

## RINGKASAN

Sandi Ari Wicaksona, 2023, **Pengaruh *Personal Branding* Kang Mahdi Dalam Media Sosial Instagram Pada Peluang Dukungan Masyarakat di Pilkada 2024**, Veronica Sri Astuti N., S.E., M.Si, Husni Mubaroq, S.Fil.I., M.IP, 77 hal + xiii

Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati, yang selanjutnya disebut Pemilihan Kepala Daerah (pilkada) adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah kabupaten untuk memilih Bupati dan Wakil Bupati secara lugas dan adil. Pengangkatan kepala daerah dan pendelegasian kepala daerah secara langsung oleh perseorangan merupakan interaksi politik bagi negara Indonesia menuju kehidupan politik yang lebih adil, lugas dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, *personal branding* merupakan cara yang paling umum untuk membentuk kesan publik terhadap cara pandang yang dimiliki oleh seorang individu terkait dengan nilai, karakter, kapasitas dan bagaimana semua itu menjadikan cara pandang yang positif bagi masyarakat dan dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi.

Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh *personal branding* Kang Mahdi di media sosial Instagram terhadap peluang dukungan masyarakat di Pilkada 2024.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Mixed methods research* yang merupakan cara untuk menangani masalah eksplorasi yang berhubungan dengan cara berperilaku sosial dengan mengumpulkan dan memecah informasi kuantitatif dan kualitatif secara ketat karena pertanyaan eksplorasi, dan mengoordinasikan dua jenis informasi dalam rencana pemeriksaan khusus untuk menciptakan pengalaman atau pemahaman yang baru dan lebih lengkap daripada dibayangkan diperoleh dari informasi kuantitatif atau kualitatif saja.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh *personal branding* terhadap peluang memperoleh dukungan di Pilkada sangat signifikan. Sehingga secara tidak langsung *personal branding* merupakan faktor yang cukup penting dalam dinamika politik.

**Kata Kunci:** *Personal Branding*, Pilkada, Kang Mahdi

## SUMMARY

Sandi Ari Wicaksona, 2023, **The Influence of Kang Mahdi's Personal Branding on Instagram Social Media on Public Support Opportunities in the 2024 Regional Elections**, Veronica Sri Astuti N., S.E., M.Si, Husni Mubaroq, S.Fil.I., M.IP, 77 page + xiii

The election of Regents and Vice Regents, hereinafter referred to as Regional Head Elections (pilkada) is the exercise of people's sovereignty in the district area to elect Regents and Vice Regents straightforwardly and fairly. The appointment of regional heads and delegation of regional heads directly by individuals are political interactions for the Indonesian state towards a more just, straightforward and responsible political life.

Thus, personal branding is the most common way to form a public impression of the perspective held by an individual related to values, character, capacity and how all of it makes a positive perspective for society and can be used as a means of promotion.

The purpose of this study aims to explain how much influence Kang Mahdi's personal branding on Instagram social media has on public support opportunities in the 2024 regional elections.

Mixed methods research is a way to deal with exploratory problems related to social ways of behaving by collecting and breaking down quantitative and qualitative information strictly due to exploratory questions, and coordinating two types of information in a specific examination plan to create a new and more complete experience or understanding than imagined obtained from quantitative information or qualitative only.

The results of this study can be concluded that the influence of personal branding on the chances of gaining support in regional elections is very significant. So that indirectly personal branding is an important factor in political dynamics.

**Keywords: Personal Branding, Regional Elections, Kang Mahdi**