

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) di era globalisasi saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu, kemajuan IPTEK terus meningkat dengan cepat dan tidak bisa dihindari. Munculnya Revolusi Industri 4.0 serta perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, bekerja, belajar, dan berinteraksi secara sosial (Schwab, 2016). Perubahan ini dirasakan tidak hanya oleh negara-negara maju, tetapi juga oleh negara-negara berkembang yang terus berusaha beradaptasi dengan arus globalisasi dan modernisasi.

Dalam aspek sosial dan budaya, kemajuan teknologi juga berdampak pada pola pikir dan perilaku masyarakat. Sebagai contoh, generasi muda semakin bergantung pada perangkat digital dan media sosial. Jika tidak digunakan dengan bijak, hal ini berpotensi mengakibatkan penurunan nilai moral dan etika (Turkle, 2011). Di sisi lain, perkembangan teknologi juga mempengaruhi interaksi sosial, di mana komunikasi langsung antarindividu semakin tergantikan oleh komunikasi virtual yang dapat mengurangi kedekatan emosional antar manusia (Bauman, 2000).

Media sosial dewasa ini telah berkembang menjadi salah satu sarana komunikasi publik yang sangat berpengaruh, termasuk dalam konteks politik. Salah satu platform yang memperoleh perhatian signifikan dari para aktor politik adalah Instagram. Sebagai media berbasis visual, Instagram menawarkan

fleksibilitas dalam menyampaikan pesan politik melalui berbagai format konten, seperti foto, video pendek, serta narasi teks yang mendukung. Format ini dianggap mampu membangun kedekatan secara emosional sekaligus memperkuat representasi diri politisi di ruang publik digital.

Menurut pemikiran Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial memiliki kemampuan untuk membuka ruang interaksi langsung antara pembuat konten dengan khalayak luas, melalui konten yang bersifat partisipatif dan mudah untuk dibagikan. Dengan karakteristik tersebut, politisi dapat menjalin hubungan yang lebih personal dan dinamis dengan masyarakat, sekaligus memperluas jangkauan pesan-pesan politik yang mereka bangun.

Instagram, dengan jumlah pengguna aktif bulanan yang melebihi dua miliar secara global, menjadi platform strategis yang potensial dalam membentuk persepsi publik, terutama di kalangan generasi muda yang lebih aktif terlibat dalam ruang digital. Dalam konteks ini, platform tersebut tidak hanya digunakan sebagai media promosi semata, tetapi juga sebagai arena konstruksi citra politik dan legitimasi diri di era komunikasi berbasis teknologi informasi (Enli, Gunn Skogerbø, 2013)

Pentingnya penelitian ini berakar pada fakta objektif bahwa Instagram telah bergeser fungsi dari sekadar media berbagi foto menjadi instrumen strategis utama bagi para aktor politik untuk memenangkan atensi publik. Dalam ekosistem digital saat ini, setiap politisi dipaksa untuk tidak hanya memaparkan visi dan misi secara konvensional, tetapi juga wajib mengekspos dimensi personal mereka agar terlihat lebih autentik dan kredibel di mata masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat mendesak untuk membedah bagaimana elemen visual seperti

dokumentasi kegiatan lapangan atau infografis program dapat bekerja dengan baik dalam membangun ingatan kolektif dan rasa percaya konstituen, terutama di tengah kompetisi politik yang berlangsung sangat dinamis serta penuh dengan tekanan informasi yang cepat (Filimonov, Kirill, Russmann, Uta, Svensson, 2016)

Lebih jauh lagi, urgensi kajian ini berkaitan erat dengan perubahan pola komunikasi masyarakat modern yang kini menginginkan sosok pemimpin yang mudah dijangkau tanpa melalui prosedur birokrasi yang berbelit-belit.

