

---

**PENDEKATAN KEPEMIMPINAN DAN KEPERIBADIAN DALAM PERSONAL  
BRANDING PRABOWO SUBIANTO DI TIKTOK @PARTAIGERINDRA**

**Safira Puspa Krisnadiyanti**

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia  
puspafira92@gmail.com

**Zainal Abidin Achmad**

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia  
z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

---

**Article Info**

**Article history:**

Received: 6<sup>th</sup> April 2024

Accepted: 30<sup>th</sup> May 2024

Published: 1<sup>st</sup> July 2024

Page: 89-108

**Keyword:**

*Personal Branding,  
Prabowo Subianto,  
Kepemimpinan*

**Corresponding Author**

Zainal Abidin Achmad

**Abstract**

*This study aims to comprehend the personal branding of Prabowo Subianto as a prospective presidential candidate for the 2024 election through the TikTok account @partaigerindra. The research employs a descriptive qualitative methodology. The findings indicate that the personal branding strategy utilized by Prabowo Subianto on the official TikTok account @partaigerindra, based on the eight personal branding concepts by Montoya and Vandehey, predominantly aligns with the concepts of leadership and personality. In terms of leadership, the TikTok account @partaigerindra effectively showcases Prabowo Subianto's ability to manage his authority to address public concerns. Prabowo demonstrates pro-people leadership in his roles as Minister of Defense and presidential candidate. Regarding personality, the TikTok account @partaigerindra portrays Prabowo Subianto as a leader capable of engaging with both the public and journalists through its posts, supported by approachable and friendly captions.*

*Penelitian ini bertujuan untuk memahami personal branding Prabowo Subianto sebagai bakal calon presiden pada pemilihan umum presiden 2024 melalui akun TikTok @partaigerindra. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding yang ditampilkan oleh Prabowo Subianto pada akun resmi TikTok @partaigerindra, berdasarkan 8 konsep personal branding Montoya dan Vandehey, lebih menekankan pada konsep kepemimpinan dan kepribadian. Dalam hal kepemimpinan, akun TikTok @partaigerindra berhasil memperlihatkan kemampuan Prabowo Subianto dalam mengelola kekuasaan untuk merespons keresahan masyarakat. Prabowo menunjukkan kepemimpinan yang pro-rakyat sebagai menteri pertahanan dan calon presiden. Dalam hal kepribadian, akun TikTok @partaigerindra menampilkan Prabowo Subianto sebagai pemimpin yang mampu berbaur dengan masyarakat maupun wartawan melalui berbagai postingan dan didukung oleh caption yang ringan serta bersahabat.*

---

**Copyright** © 2024 The authors. JMEC is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0. International License

---

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi telah merambah kehidupan umat manusia. Salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi adalah media baru yang kemudian melahirkan media sosial.<sup>1</sup> Kehadiran media sosial juga mempengaruhi bidang politik.<sup>2</sup> Setiap pengguna media sosial tidak terkecuali politisi dapat memproduksi sebuah pesan kepada publik yang lebih terarah. Hal ini dikarenakan adanya stimulus teknologi modern untuk menjalin hubungan dengan masyarakat.<sup>3</sup>

Media sosial telah menunjukkan peran penting dalam kampanye politik modern, baik dalam menyebarkan informasi politik maupun dalam memobilisasi dukungan dan mendorong partisipasi politik yang aktif.<sup>4</sup> Pengaruh media sosial media kemudian dimanfaatkan oleh para aktor politik untuk mengembangkan personal branding dan kepercayaan publik. Pengaruh yang terjadi selanjutnya dimanfaatkan oleh para aktor politik untuk mengembangkan personal branding dan kepercayaan publik.

Salah satu contoh keberhasilan politik melalui media sosial adalah dalam pemilihan presiden AS tahun 2008. Pada pemilihan tersebut, media sosial telah menjadi bagian penting dari strategi kampanye politiknya dan digunakan dengan baik. Akibatnya, Obama menang dalam pemilihan dan menjabat pada tahun 2009. Banyak negara di seluruh dunia telah menyaksikan peningkatan penggunaan media sosial untuk komunikasi politik, termasuk kampanye pemilihan presiden dan legislatif, sejak kesuksesan Obama dengan media sosial. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Chavez,<sup>5</sup> yang menunjukkan bahwa penelitian di AS menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk kampanye.<sup>6</sup>

Pada perkembangan aktivitas komunikasi politik dalam kampanye pemilihan umum di media sosial. Pemilu merupakan wujud nyata penerapan demokrasi di Indonesia yang memberikan peran bagi warga negara untuk dapat ikut serta secara langsung memilih pejabat publik.<sup>7</sup> Oleh karena itu, pemilu harus diadakan dengan kualitas tinggi dan partisipasi rakyat

---

<sup>1</sup> Zainal Abidin Achmad, and Icha Nur Rahmawati, "Strategi Marketing Berderma Melalui Crowdfunding Di Akun Instagram @ikoy2an," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 1 (Juni 2024): 278.

<sup>2</sup> Zainal Abidin Achmad, Syifa Syarifah Alamiyah, Juwito Juwito, Agus Wahyudi, and Endah Siswati, "Review Berita Dan Regulasi Lokal Pada Indeks Demokrasi Indonesia Di Kota Blitar Tahun 2020," *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 19, no. 2 (Agustus 2022): 448.

<sup>3</sup> Faridhian Anshari, "Komunikasi Politik Di Era Media Sosial," *Jurnal Komunikasi* 8, no. 1 (Oktober 2013): 92.

<sup>4</sup> Julius Manahara Hutabarat, "Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini," *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi* 2 no.1 (Maret 2024): 205.

<sup>5</sup> Chavez, J, "The Misuse of Social Media Campaign in the 2012 US Presidential Campaign," In *Social Spehere, Inc.* [http://www.tcd.ie/policyinstitute/%0Aassets/pdf/PL\\_Chavez\\_Ma%0Arch12.pdf](http://www.tcd.ie/policyinstitute/%0Aassets/pdf/PL_Chavez_Ma%0Arch12.pdf)

<sup>6</sup> Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L., "Social Media and Political Communication: a Social Media Analytics Framework" *Social Network Analysis and Mining* (2012). <https://doi.org/doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>

<sup>7</sup> Anisatus Shauma dan Zainal Abidin Achmad, "Efektivitas Iklan Politik Di Televisi (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektifitas Iklan Politik Aburizal Bakrie Versi Motivasi Anak Indonesia Pada Pemilih Pemula Di Surabaya)." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (Oktober 2015): 1.

yang luas, serta dilaksanakan berdasarkan asas-asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Partisipasi rakyat dalam pemilu dapat dilakukan dengan cara menjadi bagian dari proses pemilihan dan menjadi alatnya.<sup>8,9,10</sup> Selama masa pemilu, para politisi bersama partai pengusungnya akan berlomba-lomba dalam melakukan promosi politik dengan tujuan menarik perhatian masyarakat dalam upaya memenangkan suara sebanyak mungkin. Partai politik memainkan peran penting dalam proses pemilihan presiden.<sup>11</sup>

Partai politik menjadi tim sukses yang kuat dan juga besar dalam berlangsungnya Pemilihan Presiden 2024. Salah satu penunjang dalam pemilu adalah karakteristik dari seorang tim yang berhasil. Mereka harus memiliki tujuan yang jelas, keterampilan, sikap, kepribadian, komunikasi yang tepat dengan masyarakat, jiwa pemimpin yang kuat, dan dukungan internal dan eksternal.

