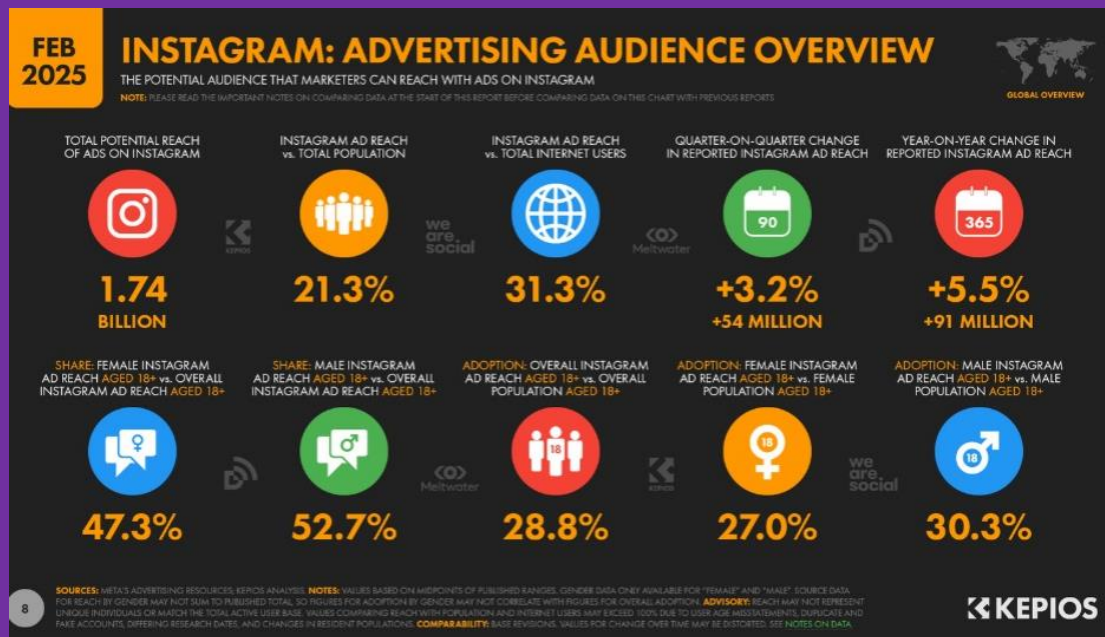




Judul Tugas Akhir Skripsi:

PERSONAL BRANDING POLITIK RIEKE DIAH PITALOKA DI INSTAGRAM: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Nida Sabila Jinan

NIM : 2010411136



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Nida Sabila Jinan

NIM : 2010411136

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 22 Juni 2026

Yang menyatakan,


(Nida Sabila Jinan)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nida Sabila Jinan
NIM : 2010411136
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang
berjudul:

**PERSONAL BRANDING POLITIK RIEKE DIAH PITALOKA DI
INSTAGRAM: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini.
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 12 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Nida Sabila Jinan)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Nida Sabila Jinan
NIM : 2010411136
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Personal Branding Politik Rieke Diah Pitaloka di Instagram:
Analisis Semiotika Roland Barthes.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Yani Hendrayani, S.Sos., M.Si., Ph.D.)

Penguji 1

(Dr. Rini Riyantini, M.Si.)

Penguji 2

(Gustiana Sabarina, S.Pd., M.I.Kom)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 13 Juli 2026

