

202110040311215
Nuraisia Januarti
Prodi Ilmu Komunikasi

**Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang Di Media Sosial
(Analisis Isi Pada Akun Instagram @wali.malang2024)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Guna Meraih Gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Malang



Disusun Oleh:

Nuraisia Januarti

202110040311215

Dosen Pembimbing

Nasrullah, M.Si.

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial
(Analisis Isi Pada Akun Instagram @wali.malang2024)

Diajukan Oleh :

Nuraisia Januarti
202110040311215

Telah disetujui
Selasa, 20 Januari 2026

Pembimbing I


Nasrullah, M.Si

Wakil Dekan I

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi




Dr. J. K. Sasilo, M.Si.



Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nuraisia Januarti
202110040311215

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Selasa, 20 Januari 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Nurudin, M.Si.**
2. **Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom**
3. **Nasrullah, M.Si.**



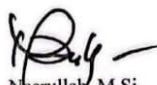




Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Susilo, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi		
	Nama : Nuraisia Januarti NIM : 202110040311215 Jurusan : Ilmu Komunikasi Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Judul Skripsi : Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)		
	Disetujui, Pembimbing		
	 Nasrullah, M.Si.		
	Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi		
	 Novin Farid Styowibowo, S.Sos., M.Si.		
	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 582 000	Kampus III Jl. Raya Tugomas No 746 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nuraisia Januarti
NIM : 202110040311215
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 Desember 2025

Yang Menyatakan.

D95AJX98Z-8889
Nuraisia Januarti







Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435






Kampus II
Jl. Bendungan Sulam No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 493 435
E. webmaster@umm.ac.id




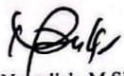

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

 <p>UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG</p> 	<p style="text-align: center;">SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2025</p> <p>Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:</p> <table><tr><td>Nama</td><td>: Nuraisia Januarti</td></tr><tr><td>No. Induk Mahasiswa</td><td>: 202110040311215</td></tr><tr><td>Program Studi</td><td>: Ilmu Komunikasi</td></tr><tr><td>Judul Skripsi</td><td>: Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)</td></tr></table> <p>Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih</p> <p style="text-align: right;">Malang, 12 Desember 2025</p> <p style="text-align: right;">Dosen Pembimbing</p> <p style="text-align: right;"> Nasrullah, M.Si.</p>	Nama	: Nuraisia Januarti	No. Induk Mahasiswa	: 202110040311215	Program Studi	: Ilmu Komunikasi	Judul Skripsi	: Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)
Nama	: Nuraisia Januarti								
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311215								
Program Studi	: Ilmu Komunikasi								
Judul Skripsi	: Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)								
 <p>STARS</p>	<table><tr><td>Kampus I Jl. Banihoro 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 252 (Hunting) F: +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Sutama No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 149 (Hunting) F: +62 341 582 069</td><td>Kampus III Jl. Raya Theroomas No 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Banihoro 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 252 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutama No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 149 (Hunting) F: +62 341 582 069	Kampus III Jl. Raya Theroomas No 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id					
Kampus I Jl. Banihoro 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 252 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutama No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 149 (Hunting) F: +62 341 582 069	Kampus III Jl. Raya Theroomas No 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id							


SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2025		
 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Muhammadiyah Malang	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:		
 LIMPASTI MANGIRI	NAMA : Nuraisia Januarti NIM : 202110040311215 Program Studi : Ilmu Komunikasi		
Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 9 (sembilan) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH			
Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.			
Malang, 12 Desember 2025 a.n Dekan Ketua Program Studi  Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si.			
 UN-QA STARS	Kampus I Jl. Ransong 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 156 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 587 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29			
	TENTANG PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG			
				
				
	LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI			
	SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)			
	Oleh: Nama : Nuraisia Januarti NIM : 202110040311215			
	Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi			
	Menyetujui,			
	Malang, 12 Desember 2025			
	Pembimbing I/Promotor			
	 Nasrullah, M.Si. NIP. 10303090338			
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bawidung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 400 435</td><td>Kampus II Jl. Bawidung Sutarjo No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 140 (Hunting) F. +62 341 587 060</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 400 435 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bawidung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 400 435	Kampus II Jl. Bawidung Sutarjo No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 140 (Hunting) F. +62 341 587 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 400 435 E. webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bawidung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 400 435	Kampus II Jl. Bawidung Sutarjo No 158 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 140 (Hunting) F. +62 341 587 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 400 435 E. webmaster@umm.ac.id		

