

KOMUNIKASI THERESA MAY TENTANG PANDANGAN POLITIKNYA ATAS BREXIT DAN UPAYANYA DALAM PERSONAL BRANDING : STUDI ATAS MEDIA SOSIAL TWITTER & INSTAGRAM (2016-2019) = THERESA MAY'S COMMUNICATION OF HER POLITICAL VIEWS REGARDING BREXIT AND HER EFFORTS FOR PERSONAL BRANDING: STUDY CASE OF SOCIAL MEDIA TWITTER & INSTAGRAM (2016-2019)

Yayuk Larasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20492162&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini adalah analisis terhadap akun Twitter dan Instagram Theresa May yang dijadikan sebagai kanal untuk mengkomunikasikan pendirian politiknya terkait hasil referendum *British Exit* (*Brexit*). Alatnya negosiasi hasil referendum terjadi di internal Parlemen Inggris. House of Commons tidak puas dengan rancangan perjanjian pemerintah Theresa May terkait *Brexit*. *Brexit Deal* Theresa May telah ditolak sebanyak tiga kali. Meskipun tawarannya telah ditolak, Theresa May tetap yakin bahwa dengan kepimimpinannya yang kuat dan stabil disertai serangkaian skenario yang telah disiapkan, Inggris dapat meninggalkan Uni Eropa dengan lancar. Untuk menyampaikan keyakinan dan optimismenya kepada seluruh pihak, Theresa May menggunakan media sosial Twitter dan Instagram. Di Twitter dan Instagram, Theresa May menciptakan citra personal (*personal branding*) untuk meyakinkan para pengguna Twitter dan Instagram bahwa dirinya mampu menyukseskan *Brexit*. Analisis ini menggunakan metode kualitatif dengan mengaplikasikan teori analisis konten Klaus Krippendorff untuk melihat isi dari unggahan Theresa May pada akun Twitter dan Instagramnya. Unggahan Theresa May di Twitter dan Instagram juga akan dianalisis menggunakan teori *personal branding* McNally & Speak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Twitter dan Instagram efektif sebagai kanal untuk menyampaikan pandangan politik Theresa May. Aktifitas Theresa May di media sosial juga menunjukkan upaya *personal branding* yang kuat. Meskipun demikian, Theresa May akhirnya mengumumkan pengunduran dirinya pada 24 Mei 2019.

This research is an analysis of Twitter and Instagram accounts of Theresa May which are used as a channel to communicate her political views regarding the results of the British Exit (Brexit) referendum. The tough negotiations on the results of the referendum took place internally at the British Parliament. The House of Commons was not satisfied with Theresa May's government's draft agreement regarding Brexit. Theresa May's Brexit Deal has been rejected three times. Although her offer has been rejected, Theresa May remains confident that with her strong and stable leadership along with a series of scenarios that have been prepared, the UK can leave the European Union orderly. To convey her belief and optimism to all parties, Theresa May use Twitter and Instagram. On Twitter and Instagram, Theresa May created her personal branding to convince Twitter and Instagram users that they were able to succeed in Brexit. This analysis uses a qualitative method by applying the content analysis theory of Klaus Krippendorff to view the contents of Theresa May's message on her Twitter and Instagram accounts. Theresa May's

existence on Twitter and Instagram is analyzed using McNally & Speak's personal branding theory. The results of this study indicates that Twitter and Instagram are effective platforms to convey Theresa May's political views. Theresa May's activity on social media also shows strong personal branding efforts. Nevertheless, Theresa May finally announced her resignation on May 24, 2019.

