

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Wibi Andrino berhasil dalam melakukan political branding dalam meningkatkan jumlah suara pada pemilu legislatif 2019 pada media sosial instagram. Terkait dengan hal ini, Wibi Andrino juga terpilih sebagai Anggota DPRD DKI Jakarta periode 2019 – 2024. Dalam membangun *political branding* di instagram, Wibi Andrino berhasil memanfaatkan brand-brand politik yang berhasil diciptakan saat melakukan aktivitas politiknya sehari-hari. Wibi Andrino sebagai seorang caleg, memiliki semua yang ada didalam indikator *personal political brands*, mulai dari banyaknya pengalaman politik, keterampilan, nilai-nilai, dan karakteristik yang khas di dalam diri Wibi Andrino. Sehingga pada akhirnya, masyarakat mampu mengenal dengan baik sosok caleg seperti apa yang akan dipilih dan menjadi pemimpin jika memenangkan pemilu legislatif 2019.

Kemudian dengan menggunakan *brand-brand positive* yang khas dalam setiap postingan Wibi Andrino di instagram @wibiandrino tentunya akan membuat masyarakat memahami Wibi Andrino sebagai caleg dan apa yang sedang diperjuangkan. Wibi Andrino disini berusaha untuk mengkomunikasikan pesan politik mereka dengan jelas dan konsisten di platform instagram @wibiandrino melalui penggunaan logo dan hashtags pada tiap postingannya. Dengan membuat brand yang unik, partai dapat mengkomunikasikan nilai dan visi mereka kepada publik dengan jelas dan ringkas. Disini Wibi Andrino berusaha mengembangkan *brand-brand positive* yang dapat dikenali dengan mudah oleh masyarakat.

Strategi lain yang dilakukan Wibi Andrino dalam membranding sebagai caleg adalah dengan menampilkan kedekatannya bersama para kalangan selebriti (*celebrity endorsement*). Dukungan dari selebritas untuk Wibi Andrino, karena Wibi Andrino juga berteman dengan banyak artis dan banyak pula yang memberikan simpati untuk mendukungnya maju sebagai caleg pada pemilu 2019. Dukungan dari selebritas dapat menstimulus dukungan suara terhadap caleg karena adanya eksposur yang telah dimiliki oleh masing-masing selebriti, sehingga berdampak juga pada dukungan dan perolehan suara terhadap caleg.

Keterlibatan pengguna media sosial khususnya di instagram juga menentukan keberhasilan political branding Wibi Andrino. Hal ini dapat diukur dari beberapa aspek, yakni jumlah pengikut (*followers*), tren pembicaraan (*trending topic*), *like*, komentar, dan jumlah postingan. Pada aspek followers Wibi Andrino memiliki 78.000 pengikut dan aktifnya Wibi Andrino dalam membuat postingan sehingga postingan-postingan tersebut nampak memiliki banyak likes dan beberapa komentar dari warga net. Tentu dengan tingginya keterlibatan pengguna dalam berinteraksi di instagram @wibiandrino secara tidak langsung Wibi Andrino mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari masyarakat sehingga mau menyukai dan mengomentari postingan yang ada di instagram @wibiandrino.

Wibi Andrino yang melakukan political branding di instagram @wibiandrino juga terlihat mengatasmakan suatu isu saat sedang terjun langsung menyelesaikan permasalahan yang terjadi di masyarakat dan dibantu dengan tim suksesnya pada masing-masing dapil. Dimana internal alignment yang ditampilkan di instagram @wibiandrino dengan memperlihatkan turun langsung ke jalan dan adanya rumah aspirasi Wibi Andrino. Dengan demikian, internal alignment yang dilakukan Wibi Andrino bukan hanya tentang koordinasi internal yang baik tetapi juga tentang menciptakan pondasi yang kuat untuk mempengaruhi dan menginspirasi pemilih dengan cara yang konsisten dan meyakinkan.

Dalam political branding, komunikasi politik yang efektif adalah kunci utama bagi keberhasilan seorang calon legislatif (caleg). Melalui penggunaan strategis media sosial seperti instagram, Wibi Andrino dapat menyampaikan pesan-pesan kampanye dengan cara yang menarik dan relevan bagi audiens yang luas. Dengan turun langsung ke masyarakat dan menyerap aspirasi dan memahami permasalahan masyarakat lalu mencari solusi terbaik, Wibi Andrino membuktikan kemampuan untuk merespons kebutuhan masyarakat menjadi ciri penting dari komunikasi politik yang sukses. Selain itu, keaslian dan konsistensi dalam pesan-pesan yang disampaikan membantu membangun citra yang dapat dipercaya dan dapat diandalkan bagi pemilih.

Wibi Andrino dalam menerapkan kebijakan yang dibuat, tidak hanya mencerminkan nilai-nilai dan visi politik caleg, tetapi juga menunjukkan komitmen mereka terhadap isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat.

Penggunaan konten visual seperti video pendek atau gambar yang kuat dapat membantu mengilustrasikan kebijakan dengan cara yang mudah dimengerti oleh masyarakat. Seorang caleg yang mampu merumuskan kebijakan-kebijakan yang relevan dan solutif dapat meningkatkan daya tarik mereka di mata pemilih yang mencari solusi atas masalah-masalah konkret yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Disarankan calon legislatif (caleg) dalam membentuk political branding di instagram tentunya dapat menggunakan kreativitasnya dalam menampilkan aktivitas politik yang dilakukan secara maksimal, namun dengan tetap mengedepankan kepentingan dan kebutuhan masyarakat sehingga program dan tujuan yang ingin dihasilkan tepat pada sasaran. Dapat membentuk tim khusus yang mengelola akun instagram agar lebih bervariasi dalam inovasi dan ide-ide yang menarik sehingga masyarakat tertarik dan memberikan dukungan.

2. Saran Teoritis

Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam terhadap political branding seorang caleg di media sosial lainnya, tidak hanya di instagram namun dapat juga ke tiktok, twitter, maupun facebook pada pemilu legislatif mendatang. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan teori dan objek serta metode yang berbeda dalam penelitiannya.