

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah “Bagaimana strategi politik selebriti Muhammad Farhan dalam memenangkan pemilu legislatif 2019?” dengan menggunakan teori dari Mark Wheeler (2003) berdasarkan strategi digital di Instagram yang berasal dari kegiatan kampanye yang dilakukan secara konvensional. Muhammad Farhan menjadi satu-satunya calon yang lolos menjadi anggota DPR RI yang berasal dari daerah pemilihan Jawa Barat I dengan 52.033 suara. Tentunya Farhan memiliki strategi untuk dapat dipilih oleh konstituenya, salah satu strateginya adalah lewat media sosial Instagram pada akun @hmfarhanbdg. Terkait dengan hal tersebut, Muhammad Farhan menggunakan Instagram untuk membangun *personal branding*-nya pada akun @hmfarhanbdg. Dalam membangun *branding*-nya di Instagram, Farhan sebagai *celebrity politician* menampilkan postingan aktivitas politik pada masa kampanye yang jika dilihat sangat dekat dengan masyarakat. Farhan memperlihatkan bagaimana ia dekat dengan masyarakat dengan melakukan sosialisasi pemilu, dekat dengan tokoh-tokoh publik, organisasi/kelompok masyarakat dan menanggapi isu-isu nasional maupun internasional, mulai dari isu lingkungan, Pendidikan dan kesehatan. Postingan Muhammad Farhan mulai 10 Februari 2019 juga selalu konsisten menaruh logo MF di pojok kanan/kiri atas bersamaan dengan logo Partai Nasdem dan angka 5. Lalu, pada *caption* tiap postingan Farhan juga menggunakan lima *hashtag* yang selalu digunakan di Instagram @hmfarhanbdg, yakni #CalegNasDem #1MuhammadFarhan #NasDem5 #PartaiNasDem #PolitikTanpaMahar #NENGMAJI. Jika dilihat dari data di Instagram, Muhammad Farhan memiliki 49.500 ribu *followers* dan ketika masa kampanye Farhan memposting 320 konten dengan jumlah komentar 1932 komen.

Farhan juga aktif dalam melakukan aktivitas politik sebagai *agency* bagi Partai Nasdem dan capres Jokowi-Ma'ruf, diperlihatkan ketika Farhan memposting memberikan penjelasan dari tujuan politik Partai Nasdem dan saat

melakukan *endorse* terhadap pasangan calon presiden Jokowi-Ma'ruf, dengan ikut turun langsung mengkampanyekan capres 01. Farhan juga melakukan kegiatan *activism* dengan mengikuti kegiatan terkait dengan isu lingkungan, tentang gerakan pencegahan *stunting*, dan ikut gerakan *down syndrome* dan lain-lainya. Kegiatan *agency* sekaligus *activism* juga dilakukan oleh Farhan dengan memberikan beberapa poin setelah debat capres, membahas tentang ketahanan pangan, energi terbarukan dan perusahaan perintis di Indonesia.

Dalam lingkup internasional Muhammad Farhan memperlihatkan pada Instagramnya melakukan *advocacy* dengan menjadi Direktur Media & PR di perhelatan Asian Para Games 2018, memperingati *Autism Awareness Day* dalam acara *Light It Up Blue*, mengikuti dan mengajak masyarakat untuk mematikan listrik demi lingkungan dan lainnya. Aktivitas *diplomacy* juga dilakukan oleh Farhan dengan memenuhi undangan kedubes New Zealand dalam rangka pengenalan budaya Indonesia di mata dunia di kota Wellington dan mengikuti acara *Sport Tourism* bersama dengan tim sepeda Indonesia di Ehime, Jepang. Seluruh aktivitas politik Muhammad Farhan mulai dari sebagai *celebrity politician*, melakukan *agency* dan *activism*, serta melakukan *advocacy* dan *diplomacy*, mendapatkan respon positif dari masyarakat. Mayoritas masyarakat memberikan komentar positif pada postingan Muhammad Farhan, hal ini dilihat dari kumpulan data komentar hasil dari RapidMiner.

Melalui strategi yang dilakukan oleh Muhammad Farhan di Instagram yang berasal dari kegiatan strategi konvensional sebagai *celebrity politician* dan *celebrity endorsmen* memperlihatkan bahwa, kampanye secara konvensional dinilai lebih efektif dan memberikan kontribusi yang lebih besar atas kemenangan Muhammad Farhan menjadi Anggota DPR RI 2019. Namun, walaupun belum ada alat ukur untuk mengukur keefektifan media sosial Instagram dalam kemenangan Farhan menjadi anggota DPR RI, tetapi jika dinilai oleh pengamat komunikasi politik itu memberikan kontribusi yang cukup besar dan jika dilihat dari respon masyarakat, komentar masyarakat positif dan mendukung Farhan untuk memenangkan pemilu legislatif, karena

selain memanfaatkan kemampuan berkampanye secara konvensional, faktor kemenangan Muhammad Farhan juga berasal dari aktifnya Farhan dalam memanfaatkan media sosial khususnya Instagram.

5.2 Saran

Para calon legislatif yang berasal dari latar belakang selebriti dalam merancang strategi politik di media sosial khususnya Instagram tentunya dapat menggunakan kreativitasnya semaksimal mungkin dalam menampilkan aktivitas politik yang dilakukan oleh caleg dari kalangan selebriti. Namun, tetap mengedepankan kepentingan masyarakat sehingga program yang dihasilkan tepat sasaran. Dibentuknya tim khusus yang mengelola akun media sosial dalam melaksanakan strategi *personal branding* guna merancang inovasi program baru, untuk menarik dukungan masyarakat.