Keberadaan fitur interaktif seperti Instagram Stories atau kolom komentar telah memaksa para politisi untuk selalu bersikap responsif dalam memberikan jawaban atas berbagai pertanyaan maupun kritik dari warga secara seketika (*real-time*). Terdapat kebutuhan akademik yang mendalam untuk meneliti apakah kedekatan secara digital ini mampu menghasilkan hubungan emosional yang benar-benar tulus atau hanya menjadi sekadar komoditas tontonan semata. Jika seorang aktor politik gagal dalam mengelola interaksi digital tersebut, maka dukungan publik yang telah dibangun bisa saja runtuh dalam waktu singkat hanya karena kesalahan dalam memberikan respons di ruang siber.

Di sisi lain, penelitian ini menjadi sangat krusial mengingat karakteristik masyarakat digital saat ini yang sudah semakin cerdas, skeptis, dan memiliki kemampuan kritis yang tinggi. Konstituen digital memiliki kemampuan untuk membedakan mana pencitraan yang dilakukan secara jujur dan mana yang hanya merupakan rekayasa atau pengaturan semata demi kepentingan elektoral. Urgensi dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mendalam mengenai bagaimana seorang tokoh politik dapat menjaga konsistensi antara citra yang ditampilkan di layar ponsel dengan realitas tindakan yang dilakukan di kehidupan

nyata. Kesalahan kecil dalam mengonstruksi citra digital dapat berakibat fatal pada kerusakan reputasi jangka panjang, sehingga upaya menjaga integritas di dunia maya menjadi hal yang sangat vital untuk dikaji lebih lanjut.

Perubahan tren komunikasi politik saat ini membuat penggunaan media visual menjadi sangat penting untuk membentuk opini masyarakat. Karena pemilih sekarang lebih suka melihat konten visual di media sosial daripada mendengar pidato formal, para kandidat politik pun harus menyesuaikan cara mereka berkomunikasi. Itulah sebabnya penelitian ini penting untuk dilakukan, yaitu untuk melihat bagaimana pengelolaan konten visual di Instagram menjadi cara ampuh untuk membentuk citra positif dan menarik minat pemilih muda yang lebih aktif di dunia digital.

Selain itu, tampil apa adanya dan terbuka tentang kehidupan pribadi kini menjadi kunci untuk menjalin kedekatan emosional dengan audiens. Instagram memberikan ruang bagi politisi untuk menunjukkan sisi kemanusiaan mereka melalui cerita pribadi, yang dalam penelitian ini dianggap sebagai upaya untuk memperbaiki kepercayaan masyarakat yang mulai menurun terhadap dunia politik. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana cerita kehidupan sehari-hari tersebut diolah secara serius menjadi alat kampanye atau political branding untuk membangun kepercayaan dan kedekatan dengan masyarakat.

Terakhir, tantangan paling nyata yang menjadikan penelitian ini sangat mendesak adalah ancaman dari fenomena hoaks dan disinformasi yang menyebar luas di media sosial. Di tengah banjir informasi yang sangat deras dan tidak terfilter, sebuah pesan politik sangat rentan untuk dipotong-potong, dipelintir, atau dimanipulasi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Sangat krusial

untuk meneliti bagaimana seorang politisi mampu memastikan bahwa pesan yang ia sampaikan tetap konsisten, akurat, dan terlindungi dari segala bentuk manipulasi digital. Memahami metode untuk menjaga kebenaran informasi serta kredibilitas konten di Instagram telah menjadi urusan hidup dan mati bagi keberlangsungan karier politik seseorang di era digital yang penuh dengan risiko dan ketidakpastian ini. Lebih jauh lagi, politisi juga harus memahami bagaimana algoritma di media sosial berfungsi. Instagram memiliki algoritma yang menentukan konten mana yang muncul lebih sering di feed penggunanya. Semakin banyak interaksi yang didapatkan suatu konten, semakin besar kemungkinan konten tersebut untuk dilihat oleh lebih banyak orang. Oleh karena itu, politisi perlu menyesuaikan konten dan juga isi pesan mereka agar dapat menarik perhatian dan interaksi audiens yang lebih besar. Tuten dan Solomon (2017) menyarankan bahwa untuk sukses dalam *Political Branding* melalui media sosial, politisi harus mampu mengoptimalkan interaksi dengan audiens mereka sesuai dengan cara kerja algoritma Instagram.

