

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan komunikasi menghadirkan media baru yang lebih dikenal dengan media sosial. dalam perkembangannya media sosial masa kini dijadikan alat untuk memperluas komunikasi tak terkecuali dalam komunikasi politik. Dalam era komunikasi politik masa kini, media sosial memiliki peran yang cukup penting tidak hanya dalam menyebarkan informasi namun juga membentuk penjenamaan personal bagi seorang aktor politik. Namun tidak hanya media sosial, kemampuan setiap aktor politik untuk mencari peluang dan kesempatan di tengah maraknya tren yang sedang berkembang di kalangan masyarakat juga dapat dijadikan strategi penjenamaan personal. Menteri BUMN ke-9 Republik Indonesia, Erick Thohir. Berangkat dari pertanyaan penelitian terkait bagaimana penggunaan konten media sosial berbasis K-Pop yang dilakukan oleh Erick Thohir melalui akun media sosialnya untuk strategi *Personal Brand Image* sebagai politisi milenial, peneliti telah menemukan bahwa selama periode yang telah ditentukan sebelumnya yaitu Juni 2021 hingga juni 2022, Erick Thohir telah berhasil melakukan *personal branding* sebagai politisi milenial dengan memanfaatkan tren K-Pop melalui media sosial Instagram dan TikToknya. Dengan mengangkat konsep *Political Brand Image Association* yang dikembangkan oleh Pich & Armannsdottir, 2015 berupa konsep-konsep seperti *uniqueness*, *strength*, dan juga *experiences*, penelitian ini secara keseluruhan telah melihat bagaimana Erick Thohir menjalankan strategi personal brand image manajemennya sebagai politisi milenial dengan memanfaatkan Instagram dan juga TikTok. Kembali pada konsep *political branding* yang melibatkan media sosial dan juga unsur K-Pop oleh politisi merupakan salah satu taktik atau strategi dalam menarik simpati generasi muda masih perlu dilakukan beberapa modifikasi kedepannya yang tentunya disesuaikan dengan tren budaya populer yang sedang berkembang.

**Kata Kunci:** Penjenamaan Politik, Erick Thohir, Analisis Isi Konten Media Sosial, K-Pop, Politisi Milenial

*The development of technology and communication presents a new media which is better known as social media. In its development, today's social media is used as a tool to expand communication, including in political communication. In the current era of political communication, social media has an important role not only in disseminating information but also in forming personal branding for a political actor. But not only social media, the ability of every political actor to seek opportunities and opportunities in the midst of emerging trends in society can also be used as a personal branding strategy. The 9th Minister of BUMN of the Republic of Indonesia, Erick Thohir. Departing from a research question regarding how to use K-Pop-based social media content by Erick Thohir through his social media account for Personal Brand Image strategy as a millennial politician, researchers have found that during a predetermined period, namely June 2021 to June 2022, Erick Thohir has succeeded in carrying out personal branding as a millennial politician by utilizing K-Pop trends through his Instagram and TikTok social media. By raising the concept of the Political Brand Image Association developed by Pich & Armannsdottir, 2015 in the form of concepts such as uniqueness, strength, and also experiences, this research as a whole has seen how Erick Thohir carries out his personal brand image management strategy as a millennial politician by utilizing Instagram and also TikTok. Returning to the concept of political branding involving social media as well as elements of K-Pop by politicians is a tactic or strategy in attracting the sympathy of the younger generation, some modifications still need to be made in the future, which of course is adapted to the growing trend of popular culture.*

**Keywords:** *Political Branding, Erick Thohir, Content Analysis of Social Media Content, K-Pop, Millennial Politicians*

