

dan profesional. Gestur salaman erat dengan dua calon lainnya menunjukkan sikap menghormati dan sportivitas di antara para kandidat, mengirimkan pesan kepada pemilih bahwa Prabowo menghargai proses demokrasi dan menjunjung tinggi etika politik yang sehat.

Foto pada 13 Desember 2023 yang menunjukkan Prabowo dengan gaya tangan sarangheo menggambarkan strategi cerdas dalam personal branding, khususnya dalam menjangkau penggemar musik K-pop di Indonesia. Gestur ini menunjukkan kedekatan Prabowo dengan segmen pemilih yang luas dan beragam serta mengkomunikasikan sikap inklusifnya terhadap budaya populer. Ini memperkuat narasi bahwa Prabowo menghargai kontribusi dari berbagai lapisan masyarakat.

Unggahan pada 14 Desember 2023 yang menunjukkan Prabowo bersama Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) menyoroti hubungan erat antara dua tokoh militer, menunjukkan solidaritas dan persatuan di antara alumni militer. Ini memberikan Prabowo legitimasi tambahan sebagai pemimpin yang dihormati dan diakui oleh kalangan politik dan militer, memperkuat citra sebagai pemimpin yang memiliki basis dukungan kuat dan koneksi luas.

Foto pada 17 Desember 2023 dengan tagar #Gerindra #BersamaIndonesiaMaju menegaskan komitmen Prabowo terhadap partainya, Gerindra, serta visi bersama untuk kemajuan Indonesia. Ini menunjukkan integrasi Prabowo dengan partai politiknya dan mengkomunikasikan kesatuan tujuan dalam memajukan bangsa, memperkuat citra sebagai pemimpin yang teguh dan konsisten.

Video pada 22 Desember 2023 yang menampilkan Prabowo blusukan di daerah kumuh Pluit, Penjaringan, Jakarta Utara, menunjukkan komitmen dan kesadaran Prabowo terhadap realitas sosial ekonomi di Indonesia. Langkah blusukannya menunjukkan kesediaan untuk turun langsung dan mendengarkan aspirasi masyarakat, memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli dan

dekat dengan rakyat kecil.

Foto pada 1 Januari 2024 bersama Calon Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka dengan ucapan Selamat Tahun Baru 2024 menunjukkan kolaborasi strategis dan optimisme untuk masa depan Indonesia. Foto ini memperkuat citra Prabowo dan Gibran sebagai pasangan yang solid dan bersatu dalam visi, memberikan pesan bahwa mereka memiliki pandangan bersama tentang perubahan positif.

Pada 26 Januari 2024, foto Prabowo bersama tokoh KWI (Konferensi Waligereja Indonesia) mencerminkan komitmen Prabowo terhadap semangat Bhinneka Tunggal Ika. Ini menunjukkan bahwa Prabowo menghargai kontribusi tokoh agama dalam kehidupan berbangsa dan bernegara serta siap untuk bekerja sama dengan berbagai komunitas.

Foto pada 28 Januari 2024 bersama Gibran Rakabuming Raka dengan pose nomor 2 (dua) menunjukkan strategi pendekatan loyalis dalam kampanye politik. Penggunaan simbol nomor urut paslon 2 (dua) menunjukkan loyalis kepada masyarakat Semarang, memperkuat ikatan loyal dengan basis pemilih Semarang.

Foto pada 29 Januari 2024 bersama Presiden Joko Widodo saat makan bakso menunjukkan kedekatan personal dan kolaborasi lintas partai. Ini mengirimkan pesan bahwa Prabowo siap mengesampingkan perbedaan politik demi kepentingan nasional, memperkuat citra sebagai pemimpin yang mampu mengatasi polarisasi politik.

Pada 2 Februari 2024, foto Prabowo bersama Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) dan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) di Malang, Jawa Timur, menunjukkan solidaritas dalam koalisi politik antara Gerindra dan Partai Demokrat. Ini memperkuat citra Prabowo sebagai pemimpin yang mampu membangun aliansi strategis dan berkomitmen pada kerjasama lintas partai.

Foto pada 4 Februari 2024 bersama Gibran Rakabuming Raka dalam agenda kampanye memperlihatkan Prabowo sebagai pemimpin

yang bijaksana, berintegritas, dan nasionalis. Ini menunjukkan kolaborasi antar-generasi dan komitmen untuk mempersatukan visi dan energi dalam memimpin Indonesia.

Unggahan pada 6 Februari 2024 dengan jumper hoodie memperkuat citra Prabowo sebagai sosok yang dekat dengan aspirasi dan nilai-nilai generasi muda, sekaligus membanggakan sejarah dan prestasi Partai Gerindra. Ini menunjukkan adaptasi Prabowo dalam berinteraksi dengan segmen pemilih muda.

