



***POLITICAL BRANDING RIEKE DIAH PITALOKA MELALUI
INSTAGRAM @RIEKEDIAHP PADA PEMILU LEGISLATIF 2024***

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik

Nama : Mahalia Sinta Auranti

NIM : 2110413148



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**



***POLITICAL BRANDING* RIEKE DIAH PITALOKA MELALUI
INSTAGRAM @RIEKEDIAHP PADA PEMILU LEGISLATIF 2024**

SKRIPSI

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Politik**

MAHALIA SINTA AURANTI

2110413148

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Mahalia Sinta Auranti

NIM : 2110413148

Program Studi : S1 Ilmu Politik

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 03 Februari 2026



Yang menyatakan,

(Mahalia Sinta Auranti)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mahalia Sinta Auranti
NIM : 2110413148
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik
Judul Skripsi : *Political Branding Rieke Diah Pitaloka melalui Instagram @Riekediahp pada Pemilu Legislatif 2024*

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

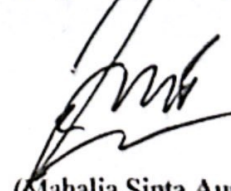
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 03 Februari 2026

Yang menandatangani,



(Mahalia Sinta Auranti)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mahalia Sinta Auranti
NIM : 2110413148
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**(POLITICAL BRANDING RIEKE DIAH PITALOKA MELALUI
INSTAGRAM @RIEKEDIAHP PADA PEMILU LEGISLATIF 2024)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 03 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Mahalia Sinta Auranti)

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Mahalia Sinta Auranti
NIM : 2110413148
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik
JUDUL : Political Branding Rieke Diah Pitaloka Melalui Instagram @riekediahp pada Pemilu Legislatif 2024

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Anwar Ilmar, S.Sos., M.IP.)

Penguji 1,



(Dr. Nurdin, M.Si.)

Penguji 2



(Lia Wulandari, S.Sos, M.PP.)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Senin, 29 Desember 2025

***POLITICAL BRANDING RIEKE DIAH PITALOKA MELALUI
INSTAGRAM @RIEKEDIAHP PADA PEMILU LEGISLATIF 2024***

Mahalia Sinta Auranti

Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *political branding* Rieke Diah Pitaloka selama kampanye Pemilu Legislatif 2024 melalui media sosial Instagram. Fokus penelitian diarahkan pada pembentukan nilai, kepribadian, dan ideologi politisi perempuan, serta peran media sosial dalam membangun hubungan emosional dengan pemilih. Penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan politik tidak hanya dipengaruhi oleh praktik politik uang, tetapi juga oleh kepercayaan dan kedekatan emosional yang dibangun secara berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, wawancara mendalam, serta analisis konten Instagram menggunakan RapidMiner. Data penelitian terdiri atas 50 unggahan Instagram yang dipublikasikan selama periode kampanye 28 November 2023 hingga 14 Februari 2024, meliputi teks, gambar, video, serta interaksi audiens berupa *likes* dan komentar. Hasil analisis menunjukkan bahwa tema konten terbagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu *Advocacy and Social Justice* (33%), *Local Community Engagement* (39%), dan *Legislative and Political Update* (28%), yang mencerminkan keseimbangan antara advokasi nilai ideologis, kedekatan dengan masyarakat, dan kapasitas legislasi. Secara kuantitatif, konten advokasi yang berkaitan dengan isu BPJS, perlindungan pekerja perempuan, buruh migran, serta hak konstitusional rakyat memperoleh tingkat *engagement* paling tinggi, sedangkan konten yang bersifat formal dan institusional menunjukkan interaksi yang lebih rendah. Analisis korelasi menunjukkan hubungan positif yang kuat antara jumlah *likes* dan komentar ($r = 0,81$). Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram berperan penting dalam pembentukan *political branding* berbasis nilai serta memperkuat loyalitas politik digital.

Kata Kunci: *political branding*, Rieke Diah Pitaloka, Instagram, kampanye legislatif, keterlibatan politik