HASIL CEK PLAGIASI


 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Nuraisia Januarti
NIM : 202110040311215

Hasil Plagiasi : 2/12

BAB I	5			
BAB II	2			
BAB III	9			

BAB IV	1			
BAB V	7			
BAB VI				

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 31 Desember 2021
Admin Plagiasi Prodi,
M. Dasuki

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nuraisia Januarti
NIM : 202110040311215
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)

No	Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	T. Tangan
1	28/9/2024	Konsultasi judul & Acc	✓
2	19/10/2024	Konsultasi BAB I, BAB II, BAB III	✓
3	25/10/2024	Revisi BAB I, BAB II & BAB III	✓
4	9/11/2024	Preview BAB I, II, III	✓
5	16/11/2024	Seminar proposal	✓
6	19/11/2024	Revisi seminar proposal	✓
7	25/11/2024	Konsultasi instrument penelitian	✓
8	14/1/2025	Revisi seminar proposal	✓
9	28/1/2025	Revisi seminar proposal	✓
10	4/2/2025	Revisi & konsultasi penelitian	✓
11	6/5/2025	Acc BAB IV	✓
12	16/6/2025	Revisi BAB IV & melanjutkan bab V dan abstrak	✓
13	20/10/2025	Acc seminar hasil	✓
14	2/12/2025	Seminar hasil	✓

Malang, 12 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Nasrullah, M.Si.




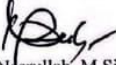


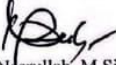

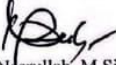





Kampus I
Jl. Randang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  	<p style="text-align: center;">BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI</p> <p>Pada hari Selasa, 2 Desember 2025</p> <p>Pukul 10.00 WIB</p> <p>Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:</p> <table border="1"><tr><td>Nama</td><td>Nuraisia Januarti</td></tr><tr><td>NIM</td><td>202110040311215</td></tr><tr><td>Program Studi</td><td>Ilmu Komunikasi</td></tr><tr><td>Konsentrasi</td><td>Public Relations</td></tr><tr><td>Fakultas</td><td>Ilmu Sosial dan Ilmu Politik</td></tr><tr><td>Judul Skripsi</td><td>Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)</td></tr><tr><td>Dosen Pembimbing</td><td>Nasrullah, M.Si.</td></tr><tr><td>Dosen Penguji</td><td>Rahmania Santoso, M.I.Kom</td></tr></table> <p>Seminar Hasil dilakukan secara daring (<i>online</i>) melalui platform Zoom Meeting</p> <p>Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 10 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/BAK LULUS</p> <p style="text-align: right;">Malang, 12 Desember 2025</p> <table><tr><td>Dosen Pembimbing</td><td>Dosen Penguji</td></tr><tr><td> Nasrullah, M.Si.</td><td> Rahmania Santoso, M.I.Kom</td></tr></table> <p style="text-align: center;">Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi</p> <p style="text-align: center;"> Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si.</p>	Nama	Nuraisia Januarti	NIM	202110040311215	Program Studi	Ilmu Komunikasi	Konsentrasi	Public Relations	Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Judul Skripsi	Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)	Dosen Pembimbing	Nasrullah, M.Si.	Dosen Penguji	Rahmania Santoso, M.I.Kom	Dosen Pembimbing	Dosen Penguji	 Nasrullah, M.Si.	 Rahmania Santoso, M.I.Kom
Nama	Nuraisia Januarti																				
NIM	202110040311215																				
Program Studi	Ilmu Komunikasi																				
Konsentrasi	Public Relations																				
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik																				
Judul Skripsi	Strategi Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Tematik Pada Akun Instagram @wali.malang2024)																				
Dosen Pembimbing	Nasrullah, M.Si.																				
Dosen Penguji	Rahmania Santoso, M.I.Kom																				
Dosen Pembimbing	Dosen Penguji																				
 Nasrullah, M.Si.	 Rahmania Santoso, M.I.Kom																				