Tiktok merupakan platform media sosial berbasis video singkat yang bersifat terbuka bagi siapapun dimanapun. Dengan meluasnya popularitas Tiktok di Asia Tenggara, platform tersebut menjadi platform terbaru bagi kaum muda untuk mengekspresikan aspirasi politik mereka. Tidak hanya memberikan hiburan, namun juga sebagai media edukasi seperti digunakannya aplikasi Tiktok sebagai media kampanye Perkembangan ini tentu saja dapat dimanfaatkan sebagai media yang digunakan dalam melakukan komunikasi sampai ke promosi politik terhadap khalayak umum.

Penggunaan Tiktok sebagai media promosi politik telah banyak dilakukan oleh partai politik di Indonesia.<sup>12,13</sup> Salah satu partai politik yang aktif dalam memanfaatkan Tiktok sebagai media promosi adalah partai Gerindra. Melalui akun Tiktok @partaigerindra kegiatan-kegiatan partai sampai pesan-pesan politik yang disampaikan oleh ketua umum partai Gerindra di unggah secara aktif sebagai tindakan promosi politik partai Gerindra.

Penggunaan Tiktok sebagai media promosi politik secara aktif oleh partai Gerindra ini dinilai efektif. Dibandingkan dengan partai lain yang menggunakan Tiktok sebagai media promosi politik, keaktifan akun @partaigerindra mengalahkan partai-partai lain di wilayah yang sama. Keaktifan partai Gerindra dalam menggunakan Tiktok sebagai media promosi politik pun menghasilkan pengikut sebanyak 1,4 juta pengikut. Tiktok dipilih sebagai media

<sup>8</sup> Zainal Abidin Achmad, *Data Indeks Demokrasi Indonesia (IDI) Di Kota Blitar Tahun 2017*, (Surabaya: Indomedia Pustaka, 2018), 46.

<sup>9</sup> Andi Suwarko, "Kuota Keterwakilan Perempuan Dalam Rekrutmen Pengurus Dan Caleg Di DPW PAN Jawa Timur Pada Pemilu 2014," *Jurnal Review Politik* 04, no. 01 (Desember 2014): 243.

<sup>10</sup> Zainal Abidin Achmad, Endah Siswati, dan Agus Wahyudi, *Data Indeks Demokrasi Indonesia (IDI) Di Kota Blitar Tahun 2018*, (Surabaya: Indomedia Pustaka, 2019), 52.

<sup>11</sup> Zainal Abidin Achmad, "Pemikiran Politik Poros Tengah dan Peranan Media Massa Terhadapnya (Studi Analisis Wacana Terhadap Opini Yang Ditulis Aktivistis Partai Politik Di Harian Umum Kompas dan Republika Menjelang dan Saat Sidang Umum MPR 1999)," *Thesis*, (Universitas Airlangga Surabaya, 2001): 11-12.

<sup>12</sup> Meilya Syifa Aghniya Rahman, dkk., "Kredibilitas Informasi Di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Jejaring Administrasi Publik* 14, no. 2 (Agustus 2023): 151

<sup>13</sup> Afif Wilanda Anaqhi, dkk., "Viralitas Trash-Talking Di Tiktok Sebagai Gaya Baru Personal Digital Branding." *Nomosleca* 9, no. 1 (Mei 2023): 67.

promosi politik tentu saja membantu partai politik dan politisi mengubah warga untuk menjadi lebih aktif dan lebih memahami agenda partai dan agenda kandidat.

Kompas.id menyebutkan bahwa elektabilitas Gerindra sebagai partai pengusung menempati posisi kedua. Hasil ini berdasarkan Lembaga Survei Median yang dilakukan pada 23 Desember 2023 – 1 Januari 2024, dengan sistem pengambilan sampel secara random menggunakan teknik *multistage random sampling* dan proporsional atas populasi provinsi dan gender. Median memberikan catatan bahwa survei yang dilakukan setelah berlangsungnya debat Pilpres pertama dan kedua. Populasi sampel pada survei ini merupakan seluruh WNI yang memiliki hak pilih. Target sampel sebesar 1.500 responden dengan *margin of error* sebesar +/- 2.53% pada tingkat kepercayaan sebesar 95%. Dengan hasil survei Gerindra 20,1%. Hal ini menandakan bahwa Gerindra merupakan Partai pengusung yang memiliki elektabilitas yang cukup bagus dalam mengambil daya tarik masyarakat.

Konten yang ditampilkan disertai dengan keterangan video (*caption*) dengan gaya bahasa yang bervariasi dari formal, semi formal hingga nonformal dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh semua kalangan. Tidak jarang juga Prabowo Subianto di tampilkan berdasar “sisi lain” dari dirinya pada unggahan Tiktok resmi Partai Gerindra dari konten unggahan berupa video disertai *caption* yang interaktif dengan masyarakat. Konten yang diunggah ke media sosial Tiktok tentunya memiliki berbagai motif serta tujuan tersendiri, salah satunya adalah sebagai media citra diri di ranah publik, hal tersebut tentunya memiliki tujuan yaitu untuk menaikkan *engagement* dan membentuk citra yang positif di ranah publik. Hal inilah yang membuat konten Tiktok resmi @partaigerindra sebagai pejabat dinilai tidak kaku, tidak monoton, bahkan cenderung menggunakan bahasa keseharian yang mudah dipahami masyarakat dapat menyatu dengan masyarakat.

Setelah tiga kali gagal dalam pilpres, Ketua Umum Partai Gerindra Prabowo Subianto yang juga masih menjabat sebagai Menteri Pertahanan ini kembali maju sebagai calon presiden pada Pilpres 2024. Salah satu hal yang menarik dalam pilpres ini adalah perubahan citra yang ditampilkan Prabowo. Sebelumnya, Prabowo dikenal dengan citra tegas dan berwibawa karena latar belakang militer.

