

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “PERSONAL BRANDING JOKOWI DALAM KONFLIK DI PERAIRAN NATUNA DI TEMPO.CO”. Jokowi adalah Presiden ke 7 Republik Indonesia yang mulai menjabat sejak 20 oktober 2014, terpilih dalam pemilu presiden tahun 2014. Konflik di perairan natuna terjadi disebabkan oleh kapal asing cina yang melanggar kedaulatan republik indonesia, Menyikapi pelanggaran atas kedaulatan ini, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo menyatakan bahwa dari dulu hingga sekarang Natuna adalah Indonesia. Dalam pernyataannya yang dimuat di Tempo.co pada Rabu, 8 Januari 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Spesialisasi Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, sehingga dapat mendeskripsikan personal branding jokowi dalam menanggapi konflik di perairan natuna.

Metode yang peneliti gunakan yaitu metode penelitian kualitatif metode analisis wacana kritis dengan menggunakan teori *Eight law Of Personal Branding* dari peter montonya. Metode kualitatif merupakan sebuah prosedur dalam suatu penelitian dengan output data deskriptif, yakni tulisan atau ucapan, dan perilaku yang dapat diamati subjek itu sendiri. metode penelitian analisis wacana kritis dilakukan secara eksplanati, sebagai suatu contoh penerapan dari metode kualitatif. Analisis akan difokuskan dengan menggunakan metode penelitian analisis wacana kritis ini. Aspek kebahasaan dan konteks-konteks terkait dengan aspek tersebut merupakan fokus dari analisis wacana kritis.

Hasil Penelitian mengenai indikator personal branding yang dicetuskan oleh Peter Montoya, yaitu kepemimpinan, kepribadian, kenampakan atau visabilitas, kesatuan, keteguhan dan nama baik, bahwa Jokowi telah memenuhi dengan cukup baik indikator-indikator tersebut sebagai ukuran pembentukan personal brandingnya dalam menanggapi konflik di perairan Natuna di Tempo.co. Hal-hal tersebut ditunjukkan baik secara eksplisit maupun implisit dalam kebijakan dan juga keputusan yang diambil oleh beliau sebagai kepala negara. Dalam ketujuh dimensi tersebut, menurut peneliti terdapat satu dimensi yang menjadi poin paling signifikan terhadap pembentukan personal branding Jokowi dalam menanggapi konflik di Natuna. Ialah product sebagai dimensi spesialisasi. Dimensi ini diwakilkan oleh peran Tempo.co sebagai salah satu media yang berperan untuk menyatakan sikap jokowi sebagai kepala negara. Tempo.co tercatat menurunkan empat berita yang berisi tentang pernyataan Jokowi dalam menanggapi konflik Natuna. Hal ini tidak hanya berkontribusi bagi citra pemerintah selaku pemangku kebijakan dalam konflik di perairan Natuna, lebih dari itu, pemenuhan dimensi ini juga secara signifikan mempengaruhi personal branding Jokowi selaku kepala negara yang kemudian dicitrakan tegas dan tanpa kompromi mengenai keadulatan negara.

ABSTRACT

This research is entitled "PERSONAL BRANDING JOKOWI IN CONFLICT IN NATUNA WATERS IN TEMPO.CO". Jokowi is the 7th President of the Republic of Indonesia who took office since 20 October 2014, elected in the 2014 presidential election. Conflict in Natuna waters occurred due to Chinese foreign ships violating the sovereignty of the Indonesian republic. Responding to this violation of sovereignty, President of the Republic of Indonesia, Joko Widodo stated that from then until now Natuna was Indonesia. In his statement published in Tempo.co on Wednesday, January 8, 2020.

This study aims to determine the leadership specialization, personality, difference, appearance, So that it can describe Jokowi's personal branding in response to the conflict in Natuna waters.

The method that researchers use is qualitative research methods critical discourse analysis method using the theory of Eight law of Personal Branding from Peter Montonya. Qualitative method is a procedure in a study with descriptive data output, namely writing or speech, and behavior that can be observed by the subject itself. The research method of critical discourse analysis is conducted in an explanatory manner, as an example of the application of qualitative methods. The analysis will be focused on using this critical discourse analysis research method. Linguistic aspects and contexts related to these aspects are the focus of critical discourse analysis.

