 2017 masing-masing pasangan calon gubernur DKI Jakarta berlomba-lomba membentuk citra positif melalui *personal branding* yang ditampilkan pada akun twitter mereka kepada calon pemilih mereka, yang beberapa diantaranya mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto.

Calon pemilih yang tidak dapat merasakan suasana politik langsung, hanya akan memantau melalui media sosial salah satunya twitter. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman sebagai calon pemilih mempersepsikan citra positif yang telah dibangun oleh masing-masing calon. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan 3 cara, yakni wawancara (in-depth interview), dokumentasi, dan observasi. Sedngkan teknik pengumpulan informannya menggunakan purposive sampling.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa akun twitter bukanlah akun utama yang diakses oleh informan sebagai calon pemilih, melainkan terdapat media lain yang dipilih untuk mengetahui informasi mengenai pasangan calon. Persepsi yang timbul oleh masing-masing informan sebenarnya hampir sama karena latar belakang pendidikan yang hampir sama. Selain itu, personal branding yang dibentuk tidak selalu menghasilkan citra yang diinginkan.

**Kata Kunci : persepsi, personal branding, Calon Gubernur DKI Jakarta, citra politik.**