



## ABSTRAK

### **POLITICAL BRANDING GIBRAN RAKABUMING RAKA SEBAGAI CAWAPRES 2024 (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDER PEIRCE PADA AKTIVITAS X @GIBRAN\_TWEET EDISI OKTOBER 2023- FEBRUARI 2024)**

Nada Agustin  
5201711043

Media sosial X adalah salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh warga Indonesia selain dari Instagram, TikTok, Facebook dll. Salah satunya penggunaannya adalah tokoh politik yang saat ini memanfaatkan media sosial sebagai alat penting untuk membangun dan memperkuat citra politik mereka, atau yang dikenal sebagai *political branding*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dengan tujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan gaya *political branding* Gibran Rakabuming Raka sebagai Cawapres 2024 melalui akun media sosial X @gibran\_tweet dalam rentan waktu Oktober 2023 sampai Februari 2024. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika oleh Charles Sander Peirce untuk melihat bagaimana political branding yang direpresentasikan di media sosial X @gibran\_tweet yang berfokus pada tiga indikator : Penampilan, Kepribadian, dan Pesan Kunci Politik. Akhirnya, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa political branding yang dibentuk oleh Gibran Rakabuming Raka yaitu, sebagai sosok kandidat yang dekat dengan rakyat, kepribadian yang santai, memiliki sikap humoris, memposisikan diri sebagai kaum milenial, mencitai budaya daerah, memiliki gaya yang sederhana, dan tenang.

**Kata Kunci:** Semiotika, Political Branding, Media Sosial X, Gibran Rakabuming Raka

## **ABSTRACT**

### ***POLITICAL BRANDING GIBRAN RAKABUMING RAKA AS VICE PRESIDENTIAL CANDIDATE 2024 (CHARLES SANDER PEIRCE'S SEMIOTIC ANALYSIS ON ACTIVITIES X @GIBRAN\_TWEET EDITION OCTOBER 2023-FEBRUARY 2024)***

*Nada Agustin  
5201711043*

*Social media X is one of the social media that is currently widely used by Indonesian citizens apart from Instagram, TikTok, Facebook etc. One of the users is a political figure who is currently using social media as an important tool to build and strengthen their political image, or what is known as political branding. This study uses a qualitative research method with a constructivism paradigm with the aim of analyzing and describing the political branding style of Gibran Rakabuming Raka as the 2024 Vice Presidential Candidate through the X social media account @gibran\_tweet in the period from October 2023 to February 2024. The data analysis method used in this study is a semiotic analysis by Charles Sander Peirce to see how political branding is represented on X social media @gibran\_tweet which focuses on three indicators: Appearance, Personality, and Key Political Messages. Finally, the results of this study show that the political branding formed by Gibran Rakabuming Raka is, as a candidate who is close to the people, has a relaxed personality, has a humorous attitude, positions himself as a millennial, loves regional culture, has a simple style, and is calm.*

**Keywords:** *Semiotics, Political Branding, Social Media X, Gibran Rakabuming Raka*