

ABSTRAK

Media sosial terutama instagram telah umum digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat. Bagi aktor politik, media sosial instagram dapat menjadi sangat penting khususnya dalam mengkomunikasikan strategi politiknya. Begitu juga dengan Prabowo Subianto yang turut meramaikan kontestasi politik sebagai calon Presiden Republik Indonesia pada Pemilihan Umum Presiden Periode 2024-2029. Penelitian ini mengkaji bagaimana penggambaran *personal branding* Prabowo Subianto melalui media sosial instagram pada Pemilihan Umum Presiden periode 2024-2029. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika. Subjek dari penelitian ini adalah media sosial instagram pribadi Prabowo Subianto dengan nama pengguna @prabowo. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik observasi dan dokumentasi lalu melakukan identifikasi terhadap unggahan media sosial instagram Prabowo Subianto yang dapat menggambarkan *personal branding*nya. Penelitian ini berfokus kepada analisis semiotika pada unggahan Prabowo Subianto di media sosial instagram termasuk foto ataupun video melalui fitur-fitur instagram seperti *post* dan *reels*. Dengan menggunakan pendekatan branding dan personal branding oleh Montoya, penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana media sosial instagram menggambarkan *personal branding* Prabowo Subianto. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Prabowo Subianto dengan konsistensinya yang kuat menekankan *personal branding* di media sosial instagramnya melalui unggahan yang menampilkan identitas kemiliteran dan kepemimpinannya. Di satu sisi, penggambaran *personal branding* Prabowo Subianto yang terlihat adalah upayanya untuk menunjukkan sisi humanis dan hangatnya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial instagram dapat memainkan peranan penting dan strategis dalam membentuk penggambaran *personal branding* Prabowo Subianto. Media sosial instagram menjadi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, namun juga sebagai instrumen penting dalam mengarahkan opini publik dan mendukung kampanye politik secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Personal Branding, Prabowo Subianto, Media Sosial, Instagram, Pemilihan Umum*

ABSTRACT

Social media, particularly Instagram, has become widely used by all segments of society. For political actors, Instagram can be very important, especially in communicating their political strategies. This is also the case for Prabowo Subianto, who is participating in the political contest as a Presidential candidate for the Republic of Indonesia in the 2024-2029 Presidential Election. This study examines how Prabowo Subianto's personal branding is portrayed through Instagram in the 2024-2029 Presidential Election. This is a qualitative descriptive study using semiotic analysis methods. The subject of this research is Prabowo Subianto's personal Instagram account with the username @prabowo. To collect data, the researcher used observation and documentation techniques, then identified Prabowo Subianto's Instagram posts that depict his personal branding. This research focuses on semiotic analysis of Prabowo Subianto's Instagram posts, including photos and videos through Instagram features such as posts and reels. Using the branding and personal branding approach by Montoya, this research explores how Instagram portrays Prabowo Subianto's personal branding. The results of this study show that Prabowo Subianto consistently emphasizes his personal branding on Instagram through posts that highlight his military identity and leadership. On the other hand, his personal branding also attempts to showcase his humane and warm side. This research concludes that Instagram can play a significant and strategic role in shaping Prabowo Subianto's personal branding. Instagram functions not only as a communication tool but also as an important instrument in shaping public opinion and supporting overall political campaigns.

Keywords: *Personal Branding, Prabowo Subianto, Social Media, Instagram, General Election*