Pada 9 Februari 2024, foto Prabowo menyambangi penonton kampanye menunjukkan kedekatan dengan rakyat dan kesediaan untuk mendengarkan aspirasi mereka, memperkuat citra sebagai pemimpin yang terbuka dan responsif. Foto lainnya pada hari yang sama menunjukkan Prabowo melaksanakan shalat berjamaah, memperkuat citra sebagai sosok yang menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan dan moralitas.

Terakhir, foto pada 10 Februari 2024 menunjukkan Prabowo di hadapan massa kampanye dengan kacamata hitam, memberikan pesan tentang kepemimpinan yang modern dan akrab dengan publik. Ini menunjukkan bahwa seorang pemimpin dapat bersikap santai dan akrab dalam interaksi sehari-hari, memperkuat hubungan dengan rakyat.

Secara keseluruhan, analisis unggahan ini menunjukkan bahwa Prabowo Subianto menggunakan strategi personal branding yang konsisten dengan teori Montoya, memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin yang inklusif, kompeten, dan berkomitmen melalui berbagai elemen visual dan teks yang dirancang dengan cermat.

4.4.3 Personal Branding Prabowo Subianto

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.

Pertama, Prabowo Subianto dikenal dengan citra kepemimpinan militer yang kuat. Sebagai seorang mantan perwira tinggi TNI, dia membangun personal branding sebagai sosok yang memiliki pengalaman dan kompetensi dalam bidang militer. Pengalaman ini sering kali dipromosikan dalam kampanyenya untuk menarik dukungan dari kalangan yang menghargai disiplin, kekuatan, dan keberanian dalam menghadapi tantangan.

Kedua, Prabowo menggarisbawahi citra dirinya sebagai sosok yang berkomitmen pada nilai-nilai nasionalisme dan kebangsaan. Dia sering menekankan pentingnya kedaulatan dan kemandirian nasional, serta memperjuangkan kepentingan bangsa Indonesia di berbagai forum nasional dan internasional. Dalam konteks ini, personal brandingnya berfokus pada pemeliharaan dan penguatan identitas nasional sebagai bagian dari visi dan misinya.

Ketiga, dalam upaya membangun citra yang lebih luas dan inklusif, Prabowo Subianto menggunakan berbagai platform dan kesempatan untuk menyoroti komitmen dan kepeduliannya terhadap kepentingan sosial dan ekonomi masyarakat luas. Dia sering kali muncul dalam acara-acara yang menyoroti isu-isu sosial, ekonomi, dan kesejahteraan rakyat, serta melakukan kunjungan langsung ke berbagai daerah untuk mendengarkan aspirasi dan kebutuhan rakyat.

Keempat, Prabowo juga menggunakan media sosial secara intensif untuk memperkuat personal brandingnya. Dia memanfaatkan platform Instagram untuk berbagi cerita, foto, dan video yang menunjukkan aktivitasnya sehari-hari, interaksi dengan berbagai kalangan masyarakat, serta pesan-pesan politik dan visi kepemimpinannya. Media sosial menjadi sarana efektif bagi Prabowo untuk menciptakan keterlibatan langsung dengan pemilih, terutama generasi muda yang aktif di dunia digital.

Kelima, strategi personal branding Prabowo Subianto juga melibatkan kolaborasi dengan berbagai tokoh dan elemen masyarakat. Dia sering kali terlihat berinteraksi dengan tokoh-tokoh penting dari

berbagai latar belakang, termasuk tokoh agama, budayawan, dan tokoh politik lainnya. Hal ini membantu memperkuat citra Prabowo sebagai pemimpin yang mampu membangun koalisi dan merangkul keberagaman dalam mendukung agenda nasional.

Secara keseluruhan, personal branding Prabowo Subianto merupakan kombinasi strategis dari pengalaman militer yang kuat, komitmen terhadap nilai-nilai nasionalisme, fokus pada kepentingan sosial dan ekonomi rakyat, penggunaan media sosial yang efektif, serta kolaborasi dengan berbagai elemen masyarakat. Semua ini dirancang untuk menciptakan citra yang meyakinkan sebagai seorang pemimpin yang mampu membawa perubahan positif bagi Indonesia, serta menarik dukungan dari berbagai segmen masyarakat dalam konteks politik nasional.