Selain itu, Instagram menyediakan fitur *analytics* yang memungkinkan politisi untuk mengukur seberapa berhasil upaya *branding* mereka. Dengan fitur ini, politisi dapat melihat siapa yang melihat menyukai, dan berkomentar pada konten yang mereka unggah. Data ini sangat berharga karena membantu politisi memahami audiens mereka dengan lebih baik dan membuat penyesuaian yang diperlukan dalam komunikasi mereka. Solomon (2018) berpendapat bahwa analitik ini menjadi penting dalam mengevaluasi keberhasilan komunikasi digital dan untuk mengetahui apa yang bekerja dan apa yang tidak. Dengan data yang

tepat, politisi dapat lebih mudah menyesuaikan mereka dan memaksimalkan dampak pesan yang disampaikan.

Adanya hal tersebut juga melibatkan dimana adanya para aktor politik yang berasal dari dunia non-politik dan salah satu contohnya adalah artis yang dimana mereka berasal dari dunia entertainment. Fenomena “artis nyaleg” juga ramai terjadi dan beberapa contoh diantaranya adalah Verrel Bramasta, Uya Kuya, Denny Cagur. Selain mencalonkan diri ke lembaga legislatif ada salah satu arti yang mencalonkan diri sebagai bupati untuk kota Indramayu yaitu Lucky Hakim.

Lucky Hakim tidak bisa dikatakan orang baru yang masuk ke dunia politik karena sebelumnya dirinya menjabat sebagai wakil calon bupati, tetapi dirinya mengundurkan diri karena ada beberapa hal yang dia rasakan bahwa dirinya tidak pantas menjadi wakil bupati karena dirinya menjabat dan digaji, tetapi tidak mendapatkan tugas yang signifikan dan merasa kurang mengoptimalkan jabatannya sebagai wakil bupati. Titik menonjol yang bisa diambil adalah bahwa dirinya juga berasal dari dunia entertainment. Dirinya pernah bermain di sinetron, film dan memiliki rumah produksi untuk hal yang berkaitan dengan entertainment juga.

Transisi dari dunia hiburan dan menuju ke dunia politik membuat penulis menyadari bahwa ada beberapa hal yang telah dilakukan sehingga perubahan itu bisa terjadi secara baik dan berhasil. Bagaimana dirinya merangkak sebagai orang yang dinilai kompeten di dunia hiburan lalu dia berpindah ke dunia politik dimana kompetensi sangat dipertimbangkan ketika masuk ke ranah tersebut. Upaya yang sudah dilakukan dirinya dalam media sosial merupakan salah satu alat yang sangat membantu dalam membantu dari transisi perpindahan tersebut.

Berbekal modal sosial dari industri hiburan dan rekam jejak di dunia birokrasi, Lucky Hakim mengadopsi pendekatan yang lebih kontemporer dalam menghadapi dinamika politik saat ini. Alih-alih terpaku pada popularitas konvensional, ia mereposisi perannya menjadi aktor politik digital dengan menjadikan Instagram sebagai instrumen komunikasi politik yang utama. Melalui akun @luckyhakimofficial, platform ini dimanfaatkan secara strategis untuk menyusun narasi politik, menghimpun dukungan, serta menciptakan dialog interaktif dengan konstituen, yang sekaligus menegaskan adaptabilitasnya terhadap kemajuan teknologi komunikasi.

