

LEMBAR PENGESAHAN .....	1
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	2
KATA PENGANTAR .....	3
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	4
DAFTAR ISI .....	8
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR BAGAN .....	13
DAFTAR TABEL .....	14
ABSTRAK .....	15
<i>ABSTRACT</i> .....	16
BAB I PENDAHULUAN.....	17
A. LATAR BELAKANG .....	17
B. RUMUSAN MASALAH .....	21
C. TUJUAN PENELITIAN .....	21
D. MANFAAT PENELITIAN.....	21
E. KERANGKA PEMIKIRAN .....	22
1. Hubungan Masyarakat (Humas) .....	22
2. Humas Pemerintah .....	28
3. Strategi <i>Personal Branding</i> .....	33
4. Media Sosial .....	38
F. KERANGKA KONSEP .....	43
G. METODE PENELITIAN .....	44
1. Jenis Penelitian .....	44
2. Metode Penelitian .....	45
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	45
4. Sumber Data .....	45
5. Metode Pengumpulan Data .....	46
6. Teknik Analisis Data .....	46
7. Teknik Validitas Data .....	47
8. Limitasi Penelitian .....	47



UNIVERSITAS  
BADUNG

**BRANDING KEPALA DAERAH OLEH HUMAS PEMERINTAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Strategi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam Membangun Branding Gubernur Jawa Tengah Melalui Instagram)**

NABILA FATIMATUZ Z, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

<b>BAB I MEDIA BARU DALAM STRATEGI BRANDING HUMAS</b>	49
A. Perkembangan Media Baru dan Media Sosial	49
B. Humas 2.0 dan Media Sosial	52
C. Strategi Humas Membangun <i>Branding</i> Melalui Media Sosial	56
<b>BAB III GAMBARAN UMUM HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH</b>	65
A. Sejarah Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	65
B. Profil Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	66
C. Visi dan Misi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	67
D. Struktur Organisasi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	68
E. Tugas dan Fungsi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	71
F. Peran Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	73
G. Media Sosial Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	75
<b>BAB IV PELAKSANAAN STRATEGI HUMAS PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH DALAM MEMBANGUN <i>BRANDING</i> GUBERNUR JAWA TENGAH MELALUI INSTAGRAM</b>	86
A. Implementasi Humas Jawa Tengah	87
1. Strategi Manajemen Reputasi ( <i>Reputation Management</i> ) Humas Jawa Tengah	87
2. Implementasi Model Humas dalam Komunikasi Humas Jawa Tengah	99
3. Strategi Humas Jawa Tengah Membangun <i>Branding</i> Gubernur Jawa Tengah	127
3.1. Implementasi <i>Personal Branding Laws</i> oleh Humas Jawa Tengah dalam Membangun <i>Branding</i> Gubernur Jawa Tengah	128
3.1.1. <i>The Law of Specialization</i> (Spesialisasi)	128
3.1.2. <i>The Law of Leadership</i> (Kepemimpinan)	149
3.1.3. <i>The Law of Personality</i> (Kepribadian)	152
3.1.4. <i>The Law of Distinctiveness</i> (Perbedaan)	155
3.1.5. <i>The Law of Visibility</i> (Keterlihatan)	158
3.1.6. <i>The Law of Unity</i> (Kesatuan)	163
3.1.7. <i>The Law of Persistence</i> (Keteguhan)	165
3.1.8. <i>The Law of Goodwill</i> (Nama Baik)	167
B. Analisis Strategi Humas Jawa Tengah dalam Membangun <i>Branding</i> Gubernur Jawa Tengah	169
1. Strategi Manajemen Reputasi ( <i>Reputation Management</i> )	169
2. Model Humas	177

a. <i>The Law of Specialization</i> (Spesialisasi) .....	191
b. <i>The Law of Leadership</i> (Kepemimpinan) .....	199
c. <i>The Law of Personality</i> (Kepribadian).....	201
d. <i>The Law of Distinctiveness</i> (Perbedaan) .....	202
e. <i>The Law of Visibility</i> (Keterlihatan) .....	203
f. <i>The Law of Unity</i> (Kesatuan) .....	205
g. <i>The Law of Persistence</i> (Keteguhan) .....	206
h. <i>The Law of Goodwill</i> (Nama Baik) .....	207
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	214
A. Kesimpulan .....	214
B. Saran .....	221
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	224
<b>LAMPIRAN</b> .....	233