PERSONAL BRANDING POLITIK RIEKE DIAH PITALOKA DI INSTAGRAM: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

NIDA SABILA JINAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna semiotika dan pembentukan mitos politik yang membangun personal branding politik Rieke Diah Pitaloka melalui akun Instagram resminya @riekediahp. Di tengah krisis kredibilitas dan sorotan publik terhadap politisi berlatar belakang artis, Rieke Diah Pitaloka menampilkan pola komunikasi politik digital yang berbeda dan berbasis isu substantif. Penelitian ini membedah bagaimana tanda-tanda dan simbol visual pada unggahan Instagram dikonstruksi secara sistematis hingga membentuk suatu mitos politik tertentu di ruang publik digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan kerangka analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menelaah tanda-tanda pada tingkat penandaan pertama (denotatif), tingkat penandaan kedua (konotatif), serta mengidentifikasi pembentukan mitos politik yang diproduksi melalui interaksi elemen visual seperti pakaian etnik, gestur dan ekspresi wajah, dokumen resmi, atribut identitas, teks caption, data statistik, pasal hukum, serta tagar strategis dan tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tingkat denotatif, unggahan @riekediahp menampilkan dokumentasi faktual kerja parlemen, pengawasan APBN, advokasi hukum, dan koordinasi lintas instansi. Pada tingkat konotatif, elemen-elemen tersebut memancarkan makna intelektualitas, keanggunan berbudaya, ketegasan sikap, serta empati sosial. Pengulangan tanda-tanda konotatif ini secara konsisten menaturalisasi lahirnya mitos politik utama, yaitu Rieke Diah Pitaloka sebagai figur "Politisi Perempuan Progresif, Kritis, Intelektual, dan Pembela Kelompok Rentan". Melalui konstruksi semiotika ini, Rieke berhasil mentransformasikan identitasnya dari popularitas panggung hiburan (celebrity capital) menjadi modal intelektual dan politik yang berbobot, sekaligus membedakan dirinya dari politisi berlatar belakang artis pada umumnya dengan menjadikan media sosial sebagai sarana transparansi dan pertanggungjawaban publik.

Kata kunci: Personal Branding Politik, Semiotika Roland Barthes, Mitos Politik, Instagram, Rieke Diah Pitaloka.

RIEKE DIAH PITALOKA'S POLITICAL PERSONAL BRANDING ON INSTAGRAM: A ROLAND BARTHES SEMIOTIC ANALYSIS

NIDA SABILA JINAN

ABSTRACT

This study aims to analyze the semiotic construction and the formation of political myths that build Rieke Diah Pitaloka's political personal branding through her official Instagram account @riekediahp. Amidst the credibility crisis and public scrutiny toward politicians with celebrity backgrounds, Rieke Diah Pitaloka displays a distinct pattern of digital political communication focused on substantive issues. This research examines how visual and verbal signs in Instagram posts are systematically constructed to form specific political myths in the digital public sphere. This study uses a qualitative approach based on Roland Barthes' semiotic analysis framework. The research examines signs at the first level of signification (denotation), the second level of signification (connotation), and identifies the formation of political myths produced through the interaction of visual elements such as ethnic attire, gestures and facial expression, official documents, identity attributes, captions, statistical data, legal articles, also strategic and thematic hashtags. The results show that at the denotative level, @riekediahp's posts display factual documentation of parliamentary work, state budget oversight, legal advocacy, and inter-institutional coordination. At the connotative level, these visual and verbal elements radiate meanings of intellectuality, cultural elegance, decisiveness, and social empathy. The repetition of these connotative signs consistently naturalizes the emergence of a primary political myth, depicting Rieke Diah Pitaloka as a "Progressive, Critical, Intellectual, and Defender of Vulnerable Groups Female Politician." Through this semiotic construction, Rieke successfully transforms her identity from celebrity capital into intellectual and political capital, distinguishing her personal branding from typical celebrity-turned-politicians by utilizing social media as a tool for transparency and public accountability.

