

**PERSONAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO
SELAMA MASAKAMPANYE PILPRES 2024**

(Analisis isi akun Instagram @prabowo periode 28 November 2023 – 10
Februari2024)

SKRIPSI



Oleh:

BRYAN ARDIANSYAH

NPM. 18043010134

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERSONAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO SELAMA MASA
KAMPANYE PILPRES 2024**

**(Analisis isi akun Instagram @prabowo periode 28 November 2023 – 10 Februari
2024)**

Disusun Oleh:

Bryan Ardiansyah
NPM. 18043010134

**Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi
Menyetujui,**

PEMBIMBING

Drs. Salfuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006



LEMBAR PENGESAHAN

**PERSONAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO SELAMA MASA
KAMPANYE PILPRES 2024**


(Analisis isi akun Instagram @prabowo periode 28 November 2023 – 10 Februari 2024)

Disusun Oleh:


Bryan Ardiansyah
NPM. 180430101034

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 08 Juli 2024


Pembimbing,


Drs. Saifuddin Zuhri, M.S.i
NIP. 197006122021211002

Tim Penguji,


Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.S.i., M.Ed
NPT. 373059901701


Drs. Saifuddin Zuhri, M.S.i
NIP. 197006122021211002


Oktifani Winarti, S.I.Kom., M.A
NPT. 20219931003180

Mengetahui,
DIPKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bryan Ardiansyah
NPM : 18043010134
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : **Personal Branding Prabowo Subianto Selama Masa
Kampanye Pilpres 2024 (Analisis Isi Akun Instagram
@Prabowo Periode 28 November 2023 – 10 Februari 2024)**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 20 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional Veteran" Jawa Timur.
2. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi Pendidikan lainnya.
3. Hasil karya ini merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
4. Hasil karya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpanan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 2024

Yang Membuat Pernyataan



Bryan Ardiansyah
NPM. 18043010134

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul ***Personal Branding* Prabowo Subianto Selama Masa Kampanye Pilpres 2024**.

Pelaksanaan penyusunan proposal skripsi ini telah dilalui penulis dengan mendapat bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan proposal skripsi ini banyak kekurangan. Selesainya penelitian hingga penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida N. F, M.Med. Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs.Syaifuddin Zuhri, Msi. selaku dosen pembimbing proposal skripsi utama dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan bimbingan dalam melakukan penyusunan skripsi.

4. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
5. Kepada keluarga tercinta Bapak, Ibu dan Adik yang selalu memberikan dukungan kepada penulis, selalu mendukung keputusan penulis dan mendoakan yang terbaik untuk penulis.
6. Kepada teman-teman penulis Agustian Galih, Leonardo, Berliansyah Aditya Irhas, Elok Dhifa, Amos Hosea, Fachrizal Shofir yang sudah menjadi teman dekat penulis, serta masih banyak teman-teman lainnya yang selalu ada dan memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis.
7. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi dan menemani setiap langkah dalam hidup penulis.

Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna, sehingga diharapkan pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun guna menyampaikan harapan akan penelitian ini.

Surabaya, 5 April 2024

Penulis

Bryan Ardiansyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	17
2.1.1Kampanye Politik	17
2.1.2 Media Sosial	18
2.1.3 Instagram	19
2.1.4 Analisis Isi Media Sosial.....	21
2.1.5 Personal Branding	27
2.3 Kerangka Berpikir	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32