Namun, kini Prabowo dikenal dengan istilah "gemoy" yang berasal dari kata gemas. Hal ini disebabkan oleh video Prabowo berjoget yang viral di media sosial dan tamPak menggemaskan. *Branding* "gemoy" yang awalnya ramai di media sosial kemudian dibahas oleh media massa dan dikenal luas oleh masyarakat. Contohnya, portal berita Suara.com menyebut Prabowo berhasil melakukan *re-branding* dari sosok keras menjadi sosok yang lebih santai dan lucu karena suka berjoget dan lembut pada binatang peliharaan.<sup>14</sup> Sementara

<sup>14</sup> Suara.com, “Prabowo Subianto Berhasil Re-Branding Gegara Julukan Gemoy dan Joget-Joget,” dalam <https://www.suara.com/lifestyle/2023/11/20/193823/prabowo-subianto-berhasil-re-branding-gegara-julukan-gemoy-dan-joget-joget> di akses 20 April 2024.

portal berita Kompas.id menyebut *branding* "gemoy" sebagai salah satu strategi untuk menarik perhatian publik, terutama generasi muda, di tengah sentimen negatif terhadap pasangan Prabowo dan Gibran. Perubahan besar dalam *branding* Prabowo ini menarik untuk dieksplorasi lebih jauh. Mengubah citra seorang elit politik yang dikenal luas secara nasional memerlukan strategi komunikasi dan upaya yang tidak mudah.<sup>15</sup>

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Indikator Indonesia dari 10–16 Januari 2024, kampanye Prabowo Gemoy adalah yang paling populer dibandingkan dengan kampanye capres lainnya, dengan 63,3% responden mengetahuinya. Sementara kampanye capres lain, "Ganjar Nginap di Rumah Warga", hanya diketahui oleh 20,8% responden, dan kampanye Manajemen Impresi Prabowo, "Desak Anies", hanya diketahui oleh 17,4% responden.

Kompas.com menulis berdasarkan survei Poltracking Indonesia menggunakan metode *stratified multistage* random sampling dengan 1.220 responden, dengan margin kesalahan sekitar 2,9% dan tingkat kepercayaan 95%. Survei ini menjangkau secara proporsional 34 provinsi di seluruh Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa Prabowo Subianto dengan 19,7%. Survei ini bertujuan untuk mengukur kekuatan dan tren elektoral calon presiden (capres), calon wakil presiden (cawapres), dan partai politik mendekati masa pemilihan. Ini juga bertujuan untuk mengukur dampak sosialisasi selama tahapan debat dan kampanye pemilihan presiden (Pilpres) terhadap kandidat yang bersaing. Selain itu, survei ini juga meneliti kemungkinan berlangsungnya satu atau dua putaran pemilihan presiden.<sup>16</sup>

## Personal Branding

Branding adalah proses menciptakan kepribadian suatu merek atau produk melalui wawasan, perasaan, dan sentuhan tertentu terhadap merek atau produk.<sup>17</sup> Dimulai sebelum promosi dan kesepakatan, dan kehadiran merek menunjukkan nilai tinggi untuk bertahan selama pemasaran.<sup>18</sup> Personal branding seseorang adalah representasi dari keyakinan dan tindakan mereka, dan diwujudkan dalam tindakan dan cara mereka melakukannya. Melakukan personal branding secara teratur membantu seseorang menjadi lebih kuat dan dikenal oleh orang lain.<sup>19</sup> Personal branding sebagai kemampuan menggunakan atribut-

<sup>15</sup> Kompas.com, "Strategi "Gemoy" Prabowo di Tengah Gempuran Sentimen Negatif," dalam <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/11/29/strategi-gemoy-prabowo-di-tengah-gempuran-sentimen-negatif> diakses pada 20 April 2024

<sup>16</sup> Kompas.com, "Jejak Prabowo di Tiga Pemilu Presiden: 2009, 2014, dan 2019," dalam <https://nasional.kompas.com/read/2022/08/15/06150071/jejak-prabowo-di-tiga-pemilu-presiden--2009-2014-dan-2019?page=all> diakses pada 20 April 2024.

<sup>17</sup> Zainal Abidin Achmad dan Elsa Rakhma Melani, "Perancangan Konten Media Sosial Untuk Branding Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri," *Abdi-Mesin: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin* 2, no. 2 (Nopember 2022): 16.

<sup>18</sup> Ratna Dewi, dkk., "Strategi Personal Branding Melalui Sosial Media Tiktok Melinda Rohita," *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen* 5, no. 2 (Oktober 2023): 118.

<sup>19</sup> J. Juwito, dkk., "Public Speaking and Personal Branding Skills for Student Organization Managers at Dharma Wanita High School Surabaya," *Journal of Community Service and Empowerment* 3, no. 1 (April 2022): 9.

atribut secara bebas yang menunjukkan kemampuan anda dalam mengatur harapan-harapan yang ingin orang lain terima.

Dengan demikian, personal branding adalah suatu proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana stimulus–stimulus ini menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran.<sup>20</sup>

### **Karakteristik Personal Branding**

Personal branding adalah alat penting untuk mengetahui cerminan diri seseorang dengan memperlihatkan karakter dan keunikan yang dimiliki seseorang untuk mendapatkan banyak keuntungan dari segi material dan non material. Montoya mendefinisikan konsep-konsep utama yang digunakan seseorang sebagai acuan untuk membangun personal brandingnya, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenamPakan, kesatuan, keteguhan, dan niat baik yang ditunjukkan seseorang saat membranding dirinya. Personal branding yang relevan dan konsisten membantu seseorang diingat oleh orang lain.<sup>21</sup>

Terdapat delapan konsep yang menjadi pondasi dari setiap citra diri yang sukses: (1) Spesialisasi: Memfokuskan keyakinan diri pada suatu bidang yang dapat dicapai. Pengalaman dalam bidang tertentu dan spesialisasi yang berfokus pada kemampuan atau keahlian tertentu, yang menghasilkan citra diri yang profesional. Kemampuan, perilaku, gaya hidup, misi, produk, profesi, dan layanan adalah beberapa cara spesialisasi dapat dilakukan. (2) Kepemimpinan, Memfokuskan kepemimpinan pada citra diri. Sosok yang dibutuhkan masyarakat sebagai pemimpin yang dapat memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan mampu memberi arahan yang jelas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. (3) Kepribadian, Fokus pada kepribadian. Sebuah citra harus dibangun berdasarkan kepribadiannya, baik dengan kelebihan maupun kekurangan. Ide ini menegaskan bahwa seseorang harus diterima sebagai seseorang yang memiliki kekurangan.

Konsep berikutnya (4) Perbedaan, yaitu memfokuskan diri pada sesuatu yang berbeda. Personal branding harus yang efektif di tampilkan dengancara yang berbeda dengan lainnya. (5) Terlihat, Menempatkan perspektif diri pada kontinuitas. *Personal branding* harus dibangun berulang kali agar dapat diingat dan menjadi ciri khas orang tersebut. Diharapkan dapat memanfaatkan setiap kesempatan untuk meningkatkan citra dirinya. (6) Kesatuan, Memfokuskan pada citra diri, perilaku baik di depan publik ataupun di belakang publik harus sesuai dengan citra yang diciptakan. (7) Keteguhan, yaitu: Setelah menetapkan personal branding, biarkan citra diri berkembang, mempertahakannya dan mengabaikannya. Tetap

<sup>20</sup> Dinar Asvi Nurjannah, dkk., “Strategi Personal Branding Bupati Kabupaten Pacitan @inb\_indratanurbayujaji di Instagram,” *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 9, no. 7 (2022): 2645.