The results of research on personal branding indicators initiated by Peter Montoya, namely leadership, personality, appearance or visibility, unity, persistence and good name, that Jokowi has fulfilled these indicators quite well as a measure of his personal branding formation in response to conflicts in Natuna waters. at Tempo.co. These things are shown both explicitly and implicitly in the policies and decisions taken by him as head of state. In the seven dimensions, according to the researcher, there is one dimension that is the most significant point for the formation of Jokowi's personal branding in response to the conflict in Natuna. It is the product as a dimension of specialization. This dimension is represented by Tempo.co's role as one of the media's roles to express Jokowi's stance as head of state. Tempo.co has recorded four reports containing Jokowi's statement regarding the Natuna conflict. This not only contributes to the image of the government as a policy maker in the conflict in Natuna waters, more than that, the fulfillment of this dimension also significantly affects Jokowi's personal branding as head of state who is then imaged firmly and without compromise regarding the country's sovereignty.

RINGKESAN

Panilitian ieu dijudulan "PERSONAL BRANDING JOKOWI DALAM KONFLIK DI PERAIRAN NATUNA DI TEMPO.CO". Jokowi mangrupikeun Présidén ka-7 Républik Indonésia anu jabatanana saprak 20 Oktober 2014, kapilih dina pamilihan présidén 2014. Konflik di perairan Natuna kajantenan kusabab kapal-kapal asing Cina ngalanggar kadaulatan républik Indonésia. Ngarespon palanggaran kadaulatan ieu, Présidén Républik Indonésia, Joko Widodo nyatakeun yén ti baheula dugi ka ayeuna Natuna nyaéta Indonésia. Dina pernyataan na diterbitkeun dina Tempo.co dinten Rebo, 8 Januari 2020

Ulikan ieu dimaksudkeun pikeun nangtoskeun kaistiméwaan kapamimpinan, kapribadian, bédana, penampilan, persatuan, kegigihan, nami anu saé. Sangkan tiasa ngajelaskeun mérek pribadi Jokowi salaku tanggepan kana konflik di perairan Natuna

Métode anu digunakeun panaliti nyaéta metode panilitian kualitatif metode analisis wacana kritis ngagunakeun tiori Dalapan hukum Personal Branding ti Peter Montonya. Métode kualitatif mangrupikeun prosedur dina hiji kajian kalayan kaluaran data deskriptif, nyaéta nyerat atanapi nyarios, sareng tingkah laku anu tiasa dititénan ku poko sorangan. Métode panilitian analisis wacana kritis dilakukeun sacara éksplisit, salaku conto larapna metode kualitatif. Analisis bakal difokuskeun ngagunakeun metode analisis analisis wacana kritis ieu. Aspék linguistik sareng kontéks anu aya hubunganana sareng aspek ieu mangrupikeun fokus analisis wacana kritis

Hasil panalungtikan ngeunaan indikasi branding pribadi anu diprakarsai ku Peter Montoya, nyaéta kapamimpinan, kapribadian, penampilan atanapi visibilitas, ngahijikeun, kakeguhan sareng nami anu saé, yén Jokowi parantos nyumponan indikator ieu ogé minangka ukuran formasi branding pribadi dina ngaréspon konflik di perairan Natuna. di Tempo.co. Hal ieu dipidangkeun sacara jelas boh dina implicitly dina kabijakan sareng kaputusan anu dilakukeun ku anjeunna salaku pupuhu nagara. Dina tujuh dimensi, numutkeun panaliti, aya hiji diménsi anu mangrupikeun titik anu paling penting pikeun pembentukan brok pribadi Jokowi pikeun ngaréspon konflik di Natuna. Éta mangrupikeun produk salaku diménsi Spésialisasi. Diménsi ieu diwakilan ku peran Tempo.co salaku salah sahiji kalungguhan média pikeun nyatakeun jokok Jokowi salaku kepala nagara. Tempo.co ngarekam opat laporan anu ngandung pernyataan Jokowi ngeunaan konflik Natuna. Ieu teu ukur nyumbang kana gambar pamaréntahan salaku tukang kabijakan dina konflik di perairan Natuna, langkung ti éta, minuhan diménsi ieu ogé mangaruhan sacara signifikan ka tukang pribadi salaku Jokowi salaku kepala nagara anu salajengna dicantumkeun sareng tanpa badami ngeunaan kedaulatan nagara.