

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Politik Dwi Rio Sambodo Dalam Membangun Dan Mempertahankan Citra Partai Politik Pasca Pemilu 2024 (Studi Kasus Pada Akun @Dwiriosambodo_Official), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Strategi pengelolaan konten Dwi Rio Sambodo menunjukkan konsistensi tinggi dalam memproduksi konten yang berfokus pada aktivitas lapangan dan kedekatan dengan masyarakat. Konten yang diunggah secara konsisten menampilkan kehadiran fisik di tengah rakyat dengan autentisitas visual yang diakui oleh seluruh segmen followers. Strategi ini berhasil membangun citra PDI Perjuangan sebagai partai yang "hadir, konsisten, dan berpihak pada rakyat kecil" terutama dalam konteks pasca-pemilu di mana banyak partai politik mengalami penurunan aktivitas komunikasi publik. Hal ini sejalan dengan teori strategi politik Roth (2008) tentang pentingnya komunikasi berkelanjutan pasca-pemilu untuk mempertahankan legitimasi. Namun, strategi pengelolaan konten mengalami keterbatasan signifikan dalam hal variasi dimensi citra—konten terlalu dominan pada aspek kehadiran fisik dan kepedulian emosional, sementara konten yang mendemonstrasikan kapasitas kebijakan dan kompetensi substantif partai masih sangat minim. Akibatnya, followers mempersepsikan PDI Perjuangan sebagai partai yang "aktif di lapangan" namun belum "kompeten dalam kebijakan", menciptakan gap antara citra afektif dan citra kognitif yang menjadi persoalan

strategis bagi pemilih urban Jakarta yang terdidik dan analitis. Temuan ini mengonfirmasi penelitian Kalsnes dan Larsson (2021) serta Widyastuti dan Pribadi (2022) tentang perlunya keseimbangan antara konten humanis dan konten substantif dalam komunikasi politik digital.

Strategi framing yang diterapkan Dwi Rio Sambodo belum optimal dalam membangun koneksi naratif eksplisit antara aktivitas personal dengan agenda dan nilai-nilai kolektif PDI Perjuangan. Analisis menunjukkan bahwa pesan-pesan yang dibingkai cenderung menempatkan Dwi Rio Sambodo sebagai individu yang peduli dan responsif, namun kurang eksplisit dalam membingkai tindakan tersebut sebagai manifestasi dari ideologi, sejarah perjuangan, atau program PDI Perjuangan secara institusional. Menurut teori framing Roth (2008) yang mengadopsi konsep Entman (1993), framing strategis harus mampu mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebab, memberikan evaluasi moral, dan menawarkan solusi yang semuanya menempatkan partai sebagai aktor sentral. Strategi framing yang ada gagal memenuhi fungsi tersebut secara optimal, sehingga followers—terutama non-simpatisan seperti DS—menyerap pesan tentang "kualitas personal seorang politisi" tanpa secara otomatis memproses informasi sebagai "kualitas institusional sebuah partai". Fenomena *decoupling* antara personal brand dan party brand ini mengindikasikan absennya eksplisitasi koneksi yang konsisten dan berulang dalam pembedaan pesan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Anshari (2023) tentang framing media sosial partai politik Indonesia yang menemukan bahwa kegagalan framing terencana menyebabkan terputusnya transfer citra dari figur ke partai.