 	Kampus I Jl. Bendung I Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 292 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Suci No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 587 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 463 435 E. webmaster@umm.ac.id
--	---	--	--

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

No	Nama Lengkap	NIM	Program Studi
1	Erfin Putri Ramadhani	202110040311397	Ilmu Komunikasi
2	Erfina Putri Ramadhani	202110040311396	Ilmu Komunikasi
3	Murhayati	202110040311387	Ilmu Komunikasi
4	Irma Wahyuni	202110040311174	Ilmu Komunikasi
5	Ulfatun Nikmah	202110040311487	Ilmu Komunikasi
6	Ushulyah Dirmanto	202110040311539	Ilmu Komunikasi
7	Nurizzah Amelia Indah.P	202210040311295	Ilmu Komunikasi
8	Ulyasari Argitha Saputri	202210040311301	Ilmu Komunikasi
9	Vina Fitria Setiyawati	202110040311534	Ilmu Komunikasi
10	Tri Safitri Ramadhani	202210010311061	Pendidikan Agama Islam

Malang, 12 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Nasrullah, M.Si.

Dosen Penguji

Rahmania Santoso, M.I.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si.

UMM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LIMMPASTI
LIGA MUHAMMADIYAH MALANG

UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Nuraisia Januarti, 202110040311215. Judul: Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Isi Pada Akun Instagram @wali.malang2024). Jumlah Bibliografi: 12 Buku, 15 Jurnal.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Branding, Media Sosial, Analisis Tematik.

Dalam era digital saat ini media sosial dijadikan sebagai saluran informasi dan alat utama dalam komunikasi politik khususnya Instagram digunakan secara efektif oleh kandidat untuk membangun citra dan berinteraksi dengan pemilih melalui saluran media sosial. Fokus penelitian adalah akun Instagram @wali.malang2024 yang digunakan pasangan Wahyu Hidayat dan Ali Muthohirin untuk branding politik atau kampanye pada Pilkada 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tema konten dan pola komunikasi yang digunakan pasangan calon Wali Kota Malang pada postingan di Instagram.

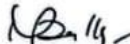
Penelitian ini menggunakan teori Brian McNair tentang komunikasi politik yang berfokus pada komunikasi dua arah, terdapat lima unsur komunikasi politik, komunikator, pesan, media, sasaran dan efek. Dengan teori ini, dapat menganalisis branding melalui tema, pesan, visual dan pola komunikasi yang diunggah, sebagai pendekatan digital untuk memengaruhi opini publik.

Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan analisis tematik, melalui dokumentasi konten serta analisis visual dan naratif yang diunggah melalui akun @wali.malang2024. Data penelitian dikumpulkan melalui dokumentasi *capture* atau *screenshot* gambar unggahan di Instagram. Analisis data menggunakan model Braun & Clarke dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian yang dianalisis oleh peneliti pada akun Instagram @wali.malang2024 menemukan bahwa pasangan calon mengunggah konten foto, video dan infografis. Visi Malang berakhlak maju, berkelanjutan, misi integritas, partisipasi, slogan "Malang Mbois Berkelas", visual putih biru melambangkan tenang dengan teks hiraerki modern, hangat. Tema utama kepemimpinan, pembangunan, pemberdayaan. Pola komunikasi naratif visual, *trend*, *hashtag* (#MalangMbois), kegiatan *offline*, naratif 60% reels 15 sampai 60 detik, interaksi 30%, konsisten 2 sampai 5 perpostingan per-minggu hal ini bertujuan untuk membentuk citra sebagai pasangan calon pemimpin yang visioner dan merakyat.