<sup>21</sup> I Made Chandra Mandira dan Kadek Diah Yulia Carey, “Personal Branding di Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Fenomenologi President Oriflame),” *MBIA* 22, no. 1 (Mei 2023): 65-74.

berpegang teguh pada branding yang sudah ditetapkan dari awal. (8) Nama Baik, semakin berkembangnya personal branding, semakin seseorang akan dianggap memiliki niat dan nilai yang baik maka hal tersebut akan dihargai. Maka akan bertahan lama juga pengaruh dari nama atau citra tersebut.

Sebuah personal branding yang kuat paling tidak terdapat tiga elemen yang dibangun secara bersamaan dan saling berintegritas, adalah: (1) Kompetensi artinya Personal Branding akan terlihat nyata jika seseorang dapat memenuhi kebutuhannya dan keinginan semua orang yang/saling berhubungan hanya dengan seseorang tersebut. (2) Gaya, artinya cara seseorang menjalin hubungan dengan orang lain, dimana menjadikan diri seseorang unik dalam benak orang lain. (3) Standar artinya seseorang harus menetapkan sebuah standar dan harus mampu untuk merealisasikannya.

Analogi aturan tata bahasa, kompetensi dianggap sebagai kata bendanya, gaya dianggap sebagai kata sifatnya, dan standar dianggap sebagai kata keterangannya. Oleh karena itu, seseorang dapat memulai membangun dan mengembangkan pilihan spesialisasi yang dikuasai dengan menggabungkan ketiga dimensi utama tersebut, yaitu kompetensi, gaya, dan standar. Pilihan ini akan bertahan seumur hidup dan akan membuat mereknya semakin kuat di masyarakat seiring bertambahnya usia.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana pendekatan ini memfokuskan diri pada sisi tertentu dari suatu fenomena. Tujuan dari pendekatan kualitatif adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang fenomena yang dialami subjek penelitian.<sup>22</sup> Penelitian kualitatif juga disebut sebagai penelitian interpretatif (menggunakan penafsiran), yang menggunakan berbagai metode penelitian untuk menganalisis temuan.<sup>23,24</sup> Penelitian ini nantinya akan menjelaskan tentang *impression management* yang dibangun oleh Partai Gerindra untuk Prabowo Subianto menjelang Pilpres 2024 di akun tiktok resmi Partai Gerindra yaitu @partaigerindra.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi konten (*content analysis*). Analisis isinya menggunakan unsur tematik dengan cara mendokumentasikan unggahan video pada akun tiktok @partaigerindra. Metode analisis isi sendiri merupakan sebuah metode ilmiah yang digunakan untuk memaknai sebuah teks ataupun konten. Peneliti akan memulai dengan menggunakan lambang-lambang tertentu, yang kemudian data akan diklasifikasikan berdasarkan kriteria tertentu dan akan melakukan prediksi

<sup>22</sup> Jessica Aura Azaroh, dkk., "Strategi Pembelajaran Anak Usia Dini Harapan Bunda Desa Alassumur Selama Pandemi COVID-19," *VoxPop* 4, no. 1 (Maret 2022): 70.

<sup>23</sup> Febfi Norsely, Heidy Arviani, dan Zainal Abidin Achmad, "Pengalaman Interaksi Pengguna Remaja Curhat dengan ChatGPT," *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial* 7, no. 2 (Desember . 2023): 120.

<sup>24</sup> Dheny Yori Putra dan Zainal Abidin Achmad, "Interaksi Sosial Virtual Dalam Permainan Among Us Indonesia," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 2 (Oktober 2022): 163.



menggunakan teknik analisis tertentu. Unit analisis dapat didefinisikan sebagai apa yang diamati, dicatat, dianggap sebagai data, dipisahkan menurut batas-batasnya, dan diidentifikasi untuk analisis berikutnya.<sup>25</sup> Adapun unit analisis dalam penelitian ini adalah unggahan atau postingan oleh Partai Gerindra di akun Tiktok resminya yaitu @partaigerindra. Unit yang akan diteliti berupa konten video beserta keterangan (*caption*) yang tertulis dalam kurun waktu yang telah ditentukan oleh peneliti.

## Hasil dan Pembahasan


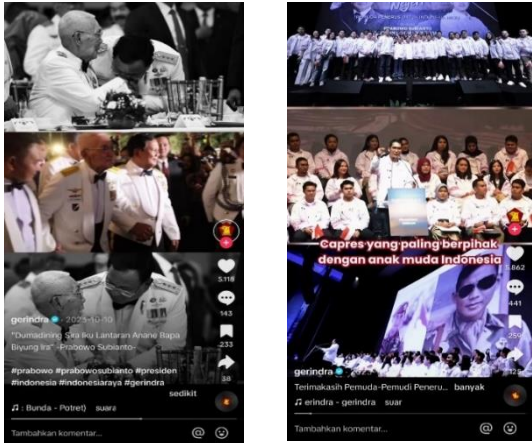
### 1. Konsep Spesialisasi

Konsep spesialisasi berfokus pada pengalaman atau keahlian dibidang tertentu. Hal ini bisa dilihat dari gaya hidup, tingkah laku, profesi, dan lain-lain. Dalam konsep spesialisasi, konten-konten berikut menunjukkan keahlian Prabowo dalam bidang pertahanan negara yang pernah menjabat sebagai Jendral TNI dan profesinya saat ini sebagai Menteri Pertahanan.

Tabel 1. Unggahan Konsep Spesialisasi

Unggahan/Caption	Analisis
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>27 September 2023</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>2 Oktober 2023</p> </div> </div>	<p>Video 27 September 2023 dan 2 oktober 2023 menampilkan foto Prabowo memakai Pakaian resmi dengan lencana Menteri menunjukkan profesinya saat ini sebagai Menteri pertahanan. Selain itu isi ungkapan dengan suara lantang yang disampaikan Prabowo “Orang berani itu gembira” menunjukkan karakternya sebagai seorang mantan Jendral yang tegas.</p>


<sup>25</sup> Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*, (Jakarta: Kencana, 2013), 59.


 <p>28 September 2023</p>	<p>Pada video 28 september 2023 menampilkan kegiatan Prabowo mengisi kuliah umum di Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam postingan tersebut menampilkan sebuah kertas berisi ucapan untuk Prabowo bertuliskan “UMM (love) Menhan”. Ini menunjukkan profesi Prabowo saat ini yang cukup dikenal sebagai Menteri Pertahanan.</p>
 <p>10 Oktober 2023      29 Oktober 2023</p>	<p>Video 10 Oktober 2023 dan 29 oktober 2023 menampilkan foto Prabowo memakai Pakaian dinas TNI saat ini dan pada masa mudanya yang menunjukan bidang pertahanan negara yang sejak dulu digeluti oleh Prabowo.</p>

2. Konsep Kepemimpinan

Konsep kepemimpinan memfokuskan pada citra diri yang dapat membuat keputusan dan memberi arahan yang jelas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam konsep kepemimpinan, konten-konten berikut menunjukkan jiwa dan sikap Prabowo sebagai seorang pemimpin dalam mengatur dan memberikan arahan kepada bawahannya.

