

ABSTRAK

Skripsi ini mengkaji tentang *personal branding* Ganjar Pranowo dalam membangun komunikasi politik di Instagram menjelang pilpres 2024. Instagram menjadi salah satu platform hasil dari terbentuknya media baru yang dapat memungkinkan pengguna untuk dapat berbagi foto maupun video terhadap pengguna lainnya. Instagram memberikan kemudahan kepada seseorang untuk dapat membentuk *personal branding* terhadap target *audience* nya. Penelitian ini berfokus pada foto dan video unggahan Ganjar Pranowo dari tanggal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Landasan peneliti untuk melihat *personal branding* Ganjar pada akun Instagramnya menggunakan konsep *personal branding* melalui *The Eight Law of Personal Branding* milik Peter Montoya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Temuan dari penelitian ini bahwa akun @ganjar_pranowo telah berhasil memenuhi kedelapan konsep *personal branding* milik Peter Montoya dengan yang paling dominan adalah keteguhan (*the law of persistence*). Namun, keberhasilan *branding* yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo di Instagram tidak serta merta membuat dirinya mendapat suara yang banyak pada pemilu 2024 yang lalu.

Kata Kunci : *Personal Branding*, Komunikasi Politik, Instagram @ganjar_pranowo.

ABSTRACT

*This thesis examines Ganjar Pranowo's personal branding in building political communication on Instagram ahead of the 2024 presidential election. Instagram is one of the platforms resulting from the formation of new media that allows users to share photos and videos with other users. Instagram makes it easy for someone to form personal branding for their target audience. This study focuses on photos and videos uploaded by Ganjar Pranowo from November 28, 2023 to February 10, 2024. The researcher's basis for viewing Ganjar's personal branding on his Instagram account uses the concept of personal branding through Peter Montoya's *The Eight Laws of Personal Branding*. This type of research is descriptive research with a qualitative approach method using Ferdinand de Saussure's semiotic theory. The findings of this study are that the @ganjar_pranowo account has succeeded in fulfilling Peter Montoya's eight personal branding concepts with the most dominant being persistence (the law of persistence). However, the success of branding carried out by Ganjar Pranowo on Instagram did not immediately make him get a lot of votes in the 2024 election.*

Keywords: *Personal Branding, Political Communication, Instagram @ganjar*