

ABSTRAK

Media sosial yang hadir di era pesatnya perkembangan teknologi komunikasi saat ini memberikan pengaruh dalam hal tradisi komunikasi publik yang biasa dilakukan oleh aktor politik. Media sosial berkembang menjadi medium bagi aktor politik untuk membangun jenamanya. Joko Widodo merupakan aktor politik yang menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia yang dinilai berhasil dalam melakukan jenama melalui media sosial Instagram. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimana penjenamaan politik politik Presiden Joko Widodo di media sosial Instagram pada masa kepemimpinannya sebagai Presiden Republik Indonesia untuk periode 2014-2019. Penelitian berfokus pada pesan dan nilai yang disampaikan pada unggahan di Instagram selama masa kepemimpinan. Peneliti menggunakan metode analisis isi kualitatif Hsieh & Shannon dengan pendekatan *directed content analysis* melalui prosedur induksi. Peneliti menggunakan konsep untuk mengidentifikasi penjenamaan politik milik Sandra. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Presiden Joko Widodo menarasikan pesan utama pemimpin yang sederhana, siap bekerja, humanis, religius, tanggap teknologi, kasual, nasionalis, ceria, ramah, aktif, apresiatif, dan informatif melalui penampilan, personalitas, dan pesan kunci politik. Hasil lainnya adalah secara konsisten akun Instagram Presiden Joko Widodo menarasikan pesan pemimpin yang sederhana dan siap bekerja melalui penampilan. Melalui personalitas Presiden Joko Widodo konsisten menarasikan pemimpin yang humanis. Melalui pesan kunci politik Presiden Joko Widodo konsisten menarasikan pemimpin yang dapat diandalkan melalui realisasi Nawacita.

Kata Kunci: Penjenamaan politik, Media sosial, Instagram, Presiden Joko Widodo

ABSTRACT

In line with the development of communication technology, social media has influenced the political actors to build their names, which is known as political branding. Joko Widodo is a political actor as the President of the Republic Indonesia who is successful in making his political branding through Instagram. The purpose of this study was to know how the political branding of President Joko Widodo on Instagram as President of the Republic of Indonesia in 2014-2019 period. This research focused on the messages and values that he had delivered on Instagram. This research was conducted using qualitative method of Hsieh & Shannon's with a directed content analysis approach through induction procedures. Furthermore, the researcher used Sandra's (2013) concept to identify this political branding. The results of this study showed that the main message had delivered by President Joko are simple, ready to work, humanist, religious, technology responsive, nationalist, cheerful, friendly, active, appreciative, and informative through appearance, personality, and political key messages. Moreover, this result showed that President Joko Widodo's Instagram account consistently tells the message of leaders who are cheerful and are ready to work through appearances. Through personality, he consistently tells humanist leaders. Through the main political messages, he consistently tells reliable leaders through the realization of Nawacita.

Keyword: *Political Branding, Social Media, Instagram, President Joko Widodo*