Pemilihan Instagram sebagai fokus utama dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan strategis, baik dari segi karakteristik media maupun konten yang diunggah oleh subjek penelitian. Instagram memiliki keunggulan sebagai platform visual yang mendukung penyampaian pesan politik secara menarik dan interaktif. Berdasarkan hasil pengamatan terhadap aktivitas digital Lucky Hakim, ditemukan bahwa sebagian besar konten yang bersifat politis seperti promosi program kerja, aktivitas kampanye, interaksi publik, hingga pencitraan peran sosial lebih sering disampaikan melalui akun Instagram resminya dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Sementara itu, kanal YouTube yang dimiliki oleh Lucky Hakim lebih banyak memuat konten yang berkaitan dengan minat personal, khususnya seputar hewan peliharaan, kegiatan peternakan, serta hobi lainnya. Walaupun konten semacam ini turut membentuk dimensi *personal branding*, namun tidak secara eksplisit memperkuat citra politik dalam konteks kompetisi elektoral, khususnya Pilkada

2024. Dengan kata lain, relevansi pesan politik lebih terwakili di Instagram ketimbang di YouTube.

Dari aspek frekuensi penggunaan, Instagram juga menunjukkan intensitas pemanfaatan yang lebih tinggi. Lucky Hakim secara konsisten menggunakan fitur-fitur seperti unggahan *Feed*, *Stories*, *Reels*, dan siaran langsung (*Live*) untuk berinteraksi dengan audiens dan menyampaikan pesan politiknya. Pola penggunaan ini memperlihatkan bahwa Instagram menjadi media pilihan utama dalam mengembangkan isi pesan komunikasi politiknya, terutama dalam menjangkau segmen pemilih muda yang cenderung aktif di ruang digital berbasis visual.

Adanya hal tersebut, fokus penelitian pada Instagram bukan hanya dipengaruhi oleh popularitas platform tersebut, melainkan karena tingginya relevansi isi, konsistensi aktivitas digital, serta perannya dalam proses pembentukan citra politik. Walaupun YouTube juga digunakan, platform tersebut lebih mencerminkan dimensi personal non-politik, sehingga kurang relevan untuk dijadikan fokus utama dalam analisis *Political Branding* yang menjadi inti kajian ini.

Lucky Hakim adalah seorang figur publik yang dikenal luas di Indonesia, tidak hanya sebagai aktor dan presenter, tetapi juga sebagai tokoh yang aktif dalam dunia politik. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, banyak figur publik seperti Lucky Hakim yang memanfaatkan media sosial untuk membangun citra mereka dan berinteraksi dengan pengikut. Instagram, yang menjadi salah satu platform media sosial terpopuler, adalah alat yang bisa berguna bagi Lucky Hakim untuk mengelola dan membangun *Political Branding*-nya. Melalui akun Instagram

@luckyhakimofficial, ia memperkenalkan dirinya lebih dekat dengan publik, menampilkan sisi pribadi yang dapat membentuk persepsi masyarakat, khususnya dalam ranah politik.

Lucky Hakim lahir pada 12 Januari 1978 di Cilacap, Indonesia, dan memulai kariernya di dunia hiburan sebagai aktor dan presenter. Sejak muda, ia sudah menunjukkan kemampuannya dalam seni peran, yang kemudian membawanya dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Namun, selain di dunia hiburan, Lucky juga menjajal dunia politik. Pada tahun 2019, ia memutuskan untuk bergabung dengan Partai Amanat Nasional (PAN) dan mencalonkan diri sebagai anggota legislatif. Keputusan ini membawa perubahan besar dalam hidupnya, menjadikannya tidak hanya sebagai seorang selebriti, tetapi juga sebagai politisi yang berusaha mewakili aspirasi rakyat (Syahrial, 2023)

Dirinya juga pernah menjabat menjadi wakil bupati Indramayu di tahun 2021, tetapi disaat masa menjabatnya ia mengundurkan diri karena ia merasa selama menjabat posisi sebagai wakil bupati ia tidak mendapatkan tugas dan dirinya tetap dibayar. Dalam pengakuannya ia juga mengatakan bahwa fasilitas mewah yang telah diterima dinilai sebagai pemborosan. Hal tersebut dirasa olehnya untuk harus segera diberhentikan dan rakyat juga merasa betapa menganggunya Lucky di posisi jabatan sebagai wakil bupati.

