

**ANALISI *POLITICAL BRANDING* PRABOWO DAN GIBRAN
SELAMA KAMPANYE PEMILU 2024 MELALUI
MEDIA INSTAGRAM**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Arief Hardian

20.96.1863

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
2024**

**ANALISI *POLITICAL BRANDING* PRABOWO DAN GIBRAN
SELAMA KAMPANYE PEMILU 2024 MELALUI
MEDIA INSTAGRAM**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai
gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Arief Hardian

20.96.1863

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKAS
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Analisis *Political branding* Prabowo dan Gibran Selama Kampanye Pemilu
2024 Melalui Media Instagram**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Arief Hardian

NIM 20.96.1863

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Dosen Pembimbing,



Novita Ika Purnamasari, S.I.kom., M.A
NIK. 190302521

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Analisis *Political branding* Prabowo dan Gibran Selama Kampanye Pemilu
2024 Melalui Media Instagram**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Arief Hardian
20.96.1863**

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada tanggal bulan tahun

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rr. Pramestji Ratnaningtyas, S.Sos., M.A
NIK. 190302476



Wiwid Adivanto, S.I.kom, M.I.kom
NIK. 190302477



Novita Ika Purnamasari, S.I.kom., M.A
NIK. 190302525



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.
I.Kom)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 17 Januari 2024

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'METERAI TEMPEL' and 'KORSAKORAS21040'. The signature is written in a cursive style.

Arief Hardian

20.96.1863

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah S.W.T yang telah melancarkan dalam penyusunan skripsi ini. Rasa penuh syukur dan terimakasih skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Allah S.W.T atas berkat rahmat hidayah serta ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing dengan sabar dan selalu memberikan arahan serta nasehat dalam penyusunan skripsi.
3. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan kepada dua orang paling berharga dalam hidup saya ayah Suhardiman dan ibu Lepis triani
4. Kepada kakak saya Annisa septi hariani yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya.
5. Kepada Arifa maharani meski telah melakukan banyak hal luar biasa saya ingin mengucapkan terimakasih hanya untuk satu diantaranya atas kehadiranmu di hidupku, skripsi ini persembahkan saya untukmu.
6. Teman-teman yang selalu mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.
7. Keluarga, saudara, kerabat, serta pihak lain atas dukungan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

Yogyakarta, 17 Januari 2024

Arief Hardian

KATA PENGANTAR

Puji Syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta karunia-NYA, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul

“Analisis *Political branding* Prabowo dan Gibran Selama Kampanye Pemilu 2024 di Media Sosial Instagram ”. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memenuhi kelulusan dalam perkuliahan Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Terimakasih penulis ucapkan terhadap semua pihak atas bantuan, dukungan, bimbingan dalam terselesaikannya penelitian ini, yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial.
3. Bapak Erik Hadi Saputra S.Kom, M.Eng. selaku Ketua Program Studi S1-Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing dengan sabar dan selalu memberikan arahan serta nasehat dalam penyusunan skripsi.
5. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan kepada dua orang paling berharga dalam hidup saya ayah Suhardiman dan ibu Lepis triani
6. Kepada kakak saya Annisa Septi Hariani yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya.
7. Kepada Arifa Maharani meski telah melakukan banyak hal luar biasa saya ingin mengucapkan terimakasih hanya untuk satu diantaranya atas kehadiranmu di hidupku, skripsi ini persembahkan saya untukmu.
8. Teman-teman yang selalu mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.
9. Keluarga, saudara, kerabat, serta pihak lain atas dukungan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan serta jauh dari kata sempurna, namun semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat dijadikan referensi ataupun media belajar.

