

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa political branding Verrell Bramasta melalui akun Instagram @sahabatverrell memiliki peran yang signifikan dalam membentuk citra politik sekaligus meningkatkan elektabilitasnya pada Pemilu DPR RI 2024. Political branding yang dilakukan tidak semata-mata mengandalkan popularitas Verrell sebagai figur selebritas, melainkan dikelola secara strategis melalui pemilihan medium komunikasi, penyusunan konten, serta gaya penyampaian pesan politik yang relevan dengan karakteristik pemilih.

Dalam kerangka teori political branding Newman, Verrell Bramasta diposisikan sebagai *product* politik yang memiliki nilai, karakter, dan citra tertentu. Popularitas sebagai selebritas berfungsi sebagai modal awal dalam membangun *brand awareness*, namun selanjutnya dikembangkan menjadi citra politisi muda yang peduli, humanis, dan dekat dengan masyarakat. Citra tersebut dibangun melalui konsistensi aktivitas sosial, interaksi langsung dengan warga, serta narasi kerja nyata yang ditampilkan secara berkelanjutan di Instagram.

Instagram berperan sebagai *place* utama dalam penyebaran pesan politik Verrell Bramasta. Pemanfaatan platform ini memungkinkan pesan politik dikemas secara visual dan naratif sehingga lebih mudah diterima oleh segmen pemilih muda dan ibu rumah tangga urban. Konten yang menampilkan kegiatan sosial dan kedekatan dengan masyarakat berfungsi sebagai bentuk *promotion* yang persuasif, karena mampu membangun kedekatan emosional dan kepercayaan publik terhadap kandidat.

Pendekatan soft campaign yang diterapkan, yakni dengan menonjolkan kerja nyata tanpa ajakan memilih secara eksplisit pada tahap awal, mencerminkan pengelolaan elemen *price* dalam teori Newman. Kepercayaan dan kedekatan emosional yang terbangun menjadi bentuk “harga politik” yang dibayar pemilih dalam bentuk dukungan elektoral. Dengan demikian, political branding yang dilakukan Verrell Bramasta tidak hanya berhenti pada pencitraan simbolik, tetapi mampu mendorong pilihan politik nyata dari pemilih.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa political branding Verrell Bramasta melalui Instagram @sahabatverrell berjalan secara terintegrasi dan efektif dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Political branding menjadi instrumen penting dalam

membangun citra politik, legitimasi, serta meningkatkan elektabilitas kandidat di era politik digital.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, bagi kandidat politik dan tim kampanye, disarankan untuk mengelola political branding secara konsisten dan autentik dengan menekankan kerja nyata serta kedekatan dengan masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebaiknya tidak hanya berorientasi pada pencitraan visual, tetapi juga pada penyampaian nilai, kepedulian, dan komitmen jangka panjang terhadap konstituen.

Kedua, bagi praktisi komunikasi politik, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam merancang strategi branding politik yang sesuai dengan karakter kandidat dan segmentasi pemilih. Pendekatan soft campaign, storytelling visual, serta gaya komunikasi yang relevan dengan audiens terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan mengurangi resistensi pemilih terhadap pesan politik.

Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan memperluas jumlah narasumber, menggunakan metode kuantitatif atau metode campuran, serta melakukan perbandingan antar kandidat atau antar platform media sosial. Hal ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai political branding dan dinamika komunikasi politik di era digital.