Lucky Hakim diketahui memiliki sejumlah usaha atau bisnis di luar kariernya sebagai selebriti dan politisi. Keterlibatannya dalam dunia bisnis menggambarkan sisi lain dari dirinya sebagai seorang wirausahawan. Salah satunya di bidang peternakan dan satwa, di mana ia mengelola penangkaran hewan eksotis seperti reptil, burung, dan ikan. Kecintaannya terhadap hewan ini juga tercermin dalam

bisnis jual beli satwa yang ia jalankan, yang sering ia bagikan melalui media sosial. Selain itu, Lucky juga merambah dunia kuliner dengan bisnis makanan dan minuman, serta terlibat dalam bisnis produk kesehatan, khususnya herbal dan suplemen, yang berhubungan dengan minatnya pada gaya hidup sehat.

Selama ini, akun Instagram @luckyhakimofficial lebih banyak menyajikan sisi personal Lucky, seperti aktivitas olahraga dan interaksi dengan satwa-satwa antik miliknya. Konten-konten ini cenderung memosisikan dirinya sebagai seorang penghobi satwa dan praktisi gaya hidup sehat, bukan sebagai tokoh politik yang sedang berkontestasi. Isu-isu politik pun tampak hanya menjadi topik sampingan yang muncul secara tidak menentu, jauh dari kesan kampanye yang intensif.

Oleh karena itu, penelitian ini secara khusus menetapkan periode waktu di mana terjadi pergeseran konten yang signifikan pada akun tersebut. Fokus observasi diarahkan pada fase transisi, di mana Lucky mulai meninggalkan dominasi konten personal dan beralih ke unggahan yang lebih konsisten serta terstruktur mengenai agenda politiknya sebagai calon bupati. Pemilihan periode ini krusial untuk membedah bagaimana strategi *political branding* tersebut sengaja disusun dan ditransformasikan untuk memengaruhi persepsi audiens di media sosial.

Sebagai figur publik dengan banyak pengikut di media sosial, Lucky juga mendapatkan penghasilan dari endorsement produk seperti fashion, kesehatan, dan kebutuhan rumah tangga. Semua usaha ini menunjukkan kemampuannya memanfaatkan personal branding untuk memperluas jangkauan dan visibilitas bisnisnya.

Lucky juga maju sebagai calon Bupati Indramayu dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2024. Ia mencalonkan diri bersama Syaefudin yang menjadi pasangan calon wakil bupati. Pasangan ini diusung oleh Partai NasDem, dengan Lucky Hakim sebagai calon bupati dan Syaefudin sebagai calon wakil bupati. Pada Pilkada Indramayu 2024, pasangan Lucky Hakim dan Syaefudin berhasil memenangkan kontestasi dengan meraih sekitar 68,15% suara, mengalahkan dua pasangan calon lainnya. Pasangan Nina Agustina dan Tobroni mendapatkan 227.124 suara, sedangkan pasangan Bambang Hermanto dan Kasan Basari memperoleh 61.411 suara.

Setelah rekapitulasi suara selesai, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Indramayu mengumumkan pasangan Lucky Hakim dan Syaefudin sebagai pemenang Pilkada 2024. Kemenangan ini menandai babak baru bagi Lucky Hakim dalam perjalanan politiknya, setelah sebelumnya dikenal luas sebagai selebriti dan presenter. Dengan beragam pengalamannya, diharapkan ia dapat memberikan kontribusi positif bagi kemajuan Kabupaten Indramayu.

Sebagai politisi yang masih terbilang baru, Lucky Hakim memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, untuk membangun *Political Branding*. Melalui akun Instagram @luckyhakimofficial, ia sering mengunggah berbagai konten yang mencerminkan aktivitas politiknya, pandangan tentang isu-isu sosial, serta program-program yang ia usung. Ia juga kerap membagikan momen-momen pribadinya, seperti kebersamaan dengan keluarga, sahabat, serta kegiatan sosial yang ia lakukan. Tujuan dari semua ini adalah untuk menciptakan citra positif dan menjalin kedekatan dengan audiens, terutama dengan konstituen yang ia harapkan mendukungnya dalam perjalanan politiknya.

