

ABSTRAKSI

Penelitian ini mengaji pemetaan *political branding* yang muncul dalam bentuk teks visual/audiovisual dan teks tertulis yang terdapat dalam pos kandidat politik dalam masa kampanye. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan dengan mengadopsi ide besar dari analisis isi tematik, penelitian ini ingin mengetahui kekuatan *political branding* Ridwan Kamil sebagai pemenang Pilkada Jabar 2018, dalam konten Instagram pribadinya. Menggunakan lembar koding dan berpedoman pada indikator yang diadopsi dari tipologi milik Brown, Lambert, Kay dan Curtis (1988), penelitian ini mengaji bentuk konten apa yang menjadi kekuatan Ridwan Kamil, dan apa saja unsur-unsur *political branding* yang paling dominan muncul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kekuatan Ridwan Kamil terletak pada elemen teks tertulis. Selain itu, atribut yang mendominasi adalah atribut personal.

Kata kunci: *Political Branding*, Instagram, Kandidat Politik, Analisis Isi

ABSTRACT

This research examined the mapping of political branding found in the form of visual/audiovisual text and written text in political candidate's Instagram post within campaign period. Using the quantitative approach and adopting thematic content analysis big idea, this research examined Ridwan Kamil's political branding strength as the new elected West Java Governor, through his personal Instagram content. Using coding sheet and guided by the typology adopted from Brown, Lambert, Kay dan Curtis (1988), this research examined Ridwan Kamil's strength through specific textual form and also the most dominant political branding element appeared. The result of the study indicate that political branding element emerge more in the form of written text, and dominated by personal attributes.

Keywords: Political Branding, Instagram, Political Candidate, Content Analysis