

ABSTRAK

Anggi Ridzaldi, 24071115038. Judul penelitian ini adalah “Vlog Youtube Presiden Jokowi sebagai Media Personal Branding (Studi Deskriptif Kualitatif Semiotika Charles Sander Pierce tentang *Vlog* Youtube Presiden Jokowi Sebagai Media Personal Branding Bagi Generasi *Milenial* pada *Vlog* #JKWVLOG Trans Jawa)”

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sebuah vlog di media sosial youtube yang menampilkan personal branding Presiden Joko Widodo pada saat dirinya sedang menghadiri acara peresmian Tol Trans Jawa yang merupakan sejarah baru dalam infrastruktur Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna vlog youtube Presiden Jokowi sebagai media *personal branding*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sander Pierce yang mana didalamnya terdapat makna ikon, indeks dan simbol.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa makna vlog youtube Presiden Jokowi sebagai media *personal branding* terkait ikon yaitu dari aspek visualisasi memperlihatkan sosok Jokowi secara dominan baik dari penampilannya ataupun aktivitas yang dilakukannya, dilihat dari aspek teknik pengambilan gambar menggunakan lima teknik yaitu *extreme long shot*, *medium close up*, *medium long shot*, *long shot* dan *medium shot*. Sedangkan terkait indeks yaitu memberikan suatu informasi kepada masyarakat tentang manfaat Tol Trans Jawa kedepannya serta memperlihatkan peresmian Tol berjalan dengan meriah, serta terkait dengan simbol yaitu menampilkan simbol pakaian/fashion anak milenial.

Kata Kunci : Vlog, Semiotika, Presiden Jokowi, Personal Branding, Milenial

ABSTRACT

Anggi Ridzaldi, 24071115038. The title of this research is "PRESIDENT JOKOWI'S YOUTUBE VLOG AS A MEDIA PERSONAL BRANDING (Study of Qualitative Descriptive Semiotika Charles Sanders Pierce about President Jokowi's Youtube Vlog as a Media Personal Branding in Millennial Generation to Vlog #JKWVLOG Trans Jawa)"

Background of This research by a vlog in youtube social media which show branding person President Joko Widodo when he was inviting event of formal ceremony about Trans Jawa highways which is a new history in infrastructure of Indonesia. The purpose of this research is to know meaning Jokowi's vlog as a media personal branding. This research use qualitative method with semiotika Charles Sander Pierce analysis who in this analysis there are meaning of icon, index and symbol.

Result of this research appoint which meaning icon of Jokowi's vlog as a media personal branding are show in visualization show Jokowi's character more dominant from fashion or action in that vlog. Show in technique of picture use five technique are extreme long shot, medium close up, medium long shot, long shot and medium shot. While about index are to give more information about benefit of Trans Jawa highways in the future to all people and show the big event formal of ceremonial, and about symbol is show clothes or fashion symbol millennial boy.

Keywords :Vlog, Semiotic, President Jokowi, Personal Branding, Millennial