

**BRANDING POLITIK PASLON PILBUP KABUPATEN SEMARANG  
NGESTI NUGRAHA-NUR ARIFAH MELALUI BAHAN KAMPANYE, APK,  
DAN INSTAGRAM @NGESTI.NUGRAHA PADA MASA KAMPANYE  
PILKADA 2024**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh :**

**DELLA NOESTU LUTFI RANTAHATI**

**21.M1.0042**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2025**

**BRANDING POLITIK PASLON PILBUP KABUPATEN SEMARANG  
NGESTI NUGRAHA-NUR ARIFAH MELALUI BAHAN KAMPANYE, APK,  
DAN INSTAGRAM @NGESTI.NUGRAHA PADA MASA KAMPANYE  
PILKADA 2024**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh :**

**DELLA NOESTU LUTFI RANTAHATI**

**21.M1.0042**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2025**

**BRANDING POLITIK PASLON PILBUP KABUPATEN SEMARANG  
NGESTI NUGRAHA-NUR ARIFAH MELALUI BAHAN KAMPANYE, APK,  
DAN INSTAGRAM PADA MASA KAMPANYE PILKADA 2024**

**Della Noestu L.R.**

**Soegijapranata Catholic University**

**Semarang**

**ABSTRACT**

*The candidate pair (paslon) Ngesti Nugraha-Nur Arifah is running for regent and deputy regent of Semarang Regency in the 2024 regional elections. During the campaign period, these candidate pairs need to introduce themselves and disseminate their vision, mission and programs to the community. This research analyzes the political branding strategy of the Ngesti-Arifah candidate pair during the 2024 Regional Head Election (Pilkada) campaign via the social media Instagram. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data was collected through semi-structured interviews, participatory and frank observation, documentation of campaign materials, campaign props (APK), and Instagram posts, as well as data triangulation. Data analysis was carried out in three stages: data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results show that the Ngesti-Arifah candidate pair's political branding strategy uses five main concepts, namely logo, brand name, candidate pair visuals, mascot, and slogan/tagline and acronym. This candidate pair uses the branding "Mutiara," which is an abbreviation of "Winning for Ngesti-Arifah." Apart from that, the main slogan/tagline used is "Continue," which symbolizes the commitment to continue the vision and work program of Ngesti Nugraha from the previous period. From a visual perspective, the Ngesti-Arifah candidate pair displayed a photo of themselves wearing black and green jackets, which represented the identity of the candidate pair and their supporting party. Meanwhile, the mascot shown by Ngesti Nugraha is the image of a leader who likes to shake hands with the people. This describes a leader who is simple and close to the community. All campaign activities were uploaded via Ngesti Nugraha's personal Instagram account, @ngesti.nugraha. The Instagram features used are, profile and bio, uploading photos and videos, captions, comments, likes, hashtags and stories. The majority of uploads are videos documenting candidate campaign activities during the campaign period. The conclusion of this research is that the Ngesti-Arifah candidate pair does not use political branding elements of thematic songs and jingles.*

**Keyword : Political branding, political communication, regional elections, campaigns, Instagram**

**BRANDING POLITIK PASLON PILBUP KABUPATEN SEMARANG  
NGESTI NUGRAHA-NUR ARIFAH MELALUI BAHAN KAMPANYE, APK,  
DAN INSTAGRAM PADA MASA KAMPANYE PILKADA 2024**

**Della Noestu L.R.**

**Universitas Katolik Soegijapranata**

**Semarang**

**ABSTRAK**

Pasangan calon (paslon) Ngesti Nugraha-Nur Arifah mencalonkan diri sebagai bupati dan wakil bupati Kabupaten Semarang pada Pilkada 2024. Selama masa kampanye, paslon ini perlu memperkenalkan diri serta menyebarluaskan visi, misi, dan program kepada masyarakat. Penelitian ini menganalisis strategi branding politik paslon Ngesti-Arifah selama masa kampanye Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2024 melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif dan terus terang, dokumentasi bahan kampanye, alat peraga kampanye (APK), dan unggahan Instagram, serta triangulasi data. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi branding politik paslon Ngesti-Arifah menggunakan lima konsep utama, yaitu logo, nama merek, visual paslon, maskot, dan slogan/tagline serta akronim. Paslon ini menggunakan branding "Mutihara," yang merupakan singkatan dari "Menang untuk Ngesti-Arifah." Selain itu, slogan/tagline utama yang digunakan adalah "Lanjutkan," yang melambangkan komitmen untuk meneruskan visi dan program kerja Ngesti Nugraha dari periode sebelumnya. Dari segi visual, paslon Ngesti-Arifah menampilkan foto mereka mengenakan jas berwarna hitam dan hijau, yang merepresentasikan identitas paslon serta partai pengusungnya. Sementara itu, maskot yang diperlihatkan oleh Ngesti Nugraha adalah citra seorang pemimpin yang gemar menjabat tangan (salaman) dengan masyarakat. Hal ini menggambarkan seorang pemimpin yang sederhana dan dekat dengan masyarakat. Seluruh kegiatan kampanye ini diunggah melalui akun Instagram pribadi Ngesti Nugraha, @ngesti.nugraha. Fitur Instagram yang digunakan yaitu, profil dan bio, unggahan foto dan video, caption, komentar, like, hastag, dan stories. Mayoritas unggahan berupa video yang mendokumentasikan aktivitas kampanye paslon selama masa kampanye. Kesimpulan dari penelitian ini, paslon Ngesti-Arifah tidak menggunakan unsur *branding* politik lagu tematik dan jingle.

**Kata Kunci : Komunikasi politik, Branding politik, pilkada, kampanye, media sosial, Instagram**