

ABSTRAK

Kemajuan internet telah memberi dampak yang signifikan yakni munculnya media sosial sebagai salah satu alat untuk mempermudah komunikasi dan memiliki pengaruh terhadap persepsi publik dan membentuk opini sehingga digunakan untuk membentuk *Personal Branding* yang menjadi hal penting dalam dunia politik. Beberapa tokoh politik menggunakan media sosial untuk membentuk citra diri yang positif terhadap masyarakat. Salah satunya Anies Baswedan yang telah menjadikan media sosial *Twitter (X)* sebagai sarana untuk membangun *Personal Branding* yang kuat dan positif. Anies sering menyampaikan suatu pandangan atau pencapaian, serta aspirasi politik. Penelitian ini akan membahas tentang *Personal Branding* Anies Baswedan melalui media sosial *Twitter (X)* untuk mengetahui *Personal Branding* yang dibentuk oleh Anies Baswedan melalui media sosialnya, yakni *Twitter (X)*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi dan teori dramaturgi Goffman untuk mengetahui bagaimana *front stage* seorang Anies Baswedan dalam membentuk *Personal Branding* dan konsep *the eight of laws* oleh Peter Montoya. Data yang digunakan adalah postingan yang diunggah Anies Baswedan pada akun pribadinya di media sosial *Twitter (X)* @aniesbaswedan.

Kata Kunci : *Personal Branding*, Media Sosial, *Twitter (X)*, Anies Baswedan

ABSTRACT

The advancement of the internet has had a significant impact, particularly with the emergence of social media as a tool to facilitate communication and influence public perception. Social media has become a key platform for shaping personal branding, especially in the political domain. Political figures often use social media to build a favorable public image. One such figure is Anies Baswedan, who actively utilizes Twitter (X) to establish a strong and positive personal brand. Through his account, he frequently shares his perspectives, achievements, and political aspirations. This study aims to analyze Anies Baswedan's personal branding on Twitter (X), focusing on how he constructs his online persona. The research employs a qualitative approach using netnography, with Erving Goffman's dramaturgical theory and Peter Montoya's Eight Laws of Personal Branding as the analytical framework. The data consists of posts from Anies Baswedan's personal Twitter (X) account, @aniesbaswedan.

Keywords : *Personal Branding, Social Media, Twitter (X), Anies Baswedan*