Jumlah likes pada unggahan-unggahan yang dilakukan antara 29 November 2023 hingga 10 Februari 2024 mencerminkan berbagai aspek dari konsep personal branding yang dikemukakan oleh Montoya (2008), terutama dalam hal keterlihatan, nama baik, dan keselarasan dengan audiens. Melihat data jumlah likes yang signifikan pada unggahan-unggahan tersebut, kita dapat menganalisis bagaimana hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip personal branding yang efektif.

Sebagai contoh, unggahan pada 29 November 2023 dengan jumlah likes sebanyak 598.717 menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki keterlihatan yang tinggi di kalangan audiens. Jumlah likes yang besar ini menandakan bahwa unggahan tersebut berhasil menarik perhatian banyak orang, sebuah indikator dari keterlihatan yang kuat dalam personal branding. Hal ini sesuai dengan teori Montoya yang menekankan pentingnya keterlihatan untuk membangun citra pribadi yang dikenal luas oleh publik.

Selanjutnya, unggahan pada 1 Desember 2023 dengan jumlah likes 457.601, dan 3 Desember 2023 dengan 409.266 likes, meskipun sedikit menurun, masih menunjukkan bahwa konten tersebut tetap relevan dan mampu mempertahankan nama baik di mata audiens.

Penurunan jumlah likes dalam periode ini mungkin mencerminkan perubahan dalam strategi atau fokus konten, tetapi tetap menunjukkan bahwa nama baik yang telah dibangun tetap terjaga, sebagaimana disarankan oleh Montoya dalam konsep personal branding.

Peningkatan jumlah likes yang signifikan pada 12 Desember 2023 dengan 823.315 dan 13 Desember 2023 dengan 803.466 menandakan momen di mana konten berhasil meraih kembali perhatian audiens, yang menunjukkan adanya keselarasan dengan audiens. Ini sesuai dengan prinsip Montoya bahwa personal branding harus melibatkan penciptaan konten yang resonan dengan audiens dan mampu memperkuat nama baik individu melalui engagement yang konsisten.

Puncak jumlah likes yang sangat tinggi pada 22 Desember 2023 dengan 4.131.922 dan 1 Januari 2024 dengan 2.154.522 mencerminkan puncak keterlihatan dan keselarasan dengan audiens yang maksimal. Dalam konteks Montoya, lonjakan ini menunjukkan bahwa konten pada periode tersebut sangat berhasil dalam menarik perhatian audiens dan memperkuat nama baik individu, sesuai dengan prinsip bahwa personal branding yang efektif melibatkan momen-momen puncak dalam keterlibatan publik.

Setelah itu, meskipun jumlah likes pada unggahan 26 Januari 2024 dengan 621.016 dan 28 Januari 2024 dengan 1.421.608 menunjukkan fluktuasi, data ini masih mendukung bahwa strategi personal branding yang digunakan terus memperkuat keterlihatan dan nama baik. Fluktuasi ini bisa mencerminkan variasi dalam konten atau strategi, namun tetap konsisten dalam menciptakan momen-momen yang relevan bagi audiens.

Akhirnya, unggahan pada 9 Februari 2024 dengan dua jumlah likes masing-masing 1.133.735 dan 952.366, serta 10 Februari 2024 dengan 1.906.768, menunjukkan bahwa meskipun ada variasi dalam jumlah likes, keterlihatan dan nama baik tetap kuat. Lonjakan yang terjadi pada 10 Februari 2024 dengan 1.906.768 likes menggarisbawahi keberhasilan dalam menciptakan momen engagement yang sangat

efektif dan resonan dengan audiens.

Secara keseluruhan, analisis jumlah likes ini menunjukkan bahwa unggahan-unggahan tersebut secara efektif menerapkan prinsip-prinsip personal branding menurut Montoya. Keterlihatan yang tinggi, nama baik yang konsisten, dan keselarasan dengan audiens yang berkelanjutan tercermin dalam data ini, mendukung gagasan bahwa personal branding yang kuat memerlukan strategi yang mampu menarik perhatian, menjaga reputasi, dan beradaptasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Analisis personal branding Instagram @prabowo dalam kampanye Pilpres 2024 menunjukkan bahwa Prabowo Subianto berhasil mengimplementasikan teori personal branding (Montoya & Vandehey, 2008) dengan efektif. Melalui berbagai unggahan strategis, Prabowo menonjolkan keunikan, otentisitas, konsistensi, dan keandalan sebagai pemimpin.

Unggahan yang melibatkan selebriti, tokoh agama, kegiatan blusukan, dan interaksi dengan tokoh politik lain memperlihatkan citra Prabowo sebagai pemimpin inklusif, dekat dengan rakyat, dan serius dalam menangani isu-isu nasional. Penggunaan elemen visual dan teks yang tepat dalam unggahan-unggahan tersebut menunjukkan adaptasi cerdas terhadap dinamika komunikasi politik modern yang sangat dipengaruhi oleh media sosial.

