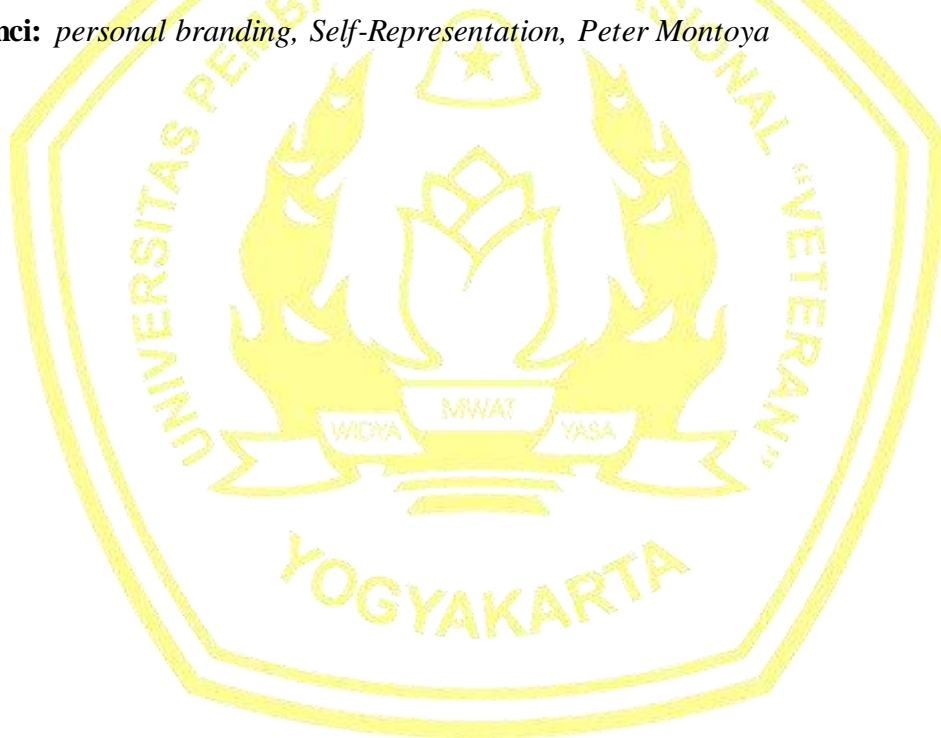


ABSTRAK

Pada masa percepatan teknologi ini, *personal branding* dan sosial media merupakan dua hal penting yang saling berkaitan. Terutama seseorang yang menjadi *public figure*, contohnya politisi. Sebagai seorang politisi yang turut serta dalam kontestasi Pemilu 2024, Gibran membutuhkan eksistensinya di masyarakat dengan membentuk *personal branding* untuk memperkuat kedudukannya. Maka dari itu, penulis membuat penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui *personal branding* yang dibentuk Gibran Rakabuming Raka di media sosial X selama masa kampanye Pemilu 2024. Metode yang digunakan adalah analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian menggunakan Teori *Self Representation* yang dikemukakan oleh Erving Goffman (1959) dan didukung oleh Delapan Konsep *Personal Branding* oleh Peter Montoya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi guna membangun *personal branding* Gibran menonjolkan aspek keautentikan dan gaya komunikasi yang ringan. Gibran berusaha menciptakan citra sebagai pemimpin muda yang karismatik dan autentik di X. Namun, *personal branding* yang coba ia bangun belum sepenuhnya memperkuat kesan mendalam pada aspek moral dan spiritual.

Kata Kunci: *personal branding, Self-Representation, Peter Montoya*



ABSTRACT

In this era of rapid technological advancement, personal branding and social media are two crucially interconnected elements. This is especially true for public figures, such as politicians. As a politician participating in the 2024 General Election, Gibran Rakabuming Raka needs to maintain his public presence by building a strong personal brand to reinforce his position. Therefore, this research aims to explore the personal branding constructed by Gibran Rakabuming Raka on the social media platform X during the 2024 election campaign period. The study employs a quantitative content analysis method. It applies Erving Goffman's Self-Representation Theory (1959) and is further supported by Peter Montoya's Eight Personal Branding Concepts. The findings reveal that Gibran's communication strategy to build his personal brand emphasizes authenticity and a casual communication style. Gibran seeks to project the image of a charismatic and authentic young leader on X. However, the personal branding he attempts to establish has not yet fully succeeded in reinforcing a profound impression in the moral and spiritual aspects.

Keywords: *personal branding, self-representation, Peter Montoya*