Tabel 2. Unggahan Konsep Kepemimpinan


Video/Caption	Analisis
 <p>Putra Linanta mengisi akhir pekan bersama warga</p>	<p>Video 26 September 2023 ini menampilkan kegiatan bagi-bagi sembako yang dilakukan oleh Wasekjen DPP Gerindra sebagaimana yang tertulis pada caption dengan disertai audio dari suara Prabowo Prabowo yang berpesan “kalau anda tidak bisa membantu banyak orang, bantulah beberapa orang. Kalau anda tidak bisa membantu beberapa orang, bantulah satu orang”. Hal inilah yang menunjukkan bahwa Prabowo sebagai pemimpin yang diperhitungkan pesan dan arahnya.</p>


 <p>Arahan Pak Presiden Jokowi; 'Pemimpin yang memiliki visi taktis yang jelas'</p>	<p>Video 16 Oktober 2023 menampilkan Pak Jokowi yang mengatakan 'Pemimpin yang memiliki visi taktis yang jelas' sebagaimana tertuang dalam caption video dan menampilkan aktivitas Prabowo memberikan arahan dan menunjukkan langkah-langkah dalam programnya. Hal ini menunjukkan sikap kepemimpinan Prabowo divalidasi oleh Pak Jokowi serta video bukti bagaimana Prabowo memimpin bawahannya.</p>
--	---

### 3. Konsep Kepribadian

Konsep kepribadian merupakan citra diri yang dibangun dari kepribadian baik kelebihan maupun kekurangan. Dalam konsep kepribadian Prabowo konten-konten berikut menunjukkan kepribadian Prabowo yang suka menghormati dan senantiasa menjaga hubungan baik dengan orang-orang disekitarnya.

Tabel 3. Unggahan Konsep Kepribadian

Video/Caption	Analisis
 <p>11 Oktober 2023</p>	<p>Video 11 Oktober 2023 menampilkan video Prabowo sedang bersalaman dengan presiden ke-6 Indonesia Pak Susilo Bambang Yudhoyono dan Presiden ke-7 Pak Joko Widodo. Terlihat kepribadian Prabowo senantiasa menjalin hubungan baik dengan orang-orang sekitarnya.</p>


 <p>Caption : Kata Prabowo “Senyumin aja”</p>	<p>Pada video tanggal 20 Oktober 2024 menampilkan perbincangan Najwa Shihab dan Ganjar Mahfud beserta Ganjar Pranowo yang tengah membahas tentang penamaan bagi pasangan calon. Pada video tersebut Pak Mahfud mengucapkan pemisalan gabungan dari penamaan pasangan Prabowo Erick Tohir menjadi "preet". Istilah tersebut umumnya dipahami kurang enak didengar. Terlihat dalam caption video tersebut tertulis “Kata Prabowo ‘senyumin aja’” sebagai respon dari ungkapan Pak Mahfud tersebut. Kemudian video tersebut menampilkan cuplikan Prabowo yang mengakui Pak Mahfud sebagai Menko-nya, atasannya dsb. Postingan video ini menunjukkan sikap Prabowo yang sangat menghormati dan tetap menjaga hubungan sekalipun pada seseorang yang berbicara hal kurang baik tentangnya.</p>
--	---

#### 4. Konsep Perbedaan

Konsep perbedaan memfokuskan diri pada sesuatu yang berbeda. Pada konsep perbedaan, Prabowo menampilkan tingkahnya yang berbeda dari seorang pejabat pada umumnya. Prabowo tampil berjoget lucu hingga dikenal dengan sebutan ‘gemoy’.

Tabel 4. Unggahan Konsep Perbedaan


Video/Caption	Analisis
	<p>Video 21 September 2023 menampilkan Prabowo yang berjoget dengan gerakan yang menjadi ciri khas dirinya diberbagai momen. Hal ini cukup menjadi bukti perbedaan Prabowo dengan pejabat lainnya dalam menarik perhatian masyarakat.</p>

 <p>Caption: Prabowo nanya nih, apa itu 'GEMOY'??</p>	<p>Video 26 Oktober 2023 menampilkan kalimat 'Gemoy Muda Bersatu' yang tengah trending di media sosial serta komentar netizen yang menyebut Prabowo 'gemoy' hingga pertanyaan Prabowo tentang arti 'gemoy' saat awal kata itu terdengar olehnya. Inilah yang menjadi konsep perbedaan dari Prabowo yang tidak dimiliki seorang pejabat yang lain. Prabowo yang notabene seorang mantan Jendral berkarakter tegas namun menampakkan sisi lain yang khas dan berbeda.</p>
--	---

### 5. Konsep Terlihat

Konsep terlihat menempatkan perspektif diri pada konitnuitas yakni memanfaatkan segala kesempatan untuk meningkatkan citra dirinya. Dalam konsep ini Prabowo aktif memanfaatkan melakukan pertemuan dengan para pemuda sebagai target penerus pembangunan bangsa. Hal ini adalah salah satu langkah untuk terlihat dan mempromosikan dirinya.

Tabel 4. Unggahan Konsep Terlihat


Video/Caption	Analisis
 <p>Caption : KASIH 🌸 KE PACAR, KASIH 🌸 KE PRABOWO Kakak-kakak UMM mimin padamu</p>	<p>Pada video 28 September 2023 menampilkan kegiatan Prabowo mengisi kuliah umum di Universitas Muhammadiyah Malang. Prabowo memanfaatkan kesempatan untuk bertemu dengan para mahasiswa serta memberikan dukungan dan apresiasi. Momen ini menjadi salah satu langkah yang dilakukan Prabowo untuk mempromosikan diri dengan terus terlihat di masyarakat.</p> <p><i>Prabowo Subianto disambut antusias saat hadir untuk mengisi kuliah umum di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Malang, Jawa Timur. Pada kesempatan tersebut Prabowo menekankan bahwa pentingnya Pendidikan bagi kehidupan masyarakat. Beliau juga sangat mengapresiasi dan mendukung program Center of Excellence (CoE) dan Profesor Penggerak Pembangunan Masyarakat (P3M) yang dihadirkan oleh UMM.</i></p>

	<p>Video 29 Oktober 2023 menampilkan momen Prabowo bersama Relawan Penerus Negeri bertepatan dengan Hari Sumpah Pemuda. Prabowo memanfaatkan kesempatan di momen Hari Sumpah Pemuda untuk berbaur dengan para pemuda dan menampakkan citra dirinya. Nampak dari caption video menjelaskan tentang Relawan Penerus Negeri yang mendeklarasikan dukungannya terhadap Prabowo dalam Pilpres 2024.</p> <p>Caption: Terimakasih Pemuda-Pemudi Penerus Negeri! Jadikan Prabowo-Gibran sebagai jembatan menuju Indonesia emas! Bertepatan dengan Hari Sumpah Pemuda Relawan Penerus Negeri mendeklarasikan dukungannya untuk Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Sabtu 28 Oktober 2023.</p>
---	---

## 6. Konsep Kesatuan

Konsep kesatuan atau kesesuaian antara personal *branding* yang dibentuk di akun Tiktok @partaigerindra dan karakter sesungguhnya dari Prabowo. Dari video yang tunjukkan pada video tiktok akun tersebut nampak bahwa karakter Prabowo disamping sebagai pejabat yang sangat menghormati dan menjaga hubungan baik dilingkungan pemerintahan tapi Prabowo juga sangat menghormati keluarganya.

