



**STRATEGI POLITICAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @PRABOWO PADA PEMILU 2024**

**Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik**

Nama : Mutiara Safina

NIM : 1910413084



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA**

2024



**STRATEGI POLITICAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @PRABOWO PADA PEMILU 2024**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Politik pada Prodi Ilmu Politik

Disusun Oleh:

Mutiara Safina

1910413084

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**

**STRATEGI POLITICAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @PRABOWO PADA PEMILU 2024**

MUTIARA SAFINA

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi *political branding* Prabowo Subianto melalui media sosial Instagram @prabowo pada Pemilu 2024 yang diteliti dalam kurun waktu Juli hingga Desember 2023. Kegagalan *political branding* Prabowo sebelumnya didasari oleh sikap keras dan otoriter yang terbentuk dan terlihat dalam dirinya. Maka menuju Pemilu 2024 ini, Prabowo Subianto menciptakan strategi *branding* dengan bertransformasi ke arah humanis dan lebih mudah digapai oleh masyarakat kelas bawah tanpa menghilangkan kesan tegas yang terbentuk dalam dirinya.

Rebranding politik Prabowo Subianto dimulai oleh Tim Kampanye Nasional (TKN) dan didukung oleh tim media sosial dengan mengikuti *trend* terkini. Pembentukan konstruksi melalui media sosial menampilkan sisi Prabowo yang terlihat lucu dan menggemaskan. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab atas bagaimana terbentuknya strategi *political branding* Prabowo Subianto melalui Instagram. Lalu, penelitian ini menggunakan metode netnografi yang mana menggabungkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan olahan data melalui Internet yang dibantu dengan perangkat lunak. Penelitian ini didasari dengan teori *political branding* oleh Pich and Newman.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa 4 indikator pada teori *political branding*, yaitu *personal political brands*, *positive brand associations*, *celebrity endorsement*, dan *branding* media sosial sangat berpengaruh pada kesuksesan *branding* politik Prabowo Subianto. Lalu, berdasarkan bukti yang mendasari dari penelitian ini, ditunjukkan bahwa *personal political brands* yang lebih mendominasi atas keberhasilan strategi *political branding* untuk Pemilu 2024.

Kata kunci: Transformasi, Political Branding, Pemilu 2024

**PRABOWO SUBIANTO'S POLITICAL BRANDING STRATEGY ON
INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @PRABOWO IN THE 2024 ELECTION**

MUTIARA SAFINA

ABSTRACT

This research discusses about Prabowo Subianto's political branding strategy in the social media Instagram @prabowo in the 2024 Election which was researched in the period July to December 2023. Prabowo's previous political branding failure was based on the harsh and authoritarian attitude that was formed and visible in him. So towards the 2024 elections, Prabowo Subianto created a branding strategy by transforming in a humanist direction and being more accessible to lower class people without losing the firm impression that had formed within him.

Prabowo Subianto's political rebranding was started by the National Campaign Team (TKN) and supported by the social media team by following the latest trends. The construction in social media shows Prabowo's side which looks cute and adorable. This research aims to answer how Prabowo Subianto's political branding strategy was formed in Instagram. Then, this research uses a netnography method which combines a descriptive qualitative approach with data processing on the Internet assisted by software. This research is based on political branding theory by Pich and Newman.

The results of this research found that 4 indicators in political branding theory, namely personal political brands, positive brand associations, celebrity endorsements, and social media branding greatly influence the success of Prabowo Subianto's political branding. Then, based on the underlying evidence from this research, it is shown that personal political brands dominate the success of political branding strategies for the 2024 Election.