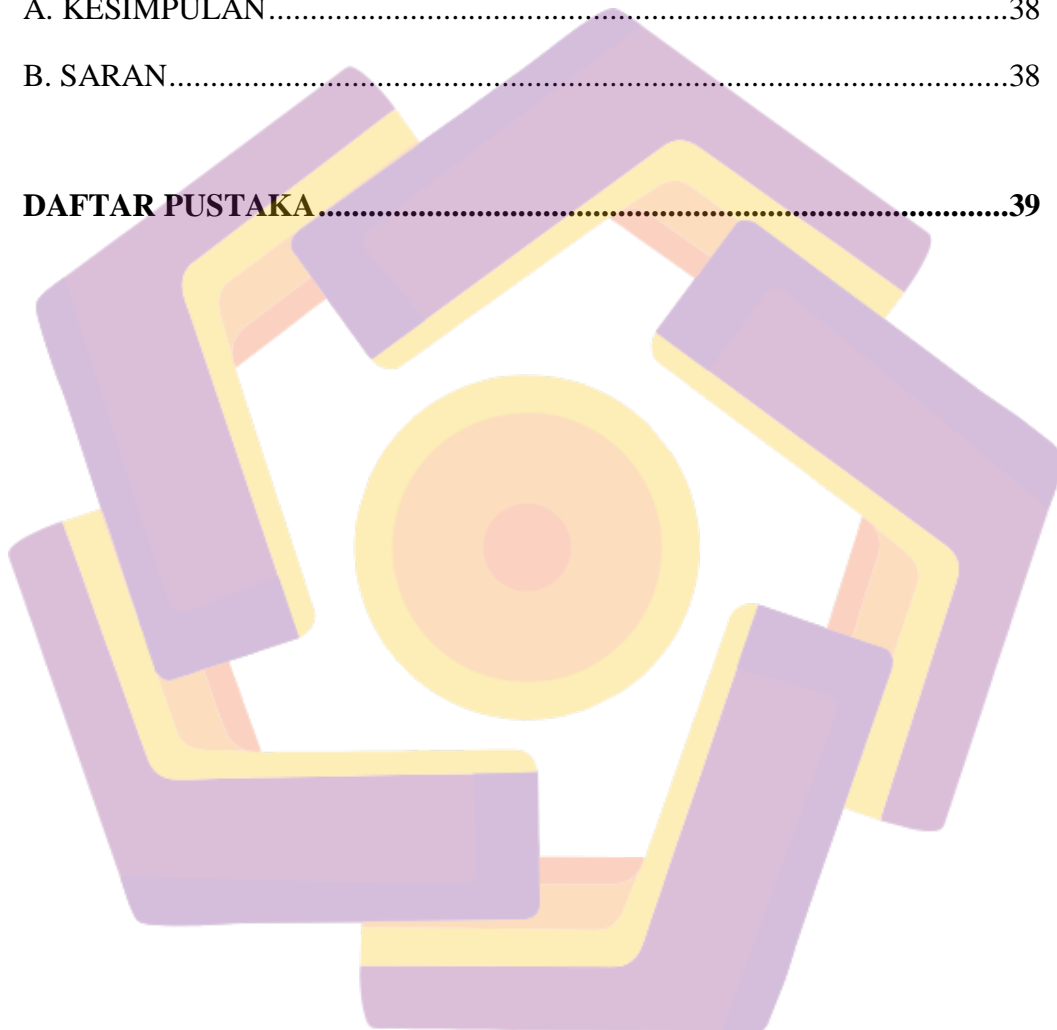
Yogyakarta, 17 Januari 2024

Arief Hardian

DAFTAR ISI

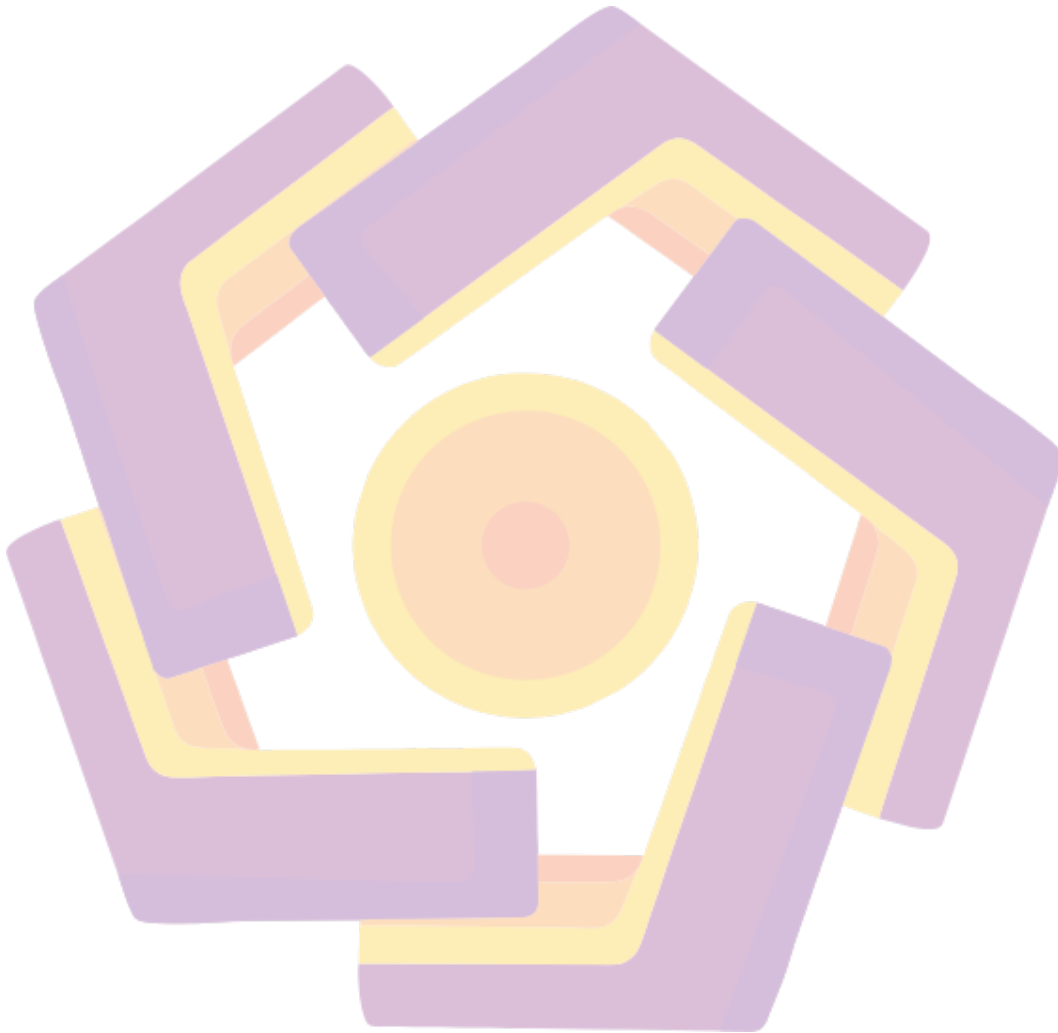
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
RINGKASAN	13
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2.1 <i>Political branding</i>	9
2.2.2 Kampanye Politik & Media Sosial Instagram.....	13
2.3 Kerangka Berpikir.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Paradigma.....	17