Tabel 4. 5 Unggahan Konsep Kesatuan

Video/Caption	Analisis
 <p>“Dumadining Sira Iku Lantaran Anane Bapa Biyung Sira”</p>	<p>Video 10 Oktober 2023 menampilkan video Prabowo sedang sungkem kepada keluarga tertuanya. Hal ini menunjukkan karakter asli Prabowo yang begitu menghormati dan menjaga hubungan baik dengan keluarganya. Caption dari video ini ialah pepatah jawa yang bermakna “Terjadinya dirimu karena diciptakannya Ibu BaPakmu”. Caption ini secara tidak langsung menjadi mengisyaratkan karakter aslinya. Sikap Prabowo berkesesuaian antara dihadapan public saat Prabowo menjadi pejabat negara bertemu dengan rekan-rekan sesamanya dan saat berhadapan dengan keluarganya.</p>

### 7. Konsep Keteguhan

Dalam konsep keteguhan Prabowo berhasil menunjukkan konsistensinya membangun *branding* berlabel ‘gemoj’ dengan setiap aksi lucunya dihadapan publik diluar acara resmi. Prabowo berhasil dikenal dengan jiwa yang tegas namun tidak kaku.

Tabel 6. Unggahan Konsep Keteguhan

Video/Caption	Analisis
<div style="text-align: center;">  <p>23 Oktober 2023 Caption: Kabur ahh engga mau doorstop. Momen Prabowo lari menghindari wartawan... Bercyandaa</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>26 Oktober 2023</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>27 Oktober 2023</p> </div> </div>	<p>Video tanggal 23 Oktober 2023 menampilkan tingkah Prabowo dihadapan para wartawan dengan bersikap memberi hormat namun setelah itu berlari lucu menghindari para wartawan sehingga membuat semua orang yang ada disana tersenyum. Prabowo konsisten bertingkah yang demikian diluar situasi resmi. Sebagaimana dalam video tersebut ditampilkan berbagai momen Prabowo berjoget ‘gemoj’ bersama rakyatnya.</p> <p>Dalam caption video tersebut yang berbunyi ‘kabur ahh engga mau doorstop. Momen Prabowo lari menghindari wartawan... Bercyandaa’ dengan emotikon tertawa menjadi penjelas tingkah lucu Prabowo.</p> <p>Video 26 dan 27 Oktober 2023 tingkah lucu Prabowo berjoget khas gemoj. Tingkah yang konsisten dilakukan oleh Prabowo saat dihadapan publik sehingga ia dikenal dengan orang yang tidak kaku.</p>

### 8. Konsep Nama Baik

Dalam konsep nama baik semakin berkembangnya personal branding, semakin seseorang akan dianggap memiliki niat dan nilai yang baik. Dalam perkembangannya personal branding yang ditampilkan Prabowo sebagai seorang yang tegas dibidangnya

namun mampu berbaur dengan tingkah lucunya hal itu sekaligus dijadikan tujuan baginya untuk mempersatukan bangsa. Hal ini menjadi bagian dari konsep nama baik atau maksud baik dibalik personal *branding*-nya.

Tabel 8. Unggahan Konsep Nama Baik

Video/Caption	Analisis
 <p>Caption: DIFITNAH : MEMBALAS DIFITNAH : SANTAI Jogetin aja shaaayy</p>	<p>Pada unggahan video tiktok Gerindra pada tanggal 21 September 2024 menampilkan Prabowo yang bertingkah lucu berjoget ketika dihadapkan dengan pertanyaan soal fitnah terhadapnya. Dari tingkahnya Prabowo ingin mengajak rakyatnya untuk tetap bergembira dan Bersatu meski ada fitnah-fitnah. Hal ini NamPak dari pesan baik yang tertuang dalam caption “Prabowo selalu berpesan jika ada pihak yang memfitnah dan menghina jangan dibalas, tetap tebar kebaikan dan kebenaran. Prabowo juga menyebut kekuatan senyuman atau the power of smile merupakan cara Gerindra melawan hal-hal negatif”. Ini menunjukkan bagian dari konsep nama baik atau maksud baik dari personal <i>branding</i> yang dilakukan Prabowo. Prabowo selalu berpesan jika ada pihak yang memfitnah dan menghina jangan dibalas, tetap tebar kebaikan dan kebenaran. Prabowo juga menyebut kekuatan senyuman atau the power of smile merupakan cara Gerindra melawan hal-hal negatif”</p>

Berdasarkan delapan konsep citra diri yang sukses, maka pembahasan perkonsepnya adalah sebagai berikut: (1) Berdasarkan postingan-postingan yang dipilih penulis yang termasuk dalam kategori konsep spesialisasi, Prabowo Subianto menunjukkan dirinya sebagai seorang alumni TNI yang hingga saat ini tetap menekuni bidang pertahanan negara dengan profesinya sebagai menteri pertahanan. Foto TNI Prabowo ketika masih muda dan gagah serta bagaimana jiwa tegasnya dalam penyampaian pidato saat menjadi menteri pertahanan menunjukkan spesialisasi dirinya. (2) Konsep kepemimpinan Prabowo penulis pilih dari postingan video yang menunjukkan bagaimana Prabowo mampu memberikan pesan dan arahan yang bisa diikuti oleh bawahannya.

Salah satu postingan yang menunjukkan sekjen Gerindra sedang bagi-bagi sembako merupakan bentuk perwujudan dari pesan yang disampaikan oleh Prabowo sebagai pimpinan Partai Gerindra. Pesan yang disampaikan tertuang dalam audio suara Prabowo di video tersebut. Prabowo berpesan “Kalau anda tidak bisa membantu banyak orang, bantulah beberapa orang. Kalau anda tidak bisa membantu beberapa orang, bantulah satu orang”.

Prabowo sebagai seorang pemimpin yang memiliki taktik yang jelas disetiap tugasnya hingga divalidasi oleh Pak Presiden Jokowi sebagaimana dalam video yang telah penulis pilih. Dalam video tersebut menunjukkan setiap Langkah-langkah yang dilakukan Prabowo dengan benar-benar teliti dan fokus penuh menjelaskan taktiknya kepada bawahannya. Inilah yang bagian dari *The Law of Leadership* yakni sosok yang mampu memberikan arahan yang jelas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. (3) Konsep Kepribadian didasarkan pada sosok Prabowo yang suka menjaga hubungan dan senantiasa menghormati orang lain termasuk yang kurang baik terhadapnya.