Pola interaksi yang dibangun Dwi Rio Sambodo menunjukkan karakteristik responsif dan dialogis yang sejalan dengan konsep two-way symmetric

communication Grunig sebagaimana ditekankan Roth (2008). Dwi Rio Sambodo aktif merespons komentar, mengadakan dialog, dan membangun kedekatan personal dengan followers lintas segmen, menciptakan persepsi bahwa ia adalah wakil rakyat yang accessible dan peduli terhadap aspirasi konstituen. Strategi engagement ini berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas pada level personal, namun belum sepenuhnya dioptimalkan untuk tujuan mempertahankan citra partai. Roth (2008) menekankan bahwa strategi engagement efektif dalam konteks pasca-pemilu harus menciptakan *sense of community* yang terikat tidak hanya pada figur individual tetapi juga pada nilai-nilai dan misi partai. Analisis menunjukkan bahwa dalam interaksi-interaksi yang terjadi, referensi eksplisit kepada PDI Perjuangan sebagai institusi, nilai-nilai ideologi partai, atau program-program strategis partai masih sangat terbatas. Akibatnya, engagement yang terbangun bersifat *person-centric* (berpusat pada figur) alih-alih *party-centric* (berpusat pada partai)—followers merasa dekat dengan Dwi Rio Sambodo sebagai individu namun kedekatan tersebut tidak otomatis berkembang menjadi loyalitas terhadap PDI Perjuangan. Temuan ini mengonfirmasi peringatan Montoya dan Vandehey (2009) bahwa engagement personal tanpa integrasi dengan organizational branding tidak memberikan modal elektoral berkelanjutan bagi partai.

Strategi personal branding Dwi Rio Sambodo menunjukkan keberhasilan luar biasa dalam membangun citra personal yang autentik, dekat dengan rakyat, dan responsif terhadap isu sosial—dengan autentisitas visual sebagai keunggulan kompetitif utama yang diakui seluruh narasumber tanpa terkecuali. Sesuai teori McNally dan Speak (2011), autentisitas merupakan aset komunikasi paling berharga karena paling sulit direplikasi secara artifisial. Namun, integrasi antara

personal brand yang kuat ini dengan party brand PDI Perjuangan belum berjalan secara optimal dan sistematis. Temuan krusial dari kasus DS—seorang followers non-simpatian yang memberikan penilaian sangat positif terhadap Dwi Rio Sambodo namun penilaian tersebut tidak mengubah persepsinya terhadap PDI Perjuangan—menjadi ilustrasi konkret dari kegagalan strategi integrasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa personal branding yang kuat tidak secara otomatis mentransfer citra positif ke partai tanpa mekanisme koneksi naratif yang eksplisit dan konsisten. Roth (2008) menegaskan bahwa dalam logika party branding, setiap aktivitas komunikasi kader harus diuji dengan pertanyaan: "Apakah konten ini memperkuat citra partai, atau hanya citra personal?" Tanpa filter ini, strategi berisiko menciptakan celebrity politics yang tidak berkontribusi pada penguatan elektabilitas partai jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hardiman dan Setiawan (2023) tentang perlunya mekanisme transfer citra yang terencana dalam political marketing digital Indonesia.

Faktor pendukung yang teridentifikasi meliputi: pertama, konsistensi dan komitmen personal Dwi Rio Sambodo dalam mengelola akun secara berkelanjutan bahkan di luar masa kampanye—sebuah keunggulan langka mengingat fenomena post-election social media fatigue yang ditemukan Kalsnes dan Larsson (2021); kedua, autentisitas konten yang berhasil membangun kepercayaan lintas segmen followers; ketiga, kemampuan teknis dalam memanfaatkan berbagai fitur Instagram (Stories, Reels, Live) untuk variasi format konten; keempat, responsivitas tinggi yang mencerminkan orientasi dialogis dalam komunikasi. Faktor penghambat yang signifikan mencakup: pertama, ketiadaan kerangka strategi terintegrasi yang menghubungkan aktivitas komunikasi individual dengan strategi komunikasi partai