***Keywords:* Transformation, Political Branding, 2024 Election**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Mutiara Safina

NIM : 1910413084

Program Studi : S1 Ilmu Politik

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Juni 2024



(Mutiara Safina)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Safina
NIM : 1910413084
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI POLITICAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PRABOWO PADA PEMILU 2024

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Mutiara Safina)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mutiara Safina
NIM : 1910413084
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : SI Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Political Branding Prabowo Subianto di Media Sosial Instagram @Prabowo Pada Pemilu 2024

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



Mutiara Safina

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Mutiara Safina

NIM : 1910413084

Program Studi : S1 Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Political Branding Prabowo Subianto di Media Sosial Instagram @Prabowo Pada Pemilu 2024

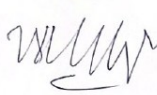
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Politik. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



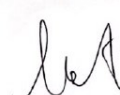
(Anwar Ilmar, S.Sos., M.IP.)

Penguji I



(Dr. Nurdin)

Penguji II



(M. Prakoso Aji, S.Sos., M.IP.)

Kepala Program Studi

Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos, MA

Ditetapkan di :

Jakarta

Tanggal ujian :

28 Juni 2024

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan mampu menuntaskan studi Ilmu Politik UPNVJ. Penulisan skripsi ini dilakukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapainya gelar Sarjana Ilmu Politik Program Studi Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan skripsi yang berjudul **STRATEGI POLITICAL BRANDING PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PRABOWO PADA PEMILU 2024.**

Dalam proses penyusunan skripsi ini tidak luput dari peran, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan ini, penulis dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada;

1. Allah SWT karena atas berkat dan karunia-Nya yang selalu menyertai penulis setiap saat
2. Untuk kedua orang tua penulis, yaitu Ibu, Bapak, Kakak, dan Adik penulis yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan studi dan penelitian ini
3. Bapak Anwar Ilmar, S.Sos., M.IP., selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai
4. Bapak Dr. Nurdin dan Bapak Prakoso Aji S.Sos., M.IP., selaku dosen penguji penulis yang telah menguji dan memberikan arahan untuk penulis terkait skripsi ini
5. Seluruh informan penulis yang bersedia dijadikan Narasumber dan membantu penulis untuk mengumpulkan data-data atas informasi yang dibutuhkan
6. Muhammad Rifki Valentdi yang selalu menemani, membantu, dan mendukung secara moral, serta telah memberikan motivasi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini
7. Rekan dan sahabat seperjuangan penulis semasa menempuh pendidikan di UPN Veteran Jakarta yang penulis kasihi, yaitu Vivih Ashfia Haq, Dewi Septiani, Bianca Ananda Safira, dan Win Mark Eden Situmorang
8. Rekan penulis di UPN Veteran Jakarta, yaitu Amelia Rinandya, Marwah Nabiilah, Irsyaad, Nisyanti Yahya, Farhan Akmal, M. Taufiq, Hafidz Ashabi, dan Abril Fikar
9. Rekan seperjuangan penulis yang telah mengisi pengalaman berharga penulis, yaitu Fidel Ardiyan, Rama Novryan, dan M. Ra'afi Nugroho
10. Sahabat penulis semasa SMA yang selalu mendukung serta memberikan motivasi tidak terbatas, yaitu Fitri Sri Rahayu, Afiyah Nisrina, Sesil Ramaliza Husna, dan Cheryl Shakira

11. Teman penulis, yaitu Mutiara Zahra Mutmainah dan Muhammad Daffa Shidqi yang telah mendoakan penulis untuk menyelesaikan studi ini ketika mereka Umrah
12. Seluruh Keluarga Mahasiswa Ilmu Politik 2019 yang telah memberikan kesan dan pesan mendalam untuk penulis
13. Seluruh keluarga PertaLife Insurance yang penulis banggakan, yaitu tempat penulis menimba pengalaman
14. Tidak lupa untuk diri penulis pribadi yang sangat membanggakan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir perjuangan studi S1 Ilmu Politik

Akhir kata, penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Besar harapan penulis skripsi ini dapat berguna dan berkontribusi bagi segala pihak.