Berkaitan dengan konsep ini postingan yang dipilih oleh penulis ialah yang menunjukkan interaksi Prabowo dengan Presiden ke-6 RI Pak Susilo Bambang Yudhoyono dan Presiden ke-7 Pak Joko Widodo yang bersalaman dan menunjukkan ekspresi yang hangat dan akrab. Ini membuktikan hubungan baiknya dengan orang-orang terdekatnya. Lalu penulis juga memilih postingan yang menunjukkan interaksi Prabowo dengan Pak Mahfud MD. Dalam video tersebut ditampilkan ungkapan ‘kurang baik’ dari Pak Mahfud terhadap Prabowo namun ditampilkan pula sikap Prabowo yang tetap menjalin hubungan baik dan menghormati Pak Mahfud sebagai sesama menteri. Kedua postingan ini menunjukkan konsep *The Law of Personality* dari Prabowo Subianto.

Pada konsep perbedaan, (4) Prabowo memiliki perbedaan yang cukup menonjol dari sisi tingkah lakunya sebagai menteri pertahanan atau pejabat negara. Tingkahnya berjoget lucu yang khas hingga sebutan gemoy tidak dimiliki oleh pejabat manapun. Dalam beberapa postingan yang penulis pilih menunjukkan berbagai momen Prabowo berjoget dengan Gerakan yang sama bersama rakyat. Selain itu sebutan ‘gemoy’ dan beragam komentar dari masyarakat karena tingkahnya hingga trending menunjukkan konsep perbedaan dari seorang Prabowo Subianto. Sementara pada konsep terlihat, (5) Prabowo adalah kandidat presiden yang dapat melakukan personal branding secara kontinyu dengan memanfaatkan setiap kesempatan untuk meningkatkan citra dirinya.

Beberapa postingan yang menunjukkan momen Prabowo tampil dan memanfaatkan kesempatan berbaur dengan para pemuda sehingga citra dirinya cukup dikenal diantaranya video momen Prabowo hadir dan mengisi kuliah umum di kampus Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam video tersebut nampak antusiasme mahasiswa dengan kehadiran Prabowo. Kemudian pada postingan lainnya menampilkan video Prabowo memanfaatkan kesempatan di Hari Sumpah Pemuda berbaur dengan Relawan Penerus Negeri. Disana Prabowo diterima dengan baik bahkan mendapat dukungan sebagai calon presiden 2024. Dalam kesempatan tersebut Prabowo turut menyampaikan pesan-pesan bagi para pemuda. Penyampaian pesan didepan para pemuda ini merupakan salah satu cara Prabowo tampil dan terlihat dimasyarakat.

Pada konsep kesatuan, (6) terdapat kesesuaian antara personal *branding* yang dibentuk di akun Tiktok @partaigerindra dan karakter sesungguhnya dari Prabowo. Sebagaimana

ditunjukkan oleh satu postingan video yang menunjukkan momen Prabowo sungkem kepada keluarga tertuanya. Video tersebut menunjukkan bagaimana sikap hormat Prabowo terhadap keluarganya. Ini sesuai dengan bagaimana sikap hormat Prabowo ketika berada dipublik terhadap orang-orang yang ditemuinya. Caption dari video tersebut ‘Dumadining Sira Iku Lantaran Anane Bapa Biyung Sira’ yang bermakna ‘terjadinya dirimu karena terciptanya baPak ibumu’ seakan menjelaskan isi video bagaimana penghormatan Prabowo terhadap orang tua yang karena hadirnya maka Prabowo pun ada dan sukses. Berdasarkan postingan video tersebut membuktikan bahwa Prabowo membangun citra dirinya sebagai seorang yang suka menjaga hubungan dan menghormati orang lain nyata adanya tidak sekedar di ruang publik namun dilingkungan pribadinya.

Sedangkan pada konsep keteguhan, (7) Prabowo berhasil menunjukkan konsistensinya membangun branding berlabel “gemoy” dengan setiap aksi lucunya dihadapan publik diluar acara resmi. Ia berhasil dikenal dengan jiwa yang tegas namun tidak kaku dengan tingkahnya tersebut. Dalam video yang menampilkan tingkah Prabowo yang memberi hormat lalu berlarian menghindari wartawan adalah bukti tingkahnya yang tidak kaku namun justru hangat dan penuh canda yang tengah ia bangun. Isi caption pun cukup menggambarkan tentang tingkah Prabowo dalam video tersebut. Dalam video tersebut juga ditampilkan berbagai momen yang Prabowo yang berjoget khas bersama rakyat.

Pada konsep nama baik, (8) Semakin Prabowo mengembangkan personal brandingnya, semakin publik menilainya sebagai sosok yang memiliki niat dan nilai yang baik. Dalam perkembangannya personal branding yang ditampilkan Prabowo sebagai seorang yang tegas dibidangnya namun mampu berbaur dengan tingkah lucunya hal itu sekaligus dijadikan tujuan baginya untuk mempersatukan bangsa. Hal ini menjadi bagian dari konsep nama baik atau maksud baik dibalik personal *branding*-nya. Diantara postingan yang menunjukkan hal tersebut yaitu video yang menampilkan Prabowo berjoget lucu ketika dihadapkan dengan pertanyaan soal fitnah terhadapnya. Dari tingkahnya Prabowo ingin mengajak rakyatnya untuk tetap bergembira dan bersatu meski ada fitnah-fitnah. Hal ini NamPak dari pesan baik yang tertuang dalam caption “Prabowo selalu berpesan jika ada pihak yang memfitnah dan menghina jangan dibalas, tetap tebar kebaikan dan kebenaran. Prabowo juga menyebut kekuatan senyuman atau *the power of smile* merupakan cara Gerindra melawan hal-hal negatif”.

## Kesimpulan

Untuk memperbaiki citra Prabowo Subianto sebagai Ketua Umum dan Calon Presiden 2024 yang diharapkan masyarakat, Partai Gerindra telah menggunakan media sosial, termasuk aplikasi TikTok, sebagai partai kemenangan menjelang Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia. Setiap unggahan konten yang disebarluaskan melalui akun tiktok resmi @partaigerindra menjadi tren dan membuat Prabowo menjadi akrab dengan warganet.

Personal branding yang dibangun oleh Partai Gerindra pada akun resmi tiktok @partaigerindra menurut 8 konsep personal branding, lebih condong serta mengarah pada konsep kepemimpinan dan kepribadian. Pada konsep kepemimpinan, Partai Gerindra mampu membawa Prabowo Subianto dalam menunjukkan kemampuannya mengelola kekuasaannya untuk mengolah keresahan masyarakat. Prabowo dinilai sebagai pemimpin yang pro rakyat serta mengayomi masyarakat. Pada konsep kepribadian, Prabowo berhasil dibentuk sebagai sosok yang mampu dalam berbaur dengan masyarakat maupun dengan wartawan melalui aktivitas yang di unggah @partaigerindra, dengan tambahan caption yang ringan, jenaka, serta mengandung kesan bersahabat bagi masyarakat.