Keywords: Political Personal Branding, Roland Barthes Semiotics, Political Myth, Instagram, Rieke Diah Pitaloka.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“Personal Branding Politik Rieke Diah Pitaloka di Instagram: Analisis Semiotika Roland Barthes”** ini berhasil diselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis merasa berterima kasih sebesar-besarnya dan juga bersyukur telah mendapatkan banyak dukungan serta bantuan yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih secara khusus kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, ayah Juni Herdwiyo dan bunda Nur Nadhifa, atas segala dukungan, doa, dan penyemangat yang tak henti-hentinya selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Yani Hendrayani, S.Sos, M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang sangat bermanfaat bagi peneliti, mulai dari proses perancangan penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Annida Fadhlillah, Rifda Hanun, Asih Assifa Salsabila, Salwa Tiara Nugraha, Ludmilla Sekarteja, Nala Syifa Dewanti, dan Karunia Dini, selaku teman SMP-SMA penulis yang selalu memberikan semangat, saran, dan dukungan positif selama penyusunan skripsi ini.
4. Rafael Pahlevi Wagey atas segala motivasi, dukungan, arahan, dan apresiasi yang sangat membantu dan menyemangati penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Inda Farahainnisa dan Hanamari, selaku rekan seperbimbingan dan seperjuangan yang saling memberikan saran dan dukungan positif selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh karyawan, staff, dan pengurus UPN Veteran Jakarta atas segala bantuan, kebaikan, dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung.

Jakarta, 27 Juni 2026

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized initial 'N' followed by the name 'Sabila Jinan' in a cursive script.

Nida Sabila Jinan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1 Rumusan Masalah.....	5
1.2 Tujuan Penelitian	6
1.3 Manfaat Penelitian	6
1.4 Sistematika Penulisan	6
BAB II	8
KAJIAN TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori Penelitian	10
2.2.1 New Media	10
2.2.2 Personal Branding.....	11
2.2.3 Semiotika Roland Barthes.....	13
2.3 Konsep Penelitian	18
2.3.1 Media Sosial.....	18

2.3.2	Instagram.....	20
2.4	Kerangka Pemikiran	22
BAB III		25
METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Subjek dan Objek Penelitian	25
3.1.1	Subjek Penelitian	25
3.1.2	Objek Penelitian	25
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
3.2.1	Jenis Penelitian	26
3.2.2	Pendekatan Penelitian	27
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.4	Unit Analisis.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.5.1	Data Primer	29
3.5.2	Data Sekunder	31
3.6	Teknik Analisis Data	31
3.6.1	Reduksi Data	32
3.6.2	Penyajian Data.....	32
3.6.3	Penarikan Kesimpulan	33
3.7	Uji Validitas dan Etika Penelitian	33
3.7.1	Uji Validitas	33
3.7.2	Etika Penelitian.....	35
3.8	Tempat dan Waktu Penelitian	35
BAB IV		37
HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Profil Rieke Diah Pitaloka	37
4.2	Konten Instagram @riekediahp	38
4.3	Analisis Hasil Penelitian	38
4.3.1	Konten 1 (diunggah pada 2 September 2025).....	39
4.3.2	Konten 2 (diunggah pada tanggal 6 September 2025).....	42

4.3.3	Konten 3 (diunggah pada 11 September 2025).....	44
4.3.4	Konten 4 (diunggah pada 18 September 2025).....	47
4.3.5	Konten 5 (diunggah pada 22 September 2025).....	49
4.3.6	Konten 6 (diunggah pada 27 September 2025).....	52
4.4	Konstruksi Semiotika, Mitos, dan Personal Branding Politik Rieke Diah Pitaloka	54
4.4.1	Pemaknaan Denotatif dan Konotatif pada Unggahan Instagram	55
4.4.2	Pembentukan Mitos dan Personal Branding Politik	55
BAB V		57
KESIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran	57
5.2.1	Saran Akademis.....	57
5.2.2	Saran Praktis.....	58
DAFTAR PUSTAKA		59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Sampel Unggahan pada Akun Instagram @riekediahp	39
Tabel 2. Deskripsi Konten 1.....	41
Tabel 3. Deskripsi Konten 2.....	43
Tabel 4. Deskripsi Konten 3.....	46
Tabel 5. Deskripsi Konten 4.....	49
Tabel 6. Deskripsi Konten 5.....	51
Tabel 7. Deskripsi Konten 6.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penggunaan Perangkat dan Layanan yang Terhubung.....	1
Gambar 2. Rieke Diah Pitaloka	3
Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 4. Diagram Alur Penelitian	25
Gambar 5. Rancangan Waktu Penelitian	37