



Judul Tugas Akhir Skripsi:

BRANDING POLITIK FRANCINE EUSTACIA VEVILA WIDJOJO DI
INSTAGRAM @FRANCINEWIDJOJO DALAM PEMILU LEGISLATIF DI
DKI JAKARTA TAHUN 2024

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

Nama : Delfira Ashika Putri

NIM : 2110413102



PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2026

**Branding Politik Francine Eustacia Vevila Widjojo di Instagram
@francinewidjojo Dalam Pemilu Legislatif di DKI Jakarta Tahun
2024**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Awal Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Politik**



Disusun oleh:

Delfira Ashika Putri

2110413102

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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Delfira Ashika Putri
NIM : 2110413102
Program Studi : S1 Ilmu Politik
Judul Skripsi : Branding Politik Francine Eustacia Vevila Widjojo di Instagram @francinewidjojo Dalam Pemilu Legislatif di DKI Jakarta Tahun 2024

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **6X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



(Muhammad Prakoso Aji, S.Sos., M.I.P)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Delfira Ashika Putri
NIM : 2110413102
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, 5 Februari 2026

Yang menyatakan.



(Delfira Ashika Putri)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Delfira Ashika Putri
NIM : 2110413102
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik
Judul Skripsi : Branding Politik Francine Eustacia Vevila Widjojo di
Instagram @francinewidjojo Dalam Pemilu Legislatif di DKI Jakarta Tahun 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 : 5 Februari 2026

Yang menyatakan,


(Delfira Ashika Putri)

**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 : Delfira Ashika Putri
NIM : 2110413102
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:

**BRANDING POLITIK FRANCINE EUSTACIA VEVILA WIDJOJO DI
INSTAGRAM @FRANCINEWIDJOJO DALAM PEMILU LEGISLATIF DI
DKI JAKARTA TAHUN 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 : 5 Februari 2026

Yang menyatakan,

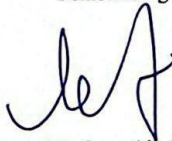

(Delfira Ashika Putri)

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Delfira Ashika Putri
NIM : 2110413102
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Politik
JUDUL : Branding Politik Francine Eustacia Vevila Widjojo di
Intagram @francinewidjojo Dalam Pemilu Legislatif di DKI
Jakarta Tahun 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



(Muhammad Prakoso Aji, S.Sos., M.Si)

Penguji 1



(Dr. Deni Angela, S.IP., M.IP)

Penguji 2



(Restu Rahmawati, S.Sos., MA)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta Tanggal
Ujian :

Branding Politik Francine Eustacia Vevila Widjojo di Instagram @francinewidjojo Dalam Pemilu Legislatif di DKI Jakarta Tahun 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi political branding yang dilakukan oleh Francine Eustacia Vevila Widjojo melalui akun Instagram pribadinya, @francinewidjojo, dalam konteks Pemilihan Legislatif DPRD DKI Jakarta Tahun 2024. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana Francine membangun identitas politiknya melalui isu kesejahteraan hewan serta peran pendekatan tersebut dalam membentuk citra politik yang humanis, autentik, dan menarik simpati publik di tengah persaingan politik yang kompetitif. Penelitian menggunakan teori Political Branding Bruce I. Newman dengan empat pilar utama: Political Brand Identity, Positioning and Differentiation, Consistency and Trust, serta Emotional Connection. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan desain netnografi untuk menggali aktivitas digital Francine di Instagram. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipan, wawancara mendalam dengan tim kampanye dan pengikut akun, serta dokumentasi konten selama masa kampanye Pemilu 2024. Analisis dilakukan secara deskriptif melalui interpretasi simbol, narasi, dan interaksi digital yang mencerminkan strategi komunikasi politik Francine. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Francine berhasil memanfaatkan Instagram sebagai sarana membangun personal branding berbasis isu kesejahteraan hewan. Melalui tagar seperti #JakartaRamahHewan dan #TraktirKucingJalanan, ia menciptakan kedekatan emosional dengan audiens serta memperkuat citra sebagai politisi muda yang empatik dan autentik. Meskipun belum menghasilkan kemenangan elektoral, strategi ini efektif dalam membentuk loyalitas pemilih berbasis nilai dan emosi. Kesimpulannya, pendekatan digital berbasis empati dan advokasi sosial menjadi kunci membangun citra politik yang kuat di era media sosial..