Malang, 23 Januari 2026

Dosen Pembimbing


Nasrullah, M.Si

Peneliti


Nuraisia Januarti

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim tiada kata yang lebih indah selain *Alhamdulillah* puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala Rahmat, dan segala nikmat yang diberi, sehingga penulis diberikan kekuatan dan keteguhan hati untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang di Media Sosial (Analisis Isi Pada Akun Instagram @wali.malang2024)”. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa selama proses penyelesaian skripsi ini sangat tidak mudah dan banyak sekali tantangan yang penulis hadapi, puji syukur *Alhamdulillah* bisa berada dititik ini.

Maka dari itu, dengan kerendahan hati saya mengucapkan rasa terima kasih secara tulus kepada beberapa pihak yang sudah memberikan dukungan, bimbingan serta motivasi untuk semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih dan maaf saya ucapkan kepada:

1. Allah SWT Maha segalanya, yang telah memberikan pertolongan, kesehatan, kekuatan serta kesabaran yang luar biasa dalam menghadapi segala rintangan yang tidak mudah dan terus menjaga setiap langkah penulis.
2. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak M.Siddik dan Ibu St.Hadijah sebagai pilar utama dalam penulis. Terima kasih atas doa-doa yang tidak pernah putus di setiap sujud, kasih sayang yang tak pernah bertepi dan selalu memberikan dukungan, semangat untuk penulis, serta terima kasih atas segala pengorbanan secara materi maupun non materi. Gelar ini adalah persembahan kecil dari penulis untuk segala ketulusan dari papa dan mama.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
4. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
5. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M. Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Kepada Bapak Nasrullah, M.Si selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dalam

- membimbing, memberikan ilmu dan masukan yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih untuk waktu yang diluangkan dalam membimbing penulis.
7. Seluruh dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama saya berkuliah di Universitas Muhammadiyah Malang.
 8. Kepada kakakku tercinta Dian Novita Rizki dan Erik Kurniawan yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, terima kasih untuk cinta yang diberi.
 9. Tidak lupa kepada Alm Abang tercinta Rahmat Jayadin yang sudah lebih dulu berpulang, meskipun engkau tidak menemani sampai akhir namun terima kasih untuk cinta dan kasih sayang selama ini untuk penulis. Skripsi ini juga dipersembahkan untukmu. Semoga Allah SWT memberikan tempat yang mulia di sisi-Nya. Allahummaghfirlahu warhamhu.
 10. Teruntuk saudari tak sedarah Murhayati, Erfin Putri Ramadhani, Erfina Putri Ramadhani dan Tri Safitri Ramadhani, Irma Wahyuni, terima kasih untuk ketulusan kalian dalam membantu penulis, semoga kita tetap menjadi saudari meskipun nanti akan berpisah. Terimakasih juga untuk mba Ipeh, kak Tatun, kak Risma. Serta teman-teman kelompok Public Relations tiga Liya, Vanisa, Gita, sangat berkesan untuk penulis.
 11. Terimakasih saya ucapkan dan maaf kepada Nuraisia Januarti diri saya sendiri yang sudah berjuang dan bertahan sampai pada titik ini, perjalanan yang tidak mudah dan banyak sekali rintangan yang dihadapi namun diri tetap kuat dalam menghadapinya. Terima kasih sudah berjuang sampai akhir.

Wassalamualaikum, Wr Wb

Malang, 25 Januari 2026

Nuraisia Januarti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
HASIL CEK PLAGIASI	ix
BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	xi
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
LAMPIRAN.....	xxi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademik.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Dasar Komunikasi Politik	10
2.1.1 Definisi Komunikasi Politik	10
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Politik.....	11
2.1.3 Teori Komunikasi Politik	14
2.1.4 Komunikasi Politik dalam Era Digital.....	15
2.2 Media Sosial dalam Kampanye Politik.....	16

