ABSTRAK

Pada zaman di era digital ini, segala kegiatan dapat dipublikasikan ke khalayak ramai melalui media sosial. Banyak golongan masyarakat yang aktif menggunakan media sosial mulai dari palajar, orang dewasa, pengusaha maupun pejabat negara. Salah satunya adalah Presiden Republik Indonesia ketujuh Ir. H. Joko Widodo. Joko Widodo memiliki berbagai platform media sosial, media sosial dengan pengikut paling banyak diantara media sosial lainnya adalah Instagram. Dengan total 16,5 juta followers menjadikan dia sebagai pemimpin negara dengan pengikut terbanyak kedua di dunia. Konten unggahan di Instagram Joko Widodo beraneka ragam dan sangat masif dilakukan, Hal yang dilakukan Joko Widodo di media sosial Instagram adalah salah satu cara untuk membentuk personal branding. Personal branding merupakan fenomena yang unik karena pada dasarnya semua orang memiliki ciri khas tersendiri, untuk mendapatkan hasil branding yang bertahan lama dan memberikan manfaat yang maksimal maka proses branding harus bersumber dari bukti-bukti otentik, nyata dan asli. Studi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan media sosial instagram terhadap pembentukan personal Branding Joko Widodo kepada pemilih pemula Pemilu 2019 yang masih bingung dan membutuhkan referensi untuk menentukan pilihan dalam menggunakan hak suaranya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dua variabel. Variabel independen dalam penelitian ini adalah efektivitas penggunaan media sosial instagram sedangkan variabel dependennya yaitu personal branding Joko Widodo. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan teknik Nonprobality Sampling. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram dalam menyampaikan pesan yang yang diinginkan masuk dalam kategori efektif dengan presentase 74,9% sedangkan pembentukan personal branding kepada Pemilih Pemula termasuk dalam kategori efektif dengan presentase 81,1%. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Komunikasi yang dilakukan oleh akun media sosial Instagram Joko Widodo berlangsung efektif dan berpengaruh positif terhadap pembentukan personal branding Joko Widodo pada Pemilih Pemula Pemilu 2019.

Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Personal Branding, Pemilih Pemula