***POLITICAL BRANDING OF RIEKE DIAH PITALOKA THROUGH
INSTAGRAM @RIEKEDIAHP IN THE 2024 LEGISLATIVE ELECTIONS***

Mahalia Sinta Auranti

Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the political branding strategy of Rieke Diah Pitaloka during the 2024 Legislative Election campaign through Instagram. The research focuses on the construction of values, personality, and ideology of a female politician, as well as the role of social media in building emotional connections with voters. The study indicates that political support is not solely influenced by money politics, but is also shaped by trust and sustained emotional closeness. This research adopts a qualitative approach using netnography, in depth interviews, and Instagram content analysis supported by RapidMiner. The data consist of 50 Instagram posts published during the campaign period from November 28, 2023 to February 14, 2024, including text, images, videos, and audience interactions in the form of likes and comments. The results show that content themes are categorized into three main groups: Advocacy and Social Justice (33 percent), Local Community Engagement (39 percent), and Legislative and Political Update (28 percent), reflecting a balance between ideological advocacy, community engagement, and legislative capacity. Quantitatively, advocacy related content associated with BPJS issues, the protection of female workers, migrant laborers, and citizens' constitutional rights generated the highest engagement levels, while more formal and institutional content tended to receive lower interaction. Correlation analysis reveals a strong positive relationship between the number of likes and comments ($r = 0.81$). These findings indicate that Instagram plays a significant role in shaping value based political branding and strengthening digital political loyalty.

Keywords: *political branding, Rieke Diah Pitaloka, Instagram, legislative campaign, political engagement*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Political Branding Rieke Diah Pitaloka melalui Instagram @riekediahp pada Pemilu Legislatif 2024”** tepat pada waktunya. Penulisan skripsi di susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan secara jasmani, rohani, dan akal sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Anwar Ilmar, S.Sos., M.IP. Selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan waktu, motivasi, dan arahan yang sangat berarti dalam proses perancangan dan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Nurdin, M.Si selaku dosen penguji I dan Ibu Lia Wulandari, S.Sos, M.PP selaku dosen penguji II atas saran, kritik, dan masukannya yang sangat berarti dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh dosen program studi Ilmu Politik UPNVJ yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat untuk penulis semasa kuliah.
5. Narasumber dalam penelitian ini meliputi Bapak Muhammad Rizky selaku anggota tim kampanye Rieke Diah Pitaloka, Bapak Iwan Chan sebagai tim media sosial Rieke Diah Pitaloka, Bapak Herry Pasrani Mendrofa sebagai pengamat politik, serta para pengikut akun Instagram Rieke Diah Pitaloka yang bersedia untuk diwawancarai, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
6. Kedua orang tua tercinta, penulis mengucapkan terima kasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang senantiasa diberikan. Ayah dan Mama selalu memberikan yang terbaik melalui doa, usaha, serta dukungan moral dan finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-

anaknyanya. Penulis berharap Ayah dan Mama senantiasa diberikan kesehatan dan umur panjang untuk menyaksikan setiap pencapaian penulis di masa mendatang.

7. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan dan kehadiran kalian yang membantu penulis bertahan hingga penelitian ini selesai.
8. Mahalia Sinta Auranti, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang sudah berjuang menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit rasanya bisa bertahan sampai di titik ini. Terima kasih karena tetap hidup dan terus merayakan dirimu sendiri, meskipun sering kali merasa putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah mencoba. *God, thank you for being me independent women, I know there are more great ones but I'm proud of this achievement.*

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 10 Desember 2025

Mahalia Sinta Auranti

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PPERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	v
SURAT PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.4.1 Tujuan Teoritis	8
1.4.2 Tujuan Praktis	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Praktis.....	9
1.5.2 Manfaat Teoritis	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Penelitian Nyoman Santiasih, Syahrudin dan Abdul Sarlan Menungsa	12
2.1.2 Penelitian Festy Rahma Hidayati	13
2.1.3 Penelitian Gendis Ayu Putri Ning Yudhi Hatmanti dan Nyarwi Ahmad	13
2.1.4 Penelitian Rizki Maharani	14
2.1.5 Penelitian Indah Suryawati.....	14
2.1.6 Penelitian Moch. Nurcholis Majid dan Evy Dwi Andrian.....	15
2.1.7 Penelitian Jerry Indrawan, Ruth Elfrita Barzah, dan Hermina Simanihuruk	15
2.1.8 Penelitian Octival Dharma Putra, Siska Armawati Sufa, Eny Ratnasari	16
2.1.9 Penelitian Arnanda Nopriandika Arnanda	17
2.1.10 Penelitian Rd Funny Mustikasari Elita dan Slamet Mulyana.....	17
2.1.11 Penelitian Lees-Marshment (2011): The Political Marketing Revolution	18
2.1.12 Penelitian McGregor, Lawrence & Cardona (2017).....	19