### Daftar Pustaka

- Achmad, Zainal Abidin dan Elsa Rakhma Melani. "Perancangan Konten Media Sosial Untuk Branding Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri." *Abdi-Mesin: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin* 2, no. 2 (Nopember 2022): 16–33. <https://www.researchgate.net/publication/365634701>
- Achmad, Zainal Abidin dan Icha Nur Rahmawati. "Strategi Marketing Berderma Melalui Crowdfunding Di Akun Instagram @ikoy2an." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 1 (Juni 2024): 278–295. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/dawatuna/article/view/3580>
- Achmad, Zainal Abidin, Endah Siswati dan Agus Wahyudi. *Data Indeks Demokrasi Indonesia (IDI) Di Kota Blitar Tahun 2018*. Surabaya: Indomedia Pustaka, 2019.
- Achmad, Zainal Abidin, Syifa Syarifah Alamiyah, Juwito Juwito, Agus Wahyudi, and Endah Siswati. "Review Berita Dan Regulasi Lokal Pada Indeks Demokrasi Indonesia Di Kota Blitar Tahun 2020." *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 19, no. 2 (Agustus 2022): 448–458. <https://www.researchgate.net/publication/366665267>
- Achmad, Zainal Abidin. "Pemikiran Politik Poros Tengah Dan Peranan Media Massa Terhadapnya (Studi Analisis Wacana Terhadap Opini Yang Ditulis Aktivistis Partai Politik Di Harian Umum Kompas Dan Republika Menjelang Dan Saat Sidang Umum MPR 1999)." *Thesis* (Universitas Airlangga Surabaya, 2001).
- Achmad, Zainal Abidin. *Data Indeks Demokrasi Indonesia (IDI) Di Kota Blitar Tahun 2017*. Surabaya: Indomedia Pustaka, 2018.
- Anaqhi, Afif Wilanda, dkk. "Viralitas Trash-Talking Di Tiktok Sebagai Gaya Baru Personal Digital Branding." *Nomosleca* 9, no. 1 (Mei 2023): 67–87. <https://www.researchgate.net/publication/371948550>
- Anshari, Faridhian. "Komunikasi Politik Di Era Media Sosial," *Jurnal Komunikasi* 8, no. 1 (Oktober 2013): 91-102. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol8.iss1.art7>
- Azaroh, Jessica Aura, dkk. "Strategi Pembelajaran Anak Usia Dini Harapan Bunda Desa Alassumur Selama Pandemi COVID-19." *VoxPop* 4, no. 1 (Maret 2022): 70–78 <https://www.researchgate.net/publication/360126416>
- Chavez, J, "The Misuse of Social Media Campaign in the 2012 US Presidential Campaign" In *Social Spehere, Inc.* [http://www.tcd.ie/policyinstitute/%0Aassets/pdf/PL\\_Chavez\\_Ma%0Arch12.pdf](http://www.tcd.ie/policyinstitute/%0Aassets/pdf/PL_Chavez_Ma%0Arch12.pdf)

- Dewi, Ratna, dkk. "Strategi Personal Branding Melalui Sosial Media Tiktok Melinda Rohita." *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen* 5, no. 2 (Oktober 2023):118–130. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i2.168>
- Eriyanto. *Analisis naratif: Dasar-dasar dan penerapannya dalam analisis teks berita media*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Hutabarat, Julius Manahara. "Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini." *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi* 2, no. 1 (Maret 2024): 204-214. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jpat-widyakarya/article/view/2318>
- Juwito, J., dkk. "Public Speaking and Personal Branding Skills for Student Organization Managers at Dharma Wanita High School Surabaya." *Journal of Community Service and Empowerment* 3, no. 1 (April 2022): 9–17. <https://doi.org/10.22219/JCSE.V3I1.18596>
- Kompas.com. "Jejak Prabowo di Tiga Pemilu Presiden: 2009, 2014, dan 2019." Dalam <https://nasional.kompas.com/read/2022/08/15/06150071/jejak-prabowo-di-tiga-pemilu-presiden--2009-2014-dan-2019?page=all>, diakses pada 20 April 2024.
- Kompas.com. "Strategi "Gemoy" Prabowo di Tengah Gempuran Sentimen Negatif." Dalam <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/11/29/>, diakses pada 20 April 2024.
- Mandira, I Made Chandra dan Kadek Diah Yulia Carey. "Personal Branding di Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Fenomenologi President Oriflame)." *MBIA* 22, no. 1 (Mei 2023): 65-74. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2064>
- Maulana, Gentur Isra'j, Priska Illiyina Fridawati dan Heni Masruroh. "Pemilu 2024: Pesta Demokrasi Akbar Pembangkit Kondisi Ekonomi Pasca Pandemi." *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHI3S)* 2 no. 8 (Agustus 2022): 751-757. <https://www.researchgate.net/publication/370639423>
- Norsely, Febfi, Heidy Arviani, dan Zainal Abidin Achmad. "Pengalaman Interaksi Pengguna Remaja Curhat Dengan ChatGPT." *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial* 7, no. 2 (Desember 2023): 120-135. <https://www.researchgate.net/publication/378462359>
- Nurjannah, Dinar Asvi, dkk., "Strategi Personal Branding Bupati Kabupaten Pacitan @inb\_indratanurbayuaji Di Instagram." *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 9, no. 7 (2022): 2645–2649. <http://jurnal.umtapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/7312>
- Prawesti, Anissa Feby Widya, dkk. "Implementasi Pendampingan Digital Branding dan Packaging Pada UMKM Omah Dayang." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara* 5, no. 2 (Juni 2023): 85–96. <https://ejournal.unimman.ac.id/index.php/pengabmas/article/view/303>
- Putra, Dheny Yori, dan Zainal Abidin Achmad. "Interaksi Sosial Virtual Dalam Permainan Among Us Indonesia." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 2 (Oktober 2022): 163–176. <https://jurnalfdk.uinsa.ac.id/index.php/JIK/article/view/1196>
- Shauma, Anisatus, and Zainal Abidin Achmad. "Efektivitas Iklan Politik Di Televisi (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektifitas Iklan Politik Aburizal Bakrie Versi Motivasi Anak Indonesia Pada Pemilih Pemula Di Surabaya)." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (Oktober 2015): 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/343529544>

- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. "Social media and political communication: a social media analytics framework" *Social Network Analysis and Mining* (2012). <https://doi.org/doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>
- Suara.com. "Prabowo Subianto Berhasil Re-Branding Negara Julukan Gemoy dan Joget-Joget." Dalam <https://www.suara.com/lifestyle/2023/11/20/193823/prabowo-subianto-berhasil-re-branding-negara-julukan-gemoy-dan-joget-joget> 20 April 2024. diakses pada 20 April 2024.
- Suwarko, Andi. "Kuota Keterwakilan Perempuan Dalam Rekrutmen Pengurus Dan Caleg Di DPW PAN Jawa Timur Pada Pemilu 2014." *Jurnal Review Politik* 04, no. 01 (Desember 2014): 243–271. <https://jurnalfuf.uinsa.ac.id/index.php/JRP/article/view/1027>
- Telaumbanua, Vortumei dan Sumardijati. "Sikap Pemilih Muda Kota Surabaya terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo di Tiktok." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 11, no. 1 (2024): 167–171. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/14362>