3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Fokus Penelitian	33
3.4 Unit Analisis	33
3.5 Subjek dan Objek Penelitian.....	34
3.6 Definisi Konseptual.....	34
3.6.1 <i>Personal Branding</i>	34
3.6.2 Media Sosial Instagram.....	36
3.7 Corpus Penelitian.....	37
3.8 Jenis Sumber Data	37
3.9 Teknik Pengumpulan Data	38
3.10 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @prabowo.....	40
4.1.2 Penyajian Data.....	42
4.3 Analisis Data	53
4.3.1 Analisis Unggahan	55
4.3.2 <i>Personal Branding</i> @prabowo dengan dalam pilpres 2024 menurut unsur-unsur (Montoya & Vandehey, 2008)	78
4.4.3 Personal Branding Prabowo Subianto.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram Prabowo Subianto.....	3
Gambar 1. 2 Jumlah Data Pengguna Internet Indonesia	5
Gambar 1. 3 Grafik Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia	5
Gambar 1. 4 Akun Instagram Prabowo Subianto.....	9
Gambar 1. 5 Grafik Peningkatan Follower Instagram Capres 2024	10
Gambar 1. 6 Elektabilitas Pasangan Capres-Cawapres 2024 Dengan Berbagai Periode Waktu	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	31
Gambar 3 . 1 Teknik Alur Analisis Isi Kualitatif.....	39
Gambar 4 . 1 Potret Prabowo Subianto.....	41
Gambar 4 . 2 Contoh postingan tidak relevan.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
---------------------------------------	----

**PERSONAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO SELAMA MASA
KAMPANYE PILPRES 2024
(Analisis Isi Akun Instagram @Prabowo Periode 28 November 2023 – 10
Februari 2024)**

Bryan Ardiansyah

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Personal Branding yang dilakukan oleh Prabowo Subianto pada media sosial Instagram selama masa kampanye pilpres 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Personal Branding yang dilakukan oleh Prabowo Subianto pada media sosial Instagram selama masa kampanye pilpres 2024. Jenis penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. (Sugiyono, 2021) mengatakan bahwa tujuan dari deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan, menjelaskan, menerangkan, dan menjawab secara lebih terperinci permasalahan yang hendak diteliti dengan mempelajari dengan semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok maupun suatu kejadian. Personal branding Prabowo Subianto telah menjadi salah satu aspek sentral dalam strategi kampanyenya, dimana dia berusaha membangun dan mengkomunikasikan citra dirinya sebagai seorang pemimpin yang kuat, berwibawa, dan memiliki visi untuk kemajuan bangsa. Dalam kesimpulannya, personal branding Prabowo Subianto dalam kampanye politiknya mencerminkan upaya yang terencana dan strategis untuk membangun citra seorang pemimpin yang kuat, berwibawa, dan berkomitmen pada nilai-nilai nasionalisme serta kepedulian sosial. Konsistensi, keterlibatan aktif dengan masyarakat, dan strategi komunikasi yang tepat akan menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan dukungan publik pada pemilihan yang mendatang.

Kata kunci: *Personal Branding*, Instagram, Prabowo Subianto, Kampanye Politik, Komunikasi Politik

**PERSONAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO SELAMA MASA
KAMPANYE PILPRES 2024**

**(Analisis Isi Akun Instagram @Prabowo Periode 28 November 2023 – 10
Februari 2024)**

Bryan Ardiansyah

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRACT

The formulation of this research problem is How is Personal Branding carried out by Prabowo Subianto on Instagram social media during the 2024 presidential election campaign This research aims to analyze Personal Branding carried out by Prabowo Subianto on Instagram social media during the 2024 presidential election campaign. The type of research used in this research is descriptive research with a qualitative approach. (Sugiyono, 2021) said that the purpose of descriptive qualitative is to describe, explain, explain, and answer in more detail the problems to be studied by studying as closely as possible an individual, a group or an event. Prabowo Subianto's personal branding has become one of the central aspects in his campaign strategy, where he tries to build and communicate his image as a leader who is strong, authoritative, and has a vision for the nation's progress. In conclusion, Prabowo Subianto's personal branding in his political campaign reflects a planned and strategic effort to build the image of a strong, authoritative leader who is committed to the values of nationalism and social care. Consistency, active engagement with the public, and the right communication strategy will be the key to success in winning public support in the upcoming elections.

Key words: *Personal Branding, Instagram, Prabowo Subianto, Political Campaign, Political Communication.*