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Humas Jawa Tengah .....	66
Gambar 3. 2 Susunan Organisasi dan Tata Kerja Humas Jawa Tengah .....	70
Gambar 3. 3 Tweet dan Balasan pada Twitter @humasjateng .....	76
Gambar 3. 4 Facebook Humas Jawa Tengah.....	77
Gambar 3. 5 Contoh Unggahan Facebook yang Serupa dengan Unggahan Instagram .....	79
Gambar 3. 6 Channel YouTube Humas Jawa Tengah .....	79
Gambar 3. 7 Instagram Humas Jawa Tengah @humas.jateng .....	81
Gambar 3. 8 Unggahan Pertama “Candi Borobudur” di Instagram @humas.jateng .....	82
Gambar 4. 1 Identitas Visual Logo Jateng Gayeng .....	97
Gambar 4. 2 Unggahan Tentang Penanganan Covid-19 di Jawa Tengah .....	101
Gambar 4. 3 Komentar pada Unggahan @humas.jateng Tentang Informasi Penanganan Covid-19 di Jawa Tengah .....	102
Gambar 4. 4 Feed @humas.jateng 23 Oktober-2 November 2020 .....	105
Gambar 4. 5 Survei @humas.jateng Terhadap Minat Konten .....	113
Gambar 4. 6 Perbedaan Unggahan @humas.jateng .....	115
Gambar 4. 7 Contoh Unggahan yang Menandai @humas.jateng .....	119
Gambar 4. 8 Unggahan Tentang Usulan Program Gubernur #JatengDiRumahSaja .....	120
Gambar 4. 9 Komentar @humas.jateng pada Unggahan Tentang Usulan Program Gubernur #JatengDiRumahSaja .....	121
Gambar 4. 10 Unggahan Infografis Program #JatengDiRumahSaja .....	123
Gambar 4. 11 Unggahan Tentang Sensus Penduduk 2020 Jawa Tengah .....	124
Gambar 4. 12 Gubernur Berinteraksi dengan Anak SD .....	130
Gambar 4. 13 Gubernur Memberi Penghargaan kepada Siswa dan Guru Berprestasi .....	131
Gambar 4. 14 Gubernur Mengunjungi Pasien Covid-19 di Rumah Dinas Wali Kota Semarang .....	132
Gambar 4. 15 Gubernur Memperketat Penanganan Covid-19 di Jawa Tengah .....	134
Gambar 4. 16 Gubernur Menyapa Pasien Covid-19 di Rumah Dinas Wali Kota Semarang .....	135
Gambar 4. 17 Gubernur Menyesuaikan Posisi dan Pandangan Mata dengan Siswa SD .....	137
Gambar 4. 18 Gubernur Bersepeda Meninjau Proyek Stadion Jatidiri .....	139
Gambar 4. 19 Gubernur Sidak Warung Makan di Semarang .....	140
Gambar 4. 20 Gubernur Meninjau Lokasi Banjir .....	142
Gambar 4. 21 Gubernur Mengenakan Pakaian Adat .....	144



**BRANDING KEPALA DAERAH OLEH HUMAS PEMERINTAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Strategi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam Membangun Branding Gubernur Jawa Tengah Melalui Instagram)**

UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

NABILA FATIMATUZ Z, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Gambar 4. 22 Gubernur Mengenakan Kaos Bertuliskan “Maskeran Keren” .....	145
Gambar 4. 23 Gubernur Sidak Tanggul Jebol di Kebumen .....	150
Gambar 4. 24 Gubernur Sidak ke Sungai Bengawan Solo .....	154
Gambar 4. 25 Gubernur Mengenakan Kaos .....	157



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**BRANDING KEPALA DAERAH OLEH HUMAS PEMERINTAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Strategi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam Membangun Branding Gubernur Jawa Tengah Melalui Instagram)**

NABILA FATIMATUZ Z, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Bagan 2.1 Integrasi Humas 1.0 dan Humas 2.0.....	53
Bagan 2.2 Gambaran Praktik Humas 2.0 .....	54
Bagan 2.3 Media Sosial untuk Aktivitas <i>Branding</i> Humas .....	63
Bagan 4. 1 Proses Aktivitas Pokok Humas Jawa Tengah .....	89
Bagan 4. 2 SOP Pengolahan Informasi Humas Jawa Tengah .....	108
Bagan 4. 3 Pengelolaan <i>Feedback</i> Humas Jawa Tengah .....	126



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**BRANDING KEPALA DAERAH OLEH HUMAS PEMERINTAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Strategi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam Membangun Branding Gubernur Jawa Tengah Melalui Instagram)**

NABILA FATIMATUZ Z, Adam Wijoyo Sukarno, S.T.P., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Tabel 1.1 Kerangka Konsep .....	44
Tabel 2.1 Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua .....	51
Tabel 3.1 Informasi Kontak Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah .....	67
Tabel 4. 1 Unggahan Instagram @humas.jateng 23 Oktober-2 November 2020 .....	106
Tabel 4. 2 Keterlihatan pada <i>Caption</i> Instagram @humas.jateng .....	160