Namun, membangun *Political Branding* di Instagram bukanlah hal yang mudah bagi Lucky Hakim. Sebagai figur publik yang juga terkenal di dunia hiburan, ia harus menghadapi tantangan dalam memisahkan citra sebagai selebriti dan politisi. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana Lucky Hakim menggunakan media sosial, khususnya Instagram, untuk membangun citra politik yang sesuai dengan nilai-nilai yang ia anut dan yang diharapkan oleh masyarakat dari seorang pemimpin. Konsistensi pesan politik yang ia sampaikan, respons terhadap kritik dan masukan dari publik, serta cara ia berinteraksi dengan masyarakat adalah aspek penting yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan konsep *Political Branding* dari Needham (2005) dan digunakan untuk menganalisis apa yang telah dibangun oleh Lucky Hakim melalui akun Instagram @luckyhakimofficial. Dengan mempelajari bagaimana Lucky Hakim memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk membentuk citra politiknya, diharapkan dapat memberikan wawasan tentang komunikasi politik dalam membangun isi pesan dengan baik di era digital. Penelitian ini juga akan menyoroti bagaimana ia memadukan identitas pribadi dan profesional untuk menciptakan kedekatan dengan audiens serta bagaimana keberhasilan atau kegagalannya dalam membangun citra tersebut dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadapnya sebagai seorang politisi.

Dalam era komunikasi politik kontemporer, media sosial terutama Instagram tidak lagi sekadar dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi, melainkan telah bertransformasi menjadi platform untuk pembentukan identitas politik serta penguatan keterhubungan antara tokoh politik dan khalayak. Peran ini menjadi semakin signifikan mengingat kelompok usia 18 hingga 34 tahun yang

mendominasi jumlah pemilih aktif di Indonesia juga tercatat sebagai pengguna terbanyak platform Instagram (We Are Social & Hootsuite, 2024).

Salah satu tokoh yang memanfaatkan platform ini secara aktif adalah Lucky Hakim, yang memiliki lebih dari 380.000 pengikut di akun @luckyhakimofficial. Ia menggunakan Instagram untuk menyampaikan pemikirannya, membentuk citra politik, serta menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat. Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti karena Lucky Hakim berasal dari dunia hiburan, namun kini bertransformasi menjadi sosok politisi yang membangun personal branding secara serius melalui media digital.

### Gambar 1.1. Profil Instagram Lucky Hakim



(Sumber: Akun Instagram @luckyhakimofficial)

Urgensi penelitian ini terletak pada belum ditemukannya kajian yang secara komprehensif membahas isi pesan *Political Branding* Lucky Hakim melalui akun Instagram miliknya, terutama dalam konteks kontestasi Pilkada 2024. Mengingat ia berhasil meraih kemenangan dengan perolehan suara sebesar 68,15%, pendekatan komunikasi yang ia gunakan menunjukkan efektivitas tertentu yang relevan untuk dianalisis secara akademis.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan bagaimana *Political Branding* yang dilakukan oleh Lucky Hakim melalui akun Instagram @luckyhakimofficial?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi political branding Lucky Hakim melalui akun Instagram @luckyhakimofficial dalam kampanye Pilkada 2024. Fokus utama studi ini adalah membedah elemen visual serta naratif yang digunakan untuk membangun citra politik, sekaligus memahami bagaimana komunikasi digital tersebut membentuk persepsi masyarakat terhadap sosok Lucky Hakim sebagai aktor politik.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang luas, tidak hanya bagi penulis, tetapi juga bagi khalayak umum dan pembaca. Berikut adalah rincian manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini:

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam bidang komunikasi politik

dan branding politik di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian akademik terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembentukan citra politik.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi politisi, praktisi komunikasi politik, konsultan kampanye, maupun masyarakat luas tentang bagaimana branding politik dapat diterapkan secara optimal melalui media sosial, khususnya Instagram. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan dalam menyusun dan mengevaluasi komunikasi politik yang sesuai dengan pola konsumsi media masyarakat saat ini.