

ABSTRACT

Fuad Habib Bakhruddin. 140531100025. “Joko Widodo's Personal Branding (Quantitative Content Analysis on President’s Corner on the Metrotvnews.com Site)”. Thesis. Science Communication Study Program of Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura.

Advisor : **Dr. Nikmah Suryandari. S.Sos., M.Si**

The purpose of this study was to find out the contents of The President’s Corner that was posted on the Metrotvnews.com site in March – April 2019 regarding Joko Widodo’s Personal Branding. This research uses quantitative content analysis methods. With this analysis allows researchers to analyze all form of comprehensive communication of the content that appear. Data is collected by the method of documentation and literature.

From this research, it can be seen that the overall personal branding element of Joko Widodo was shown in 27 President’s Corner shows in March – April 2019 totaling 952 consisting of Ambitions have a total of 285 or 29,9%; Brands have a total of 493 or 51,8%; Personal Balance Scorecard have a total of 174 or 18,3%. Based on these data, the frequency of the most personal branding element of branding is the Joko Widodo brand.

Keywords : Quantitative Content Analysis, President’s Corner, Personal Branding, Joko Widodo

ABSTRAK

Fuad Habib Bakhruddin. 140531100025. “Personal Branding Joko Widodo (Analisis Isi Kuantitatif pada Tayangan President’s Corner di Situs Metrotvnews.com)”. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura.

Dosen Pembimbing : **Dr. Nikmah Suryandari. S.Sos., M.Si**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui isi tayangan President’s Corner yang dimuat di situs Metrotvnews.com pada bulan maret – april 2019 mengenai Personal Branding Joko Widodo. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi deskriptif yang bersifat kuantitatif. Dengan analisis isi memungkinkan peneliti untuk menganalisis segala bentuk komunikasi yang menyeluruh dari isi yang tampak. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi dan studi pustaka.

Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa keseluruhan unsur Personal Branding Joko Widodo ditunjukkan dalam 27 tayangan President’s Corner pada bulan maret – april 2019 berjumlah 952 terdiri dari Ambisi berjumlah 285 atau 29,9%; Merek berjumlah 493 atau 51,8%; dan Personal Balance Scorecard berjumlah 174 atau 18,3%. Berdasarkan data tersebut, maka frekuensi unsur Personal Branding terbanyak adalah Merek Joko Widodo.

Kata Kunci : Analisis Isi Kuantitatif, President’s Corner, Personal Branding, Joko Widodo