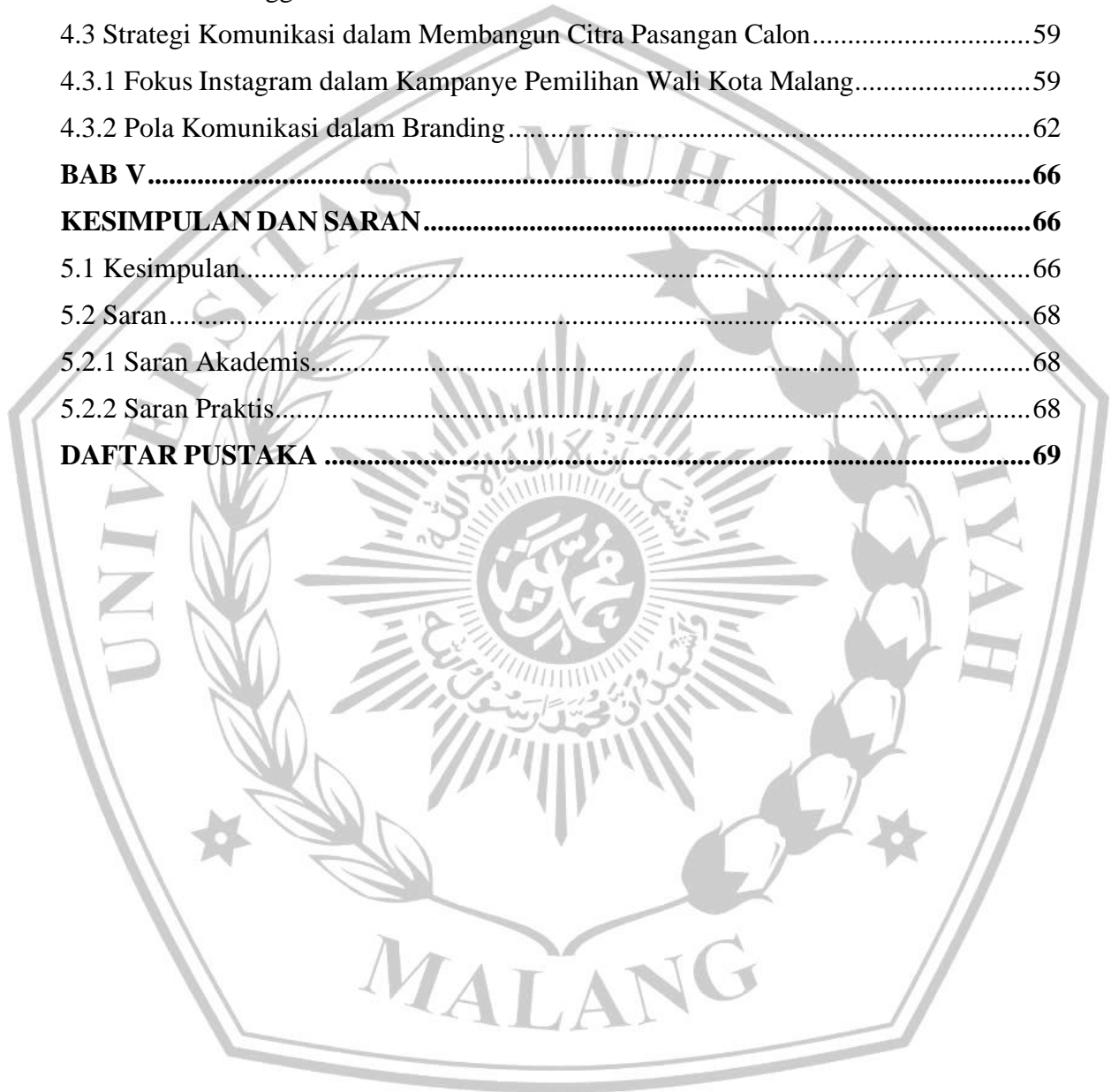
2.2.1 Definisi Media Sosial	16
2.2.2 Peran Media Sosial Dalam Kampanye Politik.....	17
2.2.3 Instagram Sebagai Alat Kampanye Politik.....	19
2.3 Analisis Tematik dalam Penelitian Media Sosial	21
2.3.1 Definisi Analisis Tematik.....	21
2.3.2 Langkah-Langkah dalam Analisis Tematik	22
2.3.3 Peran Analisis Tematik pada Media Sosial Instagram	23
2.4 Citra dan Branding dalam Kampanye Politik	24
2.4.1 Konsep Citra dalam Kampanye Politik	24
2.4.2 Branding Politik di Media Sosial.....	26
2.4.3 Peran Visual dalam Branding Politik	28
2.5 Kampanye Politik di Instagram	29
2.5.1 Kampanye Politik Menggunakan Instagram	29
2.5.2 Kampanye Pemilihan Wali Kota Malang	32
2.5.3 Akun Instagram @wali.malang2024.....	34
2.5.4 Objektivitas Berita.....	35
2.5.5 Konstruksi Media Terhadap Realitas	37
2.6 Kerangka Berpikir	37
2.6.1 Teori Komunikasi Politik	37
2.6.2 Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.3 Pendekatan dan Tipe Penelitian.....	42
3.4 Ruang Lingkup dan Fokus Penelitian	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.7 Jadwal Penelitian.....	45
3.8 Instrumen Penelitian	45
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1 Deskripsi Singkat Akun @wali.malang2024.....	47

