

ABSTRAK

Khoirunnisa Musyarofah Ruhiat 1228040055, Strategi *Personal Branding* Politik Verrell Bramasta melalui Konten Instagram @bramastavrl sebagai Calon Legislatif Partai Amanat Nasional.

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi politik di Indonesia, terutama dalam pelaksanaan kampanye politik pada Pemilu 2024. Instagram tidak lagi berfungsi hanya sebagai media berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang strategis bagi aktor politik untuk membangun identitas, kredibilitas, dan kedekatan dengan masyarakat melalui penyajian konten yang terencana. Salah satu fenomena yang menarik adalah pemanfaatan akun Instagram @bramastavrl oleh Verrell Bramasta sebagai media dalam membangun *personal branding* politik selama pencalonannya sebagai calon legislatif Partai Amanat Nasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *personal branding* politik Verrell Bramasta yang dibangun dan ditampilkan melalui konten Instagram @bramastavrl selama masa kampanye Pemilu 2024. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis konten kualitatif Mayring. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi terhadap 37 konten Instagram yang terdiri atas 32 konten reels dan 5 konten feed, serta didukung oleh studi pustaka yang relevan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, *initial coding*, kategorisasi, pembentukan tema, dan interpretasi menggunakan teori *personal branding* Montoya, *self presentation* Goffman, serta Komunikasi Politik Nimmo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *personal branding* politik Verrell Bramasta dibangun melalui lima tema utama, yaitu kepemimpinan politik sebagai representasi generasi muda, gagasan dan kompetensi politik sebagai upaya membangun kredibilitas politik, kedekatan dengan masyarakat sebagai strategi *personal branding* politik, pembentukan karakter personal yang autentik, serta penguatan identitas politik melalui konsistensi kampanye digital. Kelima tema tersebut saling terintegrasi dalam membentuk identitas politik yang tidak hanya menonjolkan popularitas sebagai figur publik, tetapi juga memperlihatkan kapasitas politik, hubungan sosial, karakter personal, dan konsistensi komunikasi digital. Dengan demikian, Instagram dimanfaatkan sebagai media strategis dalam membangun legitimasi dan kepercayaan publik melalui proses *personal branding* politik pada era komunikasi politik digital.

Kata Kunci: Analisis konten kualitatif Instagram, komunikasi politik digital *personal branding* politik, , Verrell Bramasta,.