2.2	Konsep Penelitian	21
2.2.1	Media Sosial	21
2.3	Kerangka Teori	24
2.3.1	Political Branding	24
2.3.2	Advokasi Politik	27
2.3	Kerangka Pemikiran	30
BAB III	METODE PENELITIAN.....	31
3.1	Objek Penelitian	31
3.2	Jenis Penelitian	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4	Sumber Data.....	37
3.4.1	Data Primer.....	37
3.4.2	Data Sekunder.....	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1	Alur Pengolahan Data Netnografi	41
3.6	Jadwal Penelitian	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Prosedur Pengumpulan dan Analisis Data.....	43
4.2	Biografi Objek Penelitian	43
4.2.1	Identitas Diri dan Latar Belakang Rieke Diah Pitaloka	43
4.2.2	Karier di Dunia Seni dan Aktivisme.....	46
4.2.3	Motivasi Masuk Dunia Politik dan Kedudukan di Dunia Politik.....	46
4.2.4	Dinamika Penyelenggaraan PEMILU 2024	50
4.2.5	Dinamika Penyelenggaraan Pemilu 2024 Terkait Peran dan Pernyataan Rieke Diah Pitaloka.....	52
4.3	Analisis Strategi <i>Political Branding</i> di Instagram.....	53
4.3.1	Citra (Image).....	53
4.3.2	Nilai dan Kepribadian (<i>Values and Personality</i>)	60
4.3.3	Hubungan Emosional (<i>Emotional Connection</i>).....	63
4.4	Interaksi dan Kedekatan Emosional	67
4.5	Strategi Visual dan Segmentasi Audiens	71
4.6	<i>Branding</i> sebagai Diferensiasi Politik	75
4.7	Dampak Strategi Branding terhadap Loyalitas Politik Pemilih.....	80
4.8	Rieke Diah Pitaloka dalam Advokasi Politik	106
BAB V	PENUTUP	111
5.1	Kesimpulan.....	111
5.2	Saran	112
	DAFTAR PUSTAKA.....	114
	RIWAYAT HIDUP.....	117
	LAMPIRAN.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Instagram Monthly Active Users	2
Gambar 2. Rating Penggunaan Sosial Media.....	2
Gambar 3. Akun Instagram	6
Gambar 4. Kerangka Pemikiran Skripsi.....	30
Gambar 5. Tahapan Penelitian Netnografi	36
Gambar 6. Alur Pengolahan Data Netrografi	41
Gambar 7. Dr. Rieke Diah Pitaloka, M.Hum.	43
Gambar 8. Rieke untuk Mengambil Gelar Doktor pada Bidang Ilmu Komunikasi	45
Gambar 9. Fakta Politik Legislasi & Riset Aksi	48
Gambar 10. Fakta Temu Rakyat dilakukan Oleh Rieke.....	49
Gambar 11. Hasil Pemilu 2024	51
Gambar 12. Unggahan Caption Instagram UMKM.....	53
Gambar 13. Unggahan Caption Instagram UMKM.....	54
Gambar 14. Kunjungan UMKM	55
Gambar 15. Review UMKM.....	56
Gambar 16. Analisis Data Postingan UMKM.....	57
Gambar 17. Kunjungan Sosialisasi Masyarakat.....	61
Gambar 18. Diagram Analisis Kunjungan ke Masyarakat.....	62
Gambar 19. Caption Unggahan Sapaan di Instagram	63
Gambar 20. Hasil Tangkapan Layar dari Instagram Rieke Diah Pitaloka	84
Gambar 21. Tampilan Data Postingan akun Rieke Diah Pitaloka di Instagram @riekediahp pada Masa Pemilu 2024.....	87
Gambar 22. Hasil Perhitungan Postingan	89
Gambar 23. Diagram Segmentasi Distribusi Posting Kegiatan Lapangan @riekediahp	90
Gambar 24. Word Cloud Konten Instagram Bu Rieke.....	94
Gambar 25. Diagram Distribusi Likes dan Caption pada Instagram @riekediahp	96

Gambar 26. Diagram Histogram Distribusi Komen dan Caption pada Instagram @riekediahp	98
Gambar 27. Tampilan Data Postingan Reels di Instagram @riekediahp	100
Gambar 28. Jumlah Postingan Reels pada Instagram @riekediahp.....	102
Gambar 29. Diagram Hasil Pembagian Topik Unggahan @riekediahp	104
Gambar 30. Diagram BPJS Kesehatan.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Suara Sesuai Tahun dan Dapil	3
Tabel 2. Narasumber Penelitian	38
Tabel 3. Tahapan Analisis Netnografi	40
Tabel 4. Kategori Konten & Tema Politik.....	40
Tabel 5. Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 6. Data Postingan UMKM.....	59
Tabel 7. Segmentasi Audiens, Jenis Konten, dan Pola <i>Engagement</i>	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Tugas Skripsi Akhir	118
Lampiran 2 Kontrak Penulisan Tugas Akhir	119
Lampiran 3 Pendaftaran Seminar Proposal Tugas Akhir	120
Lampiran 4 Pendaftaran Sidang Tugas Akhir	121
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	122
Lampiran 6 Hasil Wawancara	123
Lampiran 7 Dokumentasi	145