202110040311215

Nuraisia Januarti

Prodi Ilmu Komunikasi

4.1.2 Visi Misi Pasangan Calon Wali Kota Malang.....	48
4.1.3 Logo Akun @wali.malang2024.....	49
4.2 Identifikasi Tema-Tema dalam Branding Pasangan Calon Wali Kota Malang.....	52
4.2.1 Tema yang Sering Muncul dalam Konten Instagram.....	52
4.2.2 Analisis Penggunaan Elemen Visual dan Estetika.....	58
4.3 Strategi Komunikasi dalam Membangun Citra Pasangan Calon.....	59
4.3.1 Fokus Instagram dalam Kampanye Pemilihan Wali Kota Malang.....	59
4.3.2 Pola Komunikasi dalam Branding.....	62
BAB V.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Saran Akademis.....	68
5.2.2 Saran Praktis.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @wali.malang2024	3
(Calon Wali dan Wakil Wali Kota Malang nomor 01).....	3
Gambar 1.2 Akun Instagram @hericahyong.official.....	4
(Calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota Malang nomor 02)	4
Gambar 1.3 Akun Instagram @kotamalangabadi.....	4
(Calon Wali dan Wakil Wali Kota Malang nomor 03).....	4
Gambar 2.1 Diagram Kerangka Berpikir.....	38
Gambar 4.1 Visi & Misi pasangan calon Wali Kota.....	49
Gambar 4.2 Desain logo pasangan calon.....	50
Gambar 4.3 Bukti screenshot unggahan tema kepemimpinan.....	54
Gambar 4.4 Bukti screenshot unggahan tema pembangunan.....	56
Gambar 4.5 Bukti screenshot kegiatan sosialisasi.....	58
Gambar 4.6 Bukti screenshot kegiatan kunjungan.....	61
Gambar 4.7 Screenshot postingan blusukan.....	61
Gambar 4.8 Screenshot kolom komentar.....	62
Gambar 4.9 Bukti screenshot join trend viral.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 39



LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Kategorisasi dan Penentuan Tema.....73
Lampiran 2 Tabel Kolom Komentar atau Interaksi Netizen87



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, S., & Cindoswari, A. R. (2019). Political Branding Ridwan Kamil Pada Masa Kampanye Pilgub Jawa Barat 2018 Melalui Twitter. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(1), 33–48. <https://doi.org/10.33884/commed.v4i1.1439>
- Abkoriyah, H., & Dewi, T. T. (2017). Objektivitas berita di Harian Kompas dan Kompas.com (Analisis isi pemberitaan kasus pembunuhan Engeline). *Journal of Strategic Communication*, 7(2), 40–53.
- Adelliani Najmah, N., Sucirahayu, C. A., & Zanjabila, A. R. (2023). *Analisis Tematik pada Pendidikan Kualitatif*.
- Al-Mukromin, A. (2023). *Komunikasi Politik Anggota DPRD dalam Meningkatkan Fungsi Legislatif Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. cv 1989*, 16.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial Faridhian Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101.
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 105–120.
- Ardipandanto, A. (2018). Strategi Kampanye dan Kemenangan Ridwan Kamil dalam Pilgub Jabar 2018. *Kajian*, 23, 175–197.
- Assiddiq, D. U., & Ambarwati, D. (2021). Strategi Komunikasi Politik Tim Kampanye Daerah Joko Widodo – K.H. Ma'ruf Amin Provinsi Jawa Timur dalam Pemenangan PILPRES 2019. *Jurnal Nomosleca*, 7(2), 107–117. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v7i2.5846>
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Rambah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Dhara, K., Hutomo, K., Brigitta, L., & Arzella, N. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 193. <https://doi.org/10.37535/103001220206>
- Febrianto, D., Martini, & Purwandari, D. A. (2024). Strategi Kampanye dan Branding Politik Anies Baswedan Melalui Instagram @Ubahbareng dalam Meraih Suara Generasi Z. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(4), 1519–1529. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i4.1669>