3.2 Jenis Penelitian	17
3.3 Metode Penelitian.....	17
3.4 Sumber Data Penelitian.....	18
3.5 Pengumpulan Data.....	20
3.6 Keabsahan Data.....	21
3.7 Teknik Analisis data.....	22
3.8 Kategorisasi Kode	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
BAB V PENUTUP	38
A. KESIMPULAN.....	38
B. SARAN.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategori Jumlah Postingan Akun @prabowo sebagai unit analisis..	19
Tabel 3.2 Kategori Jumlah Postingan Akun @Gibran_rakabuming sebagai unit analisis	19
Tabel 3.3 Kategorisasi Kode	21
Tabel 3.4 Tabel Analisis	23



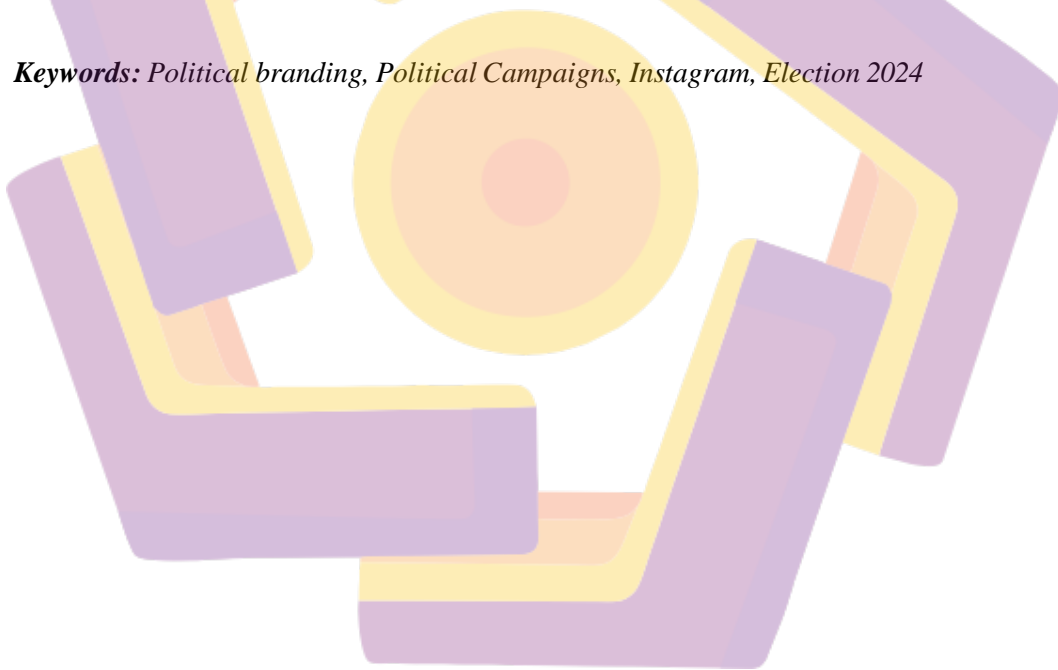
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	16
Gambar 4.1 Menghadiri Deklarasi Generasi Muda Islam	26
Gambar 4.2 Gibran menghadiri sholawatan bersama para Kiai yang dihadiri 40 ribu jamaah	26
Gambar 4.3 Serah terima pesawat untuk pertahanan negara.....	28
Gambar 4.4 Gibran mendukung UMKM lokal	28
Gambar 4.5 Prabowo meresmikan Garudayaksa <i>Football Academy</i>	30
Gambar 4.6 Gibran menghadiri acara ekonomi kreatif di Ambon	31
Gambar 4.7 Titik Sumber Air Bersih untuk Kebutuhan Hidup Masyarakat	32
Gambar 4.8 Serap Aspirasi dan Diskusi Bersama	33
Gambar 4.9 Prabowo menggunakan <i>hashtag</i> #BersamaIndonesiaMaju	34
Gambar 4.10 Gibran menggunakan <i>hashtag</i> #IndonesiaMaju	35
Gambar 4.11 Prabowo mengunjungi 10 Provinsi di Pulau Sumatera.....	36
Gambar 4.12 Kunjungan Gibran ke Bali untuk menemui relawan	37