Secara keseluruhan, strategi personal branding yang digunakan oleh Prabowo melalui akun Instagramnya memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin yang kompeten, berintegritas, dan inklusif. Hal ini berhasil membangun hubungan emosional dengan beragam segmen pemilih, meningkatkan keterlibatan, serta mendukung kampanye politiknya secara signifikan dalam Pilpres 2024.

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. Melalui penggunaan media sosial yang intensif, Prabowo berhasil menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk generasi muda yang aktif di platform digital. Strategi ini tidak hanya menguatkan citra dirinya sebagai figur yang bisa dipercaya dalam memimpin, tetapi juga sebagai pemimpin yang inklusif dan peduli terhadap kepentingan rakyat.

Penerapan personal branding Prabowo juga didukung oleh pengalaman militer yang luas dan reputasi sebagai seorang perwira yang tegas. Citra ini diperkuat melalui kehadirannya dalam berbagai acara publik, kunjungan ke

daerah-daerah terpencil, serta interaksi langsung dengan berbagai tokoh masyarakat. Hal ini tidak hanya membangun keterlibatan yang kuat dengan pemilih potensial, tetapi juga menunjukkan kemampuannya dalam membangun jaringan yang luas dan mendapatkan dukungan dari berbagai segmen masyarakat.

Selain itu, kolaborasi dengan tokoh-tokoh dan elemen masyarakat dari berbagai latar belakang juga menjadi bagian integral dari strategi personal branding Prabowo. Dengan berinteraksi dan berkolaborasi dengan berbagai kelompok, Prabowo berhasil memperkuat citra sebagai pemimpin yang mampu merangkul keberagaman dan membangun koalisi yang solid. Keseluruhan, personal branding Prabowo Subianto tidak hanya mencerminkan kepemimpinan yang berdaya, tetapi juga upaya untuk menegaskan visi dan misinya dalam memimpin Indonesia ke arah yang lebih baik sesuai dengan aspirasi masyarakat.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran untuk memperkuat dan mengoptimalkan personal branding Prabowo Subianto dalam konteks kampanye politik dan kepemimpinannya:

1. Penting untuk menjaga konsistensi dalam pesan-pesan yang disampaikan kepada publik. Prabowo perlu memastikan bahwa setiap interaksi dan konten yang dibagikan, baik di media sosial maupun dalam kegiatan publik, sesuai dengan nilai-nilai dan visi kepemimpinannya. Hal ini akan memperkuat citra konsistensi dan kepercayaan di mata pemilih.
2. Pentingnya media sosial dalam mencapai generasi muda dan pemilih digital, Prabowo perlu terus mengoptimalkan pemanfaatan platform-platform seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Hal ini dapat dilakukan dengan rutin membagikan konten-konten yang relevan, menarik, dan mengundang interaksi, serta menjaga kehadiran aktif dalam diskusi publik online.
3. Lebih banyak melakukan kunjungan ke daerah-daerah terpencil dan berinteraksi langsung dengan masyarakat dapat meningkatkan keterlibatan Prabowo dengan berbagai segmen penduduk Indonesia. Ini tidak hanya

memperluas jangkauan kampanye, tetapi juga menunjukkan kedekatan dan komitmen pribadi terhadap kebutuhan dan aspirasi rakyat.

4. Terlibat dalam lebih banyak kolaborasi dengan berbagai tokoh masyarakat, baik dari kalangan politik, agama, budaya, maupun ekonomi, dapat memperkuat citra Prabowo sebagai pemimpin yang mampu membangun kesepahaman lintas kelompok. Hal ini dapat membantu dalam memperluas basis dukungan dan membangun koalisi yang solid.

5. Prabowo perlu terus meningkatkan transparansi dalam komunikasi, baik mengenai program-program dan rencana ke depan, maupun mengenai pandangan dan sikapnya terhadap isu-isu penting. Komunikasi yang jelas dan efektif akan membantu membangun kepercayaan dan dukungan yang kuat dari masyarakat.

Dengan menerapkan saran-saran ini, Prabowo Subianto dapat memperkuat personal brandingnya sebagai seorang pemimpin yang visioner, berkomitmen pada kepentingan nasional, serta dapat dipercaya untuk memimpin Indonesia ke arah yang lebih baik. Konsistensi, keterlibatan aktif dengan masyarakat, dan strategi komunikasi yang tepat akan menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan dukungan publik pada pemilihan yang mendatang.