

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Political branding mengacu pada upaya strategis yang dilakukan oleh kandidat politik untuk membangun dan mempromosikan *branding* diri di dalam ranah politik. *Political branding* sangat penting selama masa kampanye karena membantu menciptakan persepsi positif terhadap kandidat, memberikan informasi yang diperlukan kepada calon pemilih, dan menarik pemilih berdasarkan kualitas pribadi dan sosial-politik yang ditunjukkan oleh para kandidat. Oleh karena itu, dalam kampanyenya, para kandidat politik menonjolkan aspek individu dan sosial politiknya, yang dapat dilihat oleh khalayak luas. Kandidat politik memanfaatkan kekuatan media sosial untuk melakukan komunikasi politik di era modern. Pencitraan merek politik dapat dilaksanakan secara efektif melalui berbagai alat dan kemampuan yang disediakan oleh platform media sosial.

Strategi komunikasi yang efektif memainkan peran krusial dalam meningkatkan partisipasi politik, khususnya dalam konteks kampanye melalui media sosial. Penelitian ini telah mengidentifikasi bahwa penggunaan platform seperti Instagram oleh tim kampanye Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka berhasil menciptakan *political branding* yang kuat dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat secara signifikan. Dengan media sosial, khususnya Instagram, memberikan kesempatan bagi politisi untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih mereka melalui konten visual yang menarik dan interaktif. Fitur-

fitur seperti Instagram Stories, Reels, dan IGTV memungkinkan tim kampanye untuk menyampaikan pesan politik secara dinamis dan real-time, yang tidak hanya menarik perhatian audiens tetapi juga mendorong partisipasi aktif. Selain itu adanya interaksi langsung dengan pengikut melalui komentar, like, dan share membantu membangun hubungan yang lebih dekat dan personal antara kandidat dan pemilih. Strategi ini membuat pemilih merasa lebih terlibat dan dihargai, meningkatkan rasa keterlibatan mereka dalam proses politik. Bukti dari penelitian menunjukkan bahwa peningkatan interaksi ini berkorelasi positif dengan peningkatan partisipasi politik.

Penggunaan data pengguna untuk mempersonalisasi pesan kampanye juga terbukti efektif dalam menarik perhatian dan relevansi audiens. Pesan yang dipersonalisasi sesuai dengan preferensi dan kepentingan audiens membantu membangun political branding yang kuat dan meningkatkan kepercayaan serta dukungan pemilih. Melibatkan influencer dan tokoh publik dalam kampanye juga menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pesan kampanye dan meningkatkan kredibilitas kandidat. Influencer memiliki basis pengikut yang besar dan loyal, yang dapat membantu menyebarkan pesan kampanye lebih luas dan cepat. Konten visual yang menarik, seperti foto, video, dan infografis, memainkan peran penting dalam menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan politik secara efektif. Konten visual yang kuat tidak hanya menarik tetapi juga lebih mudah diingat oleh pemilih, sehingga membantu memperkuat pesan kampanye dan *political branding*.

Dengan demikian, Strategi komunikasi yang efektif melalui media sosial, terutama Instagram, terbukti mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

Dengan memanfaatkan berbagai fitur interaktif, personalisasi pesan, dan melibatkan influencer, tim kampanye Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka berhasil menciptakan political branding yang kuat dan meningkatkan dukungan pemilih. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial adalah alat yang sangat efektif dalam kampanye politik modern, memungkinkan politisi untuk berkomunikasi secara langsung dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pemilih mereka. Kesimpulannya, strategi komunikasi yang tepat tidak hanya meningkatkan keterlibatan dan partisipasi politik tetapi juga dapat menentukan hasil dari proses pemilihan umum.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa pasangan Prabowo-Gibran, pada pemilihan presiden dan wakil presiden di Pemilu 2024, telah efektif memanfaatkan fitur-fitur *political branding* di akun Instagram, [@prabowo.gibran2](https://www.instagram.com/prabowo.gibran2). Elemen-elemen ini terlihat jelas dalam konten tekstual dan visual. Dengan memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi politik dan membangun *political branding* yang kuat dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan politik pada pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024:

1. Keterlibatan dan berinteraksi: Platform media sosial Instagram memberikan peluang besar untuk melibatkan pemilih secara langsung. Tim dari Prabowo dan Gibran secara proaktif terlibat dalam komentar, pesan, dan *mention*, memupuk wacana, dan menjalin hubungan dengan para pendukung mereka. Dengan secara aktif mendengarkan isu-isu dan ide-ide pemilih, Prabowo dan Gibran dapat secara efektif menunjukkan aksesibilitas dan daya tanggap mereka, sehingga mendorong keterlibatan dan partisipasi yang lebih besar dari

publik.