SUMMARY

Political branding is an effort to build and manage perceptions of a political party or political candidate running for office with the aim of introducing and promoting the political party or candidate so that later it can be recognized and chosen by the public. Indonesia as a democratic country always holds general elections every five years. In October 2023, the General Election Commission (KPU) held a Declaration of Peaceful Campaign for the 2024 Election, attended by three presidential and vice presidential pairs competing in the 2024 Presidential Election. The presidential and vice presidential candidates who will compete are the pairs with serial numbers, The holding of the declaration made the prospective presidential candidate pairs carry out a campaign to convince the public to vote for them. The campaign carried out by prospective presidential and vice presidential pairs was carried out directly and through social media, one of which was highlighted by the author, namely Instagram social media. This study aims to determine the political branding carried out by one of the presidential and vice presidential candidate pairs number 2, namely Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming on social media during the 2024 election campaign starting on November 28, 2023 to January 26, 2024. The research method used is qualitative content analysis by categorizing the coding of themes in Political branding on social media uploads of @Prabowo and @Gibran_rakabuming accounts.

Keywords: *Political branding, Political Campaigns, Instagram, Election 2024*



RINGKASAN

Political branding merupakan suatu upaya membangun serta mengelola persepsi terhadap suatu Partai politik atau kandidat calon politik yang mencalonkan diri dengan tujuan memperkenalkan serta mempromosikan Partai politik atau kandidat tersebut agar nantinya dapat dikenal dan dipilih oleh masyarakat. Indonesia sebagai negara demokratis setiap lima tahun sekali selalu melaksanakan pemilihan umum. Pada bulan Oktober 2023, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menggelar Deklarasi Kampanye Damai Pemilu Tahun 2024 dengan dihadiri oleh tiga pasangan capres-cawapres yang bersaing dalam Pilpres 2024. Capres dan cawapres yang akan bersaing adalah pasangan dengan nomor urut, Digelarnya deklarasi tersebut membuat bakal pasangan calon presiden melaksanakan kampanye agar meyakinkan masyarakat untuk memilih mereka. Kampanye yang dilaksanakan bakal calon pasangan capres-cawapres dilakukan secara langsung dan melalui media sosial salah satunya yang disoroti oleh penulis yaitu media sosial instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Political branding* yang dilakukan salah satu kandidat calon presiden dan wakil presiden pasangan nomor urut 2 yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming di media sosial selama kampanye pemilu 2024 dimulai pada tanggal 28 November 2023 hingga 26 Januari 2024. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi kualitatif dengan melakukan pengkategorisasian koding terhadap tema dalam *Political branding* pada unggahan media sosial akun @Prabowo dan @Gibran_rakabuming. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa *Political branding* Prabowo dan Gibran yang terdiri dari citra personal meliputi kepemimpinan, integritas, dan kredibilitas, pesan politik yang meliputi visi serta program mereka dan *hashtag* yang digunakan dalam unggahan, serta aktivitas kampanye meliputi kegiatan kampanye yang dilakukan dan diunggah di media sosial.

Kata Kunci : *Political branding* ,Kampanye Politik, Instagram, Pemilu 2024