- Heriyanto, H. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Anuva*, 2(3), 317. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.3.317-324>
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 109–118. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519>
- Khusnulkhathimah, S. (2022). Rendahnya Tingkat Objektivitas Pemberitaan Seputar Agama Dan Umat Kristen Pada Eramuslim.Com. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 12(1), 94. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i1.15516>
- Krisna, A. (2024). *PERATURAN KOMISI PEMILIHAN UMUM NOMOR 13 TAHUN 2024*.
- Kurnia, D., Putra, S., Sos, S., & Kom, M. I. (2016). FRAMING ANALYSIS OF NEWS ABOUT JAKARTA ' S NORTHERN COAST RECLAMATION ON. *Jurnal Komunikasi*, 3(3), 3928.
- Ma'rifatun, & Aminulloh, A. (2019). Strategi Personal Branding Sutiaji Dan Sofyan Edy Jarwoko Dalam Pilkada Kota Malang 2018. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.5>
- Maharani, D., & Yuliasari, I. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran PT Global Digital Niaga Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Instagram @Bibli.com”, *Jurnal Ilmu Komunikasi Citra. Ilmu Komunikasi Citra*, 8(2).
- Muhammad, S. A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Produk Green Bean Kopi. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(4), 369. <https://doi.org/10.17977/um078v3i42021p369-376>
- Munadi, M. (2023). Etika Politik Generasi Milenial Menjelang Pemilu 2024. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 6(2), 119–126. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v6i2.6056>
- Munzir, A. A. (2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *JPPUMA*

- Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 7(2), 173.
<https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.2691>
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Nailurrohmah Eka Shofariyah. (2016). *STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMENANGAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN TUBAN TAHUN 2020 (Studi Pada Tim Pemenangan Mas Lindra-Riyadi Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Tuban)*. 1–23.
- Nur, E. (2019). Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Makassar. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(1), 120–128. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i1.33>
- Pratiwi, A. A. M. (2021). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179>
- Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik. *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah*, 19, 68.
- Saud, M., Ida, R., Abbas, A., Ashfaq, A., & Ahmad, A. R. (2020). Media Sosial dan Digitalisasi Partisipasi Politik Pada Generasi Muda: Perspektif Indonesia. *Society*, 8(1), 87–97.
- Setiawan, H. D., & Djafar, T. M. (2023). Partisipasi Politik Pemilih Muda Dalam Pelaksanaan Demokrasi di Pemilu 2024. *Populis : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(2), 201. <https://doi.org/10.47313/pjsh.v8i2.2877>
- Srihasnita Rc, R., & Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *SELODANG MAYANG : Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daetah Kabupaten Indragiri Hilir*, 4(1), 19–25.
- Statistik, B. P. (2024). *Data Penduduk Kota Malang 2024*. Data Penduduk Kota Malang.
- Sulistio, A. B. (2021). BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah. *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16.

Umanailo Basrun, M. C. (2003). *Paradigma Konstruktivis*. 96–97.

Ummah, M. S. (2019). Komunikasi Politik di Era Digital. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

Wahyuningsih, E., Unde, A., & Akbar, M. (2023). *Social Media as a Strategy Political Communication*. <https://doi.org/10.4108/eai.22-7-2023.2335116>

West, R., & H.Turner, L. (2014). *Richard West & Lynn H.Turner, Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 49. 8–32.