2. Pengisahan cerita secara visual melibatkan penggunaan elemen visual seperti foto, film, dan infografis untuk menyampaikan narasi perjalanan politik, prinsip, dan ambisi Prabowo dan Gibran secara efektif. Visual memiliki tingkat kemudahan berbagi yang tinggi dan dapat menarik perhatian lebih efektif dibandingkan teks saja. Fokus utama mereka adalah menghasilkan konten yang menarik secara visual, mendidik, membangkitkan emosi, dan membina hubungan baik dengan pemilih.
3. Keaslian dan transparansi merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan pemilih. Prabowo dan Gibran harus memanfaatkan platform media sosial untuk memberikan wawasan tentang upaya kampanye mereka, proses di balik pengambilan keputusan, dan pandangan terhadap kehidupan pribadi mereka. Menyebarkan konten yang asli dan tulus membantu memanusiakan politisi dan meningkatkan keterhubungan mereka dengan pemilih, yang pada akhirnya memperkuat daya tarik dan kredibilitas mereka.
4. Mendukung para pemilih dan calon pemilih untuk membantu dalam eksistensi Prabowo-Gibran: Media sosial Instagram mempunyai potensi untuk berfungsi sebagai platform untuk memobilisasi pendukung dan mengubah mereka menjadi pendukung proaktif untuk kampanye Prabowo dan Gibran. Pendukung harus dilengkapi dengan alat, sumber daya, dan konten yang dapat dibagikan untuk meningkatkan pesan mereka dan berinteraksi dengan jaringan mereka. Memfasilitasi penciptaan informasi oleh pengguna dan mendukung inisiatif pengorganisasian akar rumput dapat memperluas pengaruh mereka dan

meningkatkan keterlibatan politik.

5. Penjangkauan Tertarget: Platform media sosial Instagram memiliki kemampuan menjangkau lebih jauh dari hanya sekedar di kota-kota besar saja, tapi diseluruh pelosok negeri dan luar negeri yang mendukung Prabowo-Gibran.

Dapat disimpulkan bahwa Prabowo dan Gibran dapat meningkatkan keterlibatan politik dalam pemilu 2024 mendatang dan meningkatkan peluang keberhasilan mereka dengan memanfaatkan media sosial secara terampil untuk membangun citra politik yang kuat, berinteraksi dengan pemilih, dan menggalang pendukung. Instagram menjadi platform penting untuk *political branding* Prabowo-Gibran. Kapasitas dalam berkomunikasi politik untuk mengirimkan postingan tidak terbatas pada satu tujuan sosial saja, menjadikan platform jaringan ini dapat diakses oleh spektrum pengguna yang luas dari berbagai latar belakang. Ini memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan kemampuan dasar Instagram dan mendorong peningkatan keterlibatan pengguna. Penggunaan grafik sebagai titik fokus utama yang menarik perhatian pengguna semakin diperkuat dengan penjelasan gambar yang menonjolkan visual terkini. Instagram memiliki kemampuan untuk membangkitkan emosi pemirsanya melalui prinsip-prinsip yang melekat di dalamnya. Meninjau kembali gagasan mendasar bahwa *political branding* adalah pendekatan strategis yang digunakan untuk menggalang empati pemilih, media sosial Instagram terbukti menjadi sarana yang efektif. Begitu pula dalam perannya sebagai politikus, Prabowo-Gilbran memanfaatkan Instagram sebagai media untuk membangkitkan emosi penonton dengan menampilkan visual yang memiliki daya

tarik untuk para pemilih. Jadi, keberhasilan pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dalam menarik daya pilih masyarakat merupakan persatuan antara strategi political branding yang telah mereka persiapkan dan rencanakan kemudian berjumpa dengan respon masyarakat, mereka berani untuk mengangkat apa yang menjadi daya tarik masyarakat dimana mereka tidak fokus dengan apa yang ada dalam pikiran mereka dalam menyampaikan gagasan politik secara kaku namun mengikuti trend yang ada dalam masyarakat Indonesia seiring dengan berkembangnya teknologi di era globalisasi ini.

5.2 Saran

Penelitian ini berfokus secara eksklusif pada strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan Prabowo-Gilbran untuk berinteraksi dengan pemilihnya melalui sosial media Instagram. Analisis yang dilakukan oleh peneliti hanya berdasarkan data yang disarikan dari postingan yang dibagikan di akun Instagram @prabowo.gilbran2. Peneliti hanya mengevaluasi elemen *political branding* melalui postingan Instagram dan menganalisis komunikasi politik pasangan Prabowo-Gibran. Peneliti hanya mengandalkan perspektif yang diperoleh dari cara kandidat politik menyampaikan pesannya melalui sarana visual dan tertulis. Hal ini dapat diartikan sebagai upaya yang disengaja untuk membangun merek politik selama kampanye. Selain itu, peneliti hanya berkonsentrasi pada platform media sosial Instagram untuk menganalisis konten postingan yang dikirimkan. Peneliti tidak menganalisis komunikasi internal platform media sosial lain, seperti Twitter dan TikTok.

Adanya keterbatasan peneliti di dalam penelitian mendorong harapan pada penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi terkait konten Instagram, komunikasi politik dan *political branding*. Terdapat beberapa hal Terdapat banyak celah yang dapat diperbaiki di dalamnya penelitian berikutnya. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan konsep lain untuk menangkap upaya *branding* kandidat politik dalam masa kampanye, misalnya dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Peneliti juga meyakini bahwa penelitian mengenai konten Instagram masih memiliki lahan yang luas untuk dieksplorasi. Kajian terhadap interaksi kandidat politik kepada publik melalui media baru dapat dieksplorasi lebih lanjut. Misalnya bagaimana interaksi dalam konten Instagram dikaitkan dengan aspek diskusi publik. Ini akan menjadi kajian yang menarik bagi peneliti dalam mengeksplorasi data. Penelitian selanjutnya juga dapat memanfaatkan cakupannya wadah-wadah media sosial yang lebih luas. Jika dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan media sosial Instagram, pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan variasi dengan menelaah akun kandidat politik baik di Instagram, Twitter, Tiktok, maupun media sosial lainnya. Hal ini akan memperkaya hasil kajian dalam penelitian selanjutnya.