Jakarta, 17 Juni 2024



Mutiara Safina

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.2 Konsep dan Teori Penelitian	18
3.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Sumber Data	29
3.5 Teknik Analisis Data	30
3.6 Tabel Rencana Waktu.....	31
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	33
4.1.1 Profil Prabowo Subianto.....	33
4.1.2 Transformasi <i>Image</i> Politik Prabowo Subianto	35
4.2 Strategi <i>Political Branding</i> Prabowo Subianto	38
4.2.1 Personal Political Brands.....	41
4.2.2 Positive Brand Associations.....	54
4.2.3 Celebrity Endorsement	70
4.2.4 Branding Media Sosial	78
4.3 Implikasi Teori <i>Political Branding</i> Terhadap Kemenangan Prabowo.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Praktis.....	88
5.2.2 Saran Teoritis.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN 1.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan Prabowo di Instagram @prabowo Tahun 2019	4
Gambar 1.2 Postingan Prabowo di Instagram @prabowo Tahun 2021-2023	5
Gambar 1.3 Trend Tarian Gemoy Prabowo di Instagram @prabowo Tahun 2023	7
Gambar 1.4 Prabowo Subianto Bersama Budiman Sudjatmiko	8
Gambar 4.1 Foto Prabowo Subianto	32
Gambar 4.2 Postingan Atribut Fisik Prabowo Subianto	41
Gambar 4.3 Segmentasi <i>Topic</i> Instagram @prabowo.....	43
Gambar 4.4 Postingan Instagram @prabowo	44
Gambar 4.5 Postingan Kunjungan Prabowo Subianto.....	45
Gambar 4.6 Postingan Blusukan Prabowo Subianto.....	46
Gambar 4.7 Segmentasi Postingan Prabowo Subianto	47
Gambar 4.8 Postingan Pemandangan Instagram @prabowo	48
Gambar 4.9 Segmentasi Topik Instagram @prabowo	49
Gambar 4.10 Postingan Ucapan Ulang Tahun.....	50
Gambar 4.11 Postingan Blusukan.....	51
Gambar 4.12 Gambar Postingan Pengambilan Keputusan	52
Gambar 4.13 Logo Pemilu 2014	55
Gambar 4.14 Logo Pemilu 2019	56
Gambar 4.15 Segmentasi Postingan <i>Positive Brand Associations</i>	57
Gambar 4.16 Simbol Prabowo Subianto Dengan <i>Caption</i>	58
Gambar 4.17 Segmentasi <i>Likes</i> Instagram @prabowo	60
Gambar 4.18 Foto Bersama Bobby si Kucing	60
Gambar 4.19 Segmentasi Tampilan Gemoy Prabowo Subianto	63
Gambar 4.20 Postingan Jogetan.....	63
Gambar 4.21 Postingan Gemoy	65
Gambar 4.22 Segmentasi Slogan dan Hashtag Unik	66
Gambar 4.23 Kompetisi Jogetan Gemoy	67
Gambar 4.24 Segmentasi Penghargaan Prabowo Subianto	69
Gambar 4.25 Penghargaan Prabowo Subianto.....	70

Gambar 4.26 Kemenangan <i>Rebranding</i> Prabowo Subianto	71
Gambar 4.27 Aspek Kunjungan Prabowo Subianto	73
Gambar 4.28 Kunjungan Artis	74
Gambar 4.29 Kunjungan Ulama	75
Gambar 4.30 Dukungan Prabowo Subianto.....	76
Gambar 4.31 Postingan Diskusi dengan Najwa Shihab.....	77
Gambar 4.32 Postingan Konser yang Dihadiri Prabowo Subianto	78
Gambar 4.33 Postingan Penyebab Kemenangan Prabowo Subianto	80
Gambar 4.34 Kenaikan <i>Followers</i> Instagram @Prabowo	83
Gambar 4.35 Aspek <i>Personal Political Brands</i> Pada Instagram @Prabowo.....	83

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 <i>Political Branding</i> Pich & Newman.....	18
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	22

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	30
----------------------------------	----