Kata kunci: Branding politik, Instagram, Kesejahteraan Hewan

***POLITICAL BRANDING OF FRANCINE EUSTACIA VEVILA WIDJOJO
ON INSTAGRAM @FRANCINEWIDJOJO IN THE 2024 LEGISLATIVE
ELECTION IN DKI JAKARTA***

Delfira Ashika Putri

ABSTRACT

This study analyzes the political branding strategy of Francine Eustacia Vevila Widjojo through her personal Instagram account, @francinewidjojo, in the context of the 2024 DKI Jakarta Legislative Election. The research focuses on how Francine constructs her political identity around the issue of animal welfare and how this approach contributes to shaping a humanistic and authentic political image that attracts public sympathy in a competitive political environment. Using Bruce I. Newman's Political Branding theory, which includes four pillars: Political Brand Identity, Positioning and Differentiation, Consistency and Trust, and Emotional Connection, this study adopts a qualitative approach with a netnographic design to explore Francine's digital activities on Instagram. Data were collected through non-participant observation, in-depth interviews with campaign team members and followers, and documentation of relevant social media content during the 2024 campaign period. The analysis employed a descriptive method to interpret symbols, narratives, and digital interactions that reflect Francine's communication strategy. The findings reveal that Francine effectively used Instagram as a strategic tool for building personal branding centered on animal welfare. By consistently using hashtags such as #JakartaRamahHewan and #TraktirKucingJalanan, and sharing posts about animal rescue and advocacy, she established emotional connections with her audience. Her consistent visual and narrative style strengthened her image as an empathetic, caring, and authentic young politician. Although it did not lead to electoral victory, her approach successfully built voter loyalty based on shared values. In conclusion, this study highlights that digital engagement, empathy, and advocacy based strategies are key to shaping strong political branding in the social media era.

Keywords: Political Branding, Instagram, Animal Welfare

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas Kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Branding Politik Francine Eustacia Vevila Widjojo di Instagram @francinewidjojo Dalam Pemilu Legislatif di DKI Jakarta Tahun 2024". Saya menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini, berbagai pihak telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang Tua dan Kakak penulis, Ibu Imelda Muchtar, Bapak Erens Meokbun, S.E., M.M., dan Ulfa Aulia Putri yang selalu menjadi cahaya dalam setiap langkah hidup penulis. Terima kasih atas cinta yang tulus, doa yang tak pernah putus, dan segala pengorbanan yang tiada ternilai sejak penulis kecil hingga kini.
2. Bapak Muhammad Prakoso Aji, S.Sos., M.I.P selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen program studi Ilmu Politik UPNVJ yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat untuk penulis selama kuliah.
4. Ibu Francine Widjojo, Bapak Herry Mendrofa, Tim Kampanye dan Tim Sukses ibu Francine Widjojo, Talitha Reva Nareswari selaku narasumber yang memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi penelitian ini.
5. Teman-teman penulis selama di kuliah, terutama warga *SSH*, Mahalia Sinta Auranti, Rossela Arnetta Putri, anak kos Rengas atas 21, *especially* Talitha Reva Nareswari. Terima kasih karena telah kebersamai penulis sepanjang masa kuliah dan dukungan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Riftiana Dwi Rahyanti dan Dian Silvi, teman seperjuangan penulis sejak SMA hingga saat ini dan selamanya.
7. Kepada Ari Tri Mulyadi, terima kasih atas semangat, dan dukungan yang telah diberikan untuk penulis di akhir penyelesaian skripsi.
8. Terima kasih kepada Nadiya Tussa'adah, S.T telah menjadi teman dan tempat pulang yang tepat untuk penulis.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.4.1 Tujuan Praktis	12
1.4.2 Tujuan Teoritis	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	18
2.2.1 Political Branding	18
2.2.2 Media Sosial Instagram.....	21
2.2.3 Pemilu Legislatif.....	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3 Keterangan Kerangka Pemikiran	26
BAB III	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Objek Penelitian.....	28

3.2 Jenis Penelitian.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Sumber Data.....	32
3.5 Teknik Analisis Data	33
BAB IV	36
PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian (DKI Jakarta 7)	36
4.2 Profil Francine Widjojo Caleg DPRD DKI Jakarta Periode 2024-2029.....	37
4.3 Strategi Political Branding Francine Widjojo di Media Sosial Instagram @frffancinewidjojo Pada Tahun 2024	39
BAB V.....	64
PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
5.2.1 Saran Praktis	65
5.2.2 Saran Teoritis	65
DAFTAR PUSTAKA.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	1
Gambar 1.2.....	2
Gambar 1.3.....	2
Gambar 1.4.....	6
Gambar 1.5.....	7
Gambar 1.6.....	9
Gambar 4.1.....	36
Gambar 4.2.....	40
Gambar 4.3.....	43
Gambar 4.4.....	45
Gambar 4.5.....	47
Gambar 4.6.....	49
Gambar 4.7.....	51
Gambar 4.8.....	53
Gambar 4.9.....	55
Gambar 4.10.....	57
Gambar 4.11.....	60
Gambar 4.12.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	13
Tabel 3.1	46