secara keseluruhan, menyebabkan konten diproduksi secara ad-hoc tanpa arahan naratif jangka panjang; kedua, keterbatasan kapasitas tim dalam memproduksi konten substantif berbasis data untuk membangun citra kompetensi kebijakan; ketiga, dinamika politik pasca-Pemilu 2024 yang kompleks dan kompetitif membuat ruang perhatian publik terhadap isu partai semakin sempit; keempat, perubahan algoritma Instagram yang memprioritaskan konten hiburan di atas konten politik, menurunkan jangkauan organik. Roth (2008) menekankan bahwa pengelolaan faktor-faktor ini merupakan bagian integral dari strategi politik komprehensif yang harus dikelola proaktif melalui adaptasi strategi fleksibel namun konsisten dengan tujuan jangka panjang mempertahankan citra dan elektabilitas partai.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya mengikuti prosedur ilmiah yang sistematis dan rigorous, peneliti menyadari bahwa terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diakui secara terbuka dan jujur. Keterbatasan-keterbatasan ini tidak mengurangi validitas temuan yang telah dihasilkan, namun perlu dicatat sebagai konteks interpretasi hasil penelitian dan sebagai landasan bagi pengembangan penelitian-penelitian selanjutnya yang dapat menyempurnakan dan memperluas cakupan kajian ini.

Pertama, keterbatasan dari segi cakupan temporal penelitian. Penelitian ini dilakukan dalam periode waktu tertentu pasca Pemilu 2024, yang berarti data yang dikumpulkan dan dianalisis terbatas pada konten dan interaksi yang terjadi dalam rentang waktu tersebut. Dinamika komunikasi politik digital bersifat sangat dinamis dan dapat berubah secara signifikan dari waktu ke waktu seiring dengan perubahan

konteks politik nasional, isu-isu yang berkembang di masyarakat, dan strategi komunikasi yang disesuaikan oleh subjek penelitian. Oleh karena itu, temuan penelitian ini bersifat snapshot yang menggambarkan kondisi pada periode tertentu dan belum tentu sepenuhnya merepresentasikan pola komunikasi jangka panjang yang konsisten. Penelitian longitudinal dengan periode pengamatan yang lebih panjang sangat diperlukan untuk mengidentifikasi pola-pola strategis yang lebih stabil dan berkelanjutan dalam upaya membangun dan mempertahankan citra partai politik melalui media sosial.

Kedua, keterbatasan dari segi cakupan platform media sosial. Penelitian ini secara eksklusif memfokuskan kajiannya pada platform Instagram melalui akun @dwiriosambodo_official, sementara dalam praktiknya komunikasi politik digital kontemporer berlangsung secara simultan di berbagai platform media sosial seperti Twitter (X), TikTok, Facebook, YouTube, dan platform-platform lainnya yang masing-masing memiliki karakteristik audiens, format konten, dan dinamika interaksi yang berbeda-beda. Dengan membatasi analisis hanya pada satu platform, penelitian ini tidak dapat menangkap strategi komunikasi multiplatform yang mungkin diterapkan oleh Dwi Rio Sambodo dan bagaimana strategi di berbagai platform tersebut saling berinteraksi dan memperkuat satu sama lain dalam upaya membangun citra partai secara komprehensif. Penelitian mendatang yang mengadopsi pendekatan cross-platform analysis akan dapat memberikan gambaran yang lebih holistik tentang ekosistem komunikasi politik digital seorang politisi dan dampaknya terhadap citra partai.

Ketiga, keterbatasan dari segi jumlah dan keragaman narasumber. Meskipun penelitian ini telah berupaya memilih narasumber yang

merepresentasikan berbagai segmen followers (simpatisan, netral, dan pendukung partai lain), jumlah narasumber yang diwawancarai secara mendalam tetap terbatas mengingat keterbatasan waktu, akses, dan sumber daya penelitian. Followers dari akun @dwiriosambodo_official sangat beragam dari segi demografi, latar belakang pendidikan, afiliasi politik, dan motivasi mengikuti akun tersebut, sehingga persepsi dan interpretasi mereka terhadap konten yang sama dapat sangat bervariasi. Dengan jumlah narasumber yang terbatas, penelitian ini belum dapat menangkap seluruh spektrum persepsi dan pengalaman followers secara komprehensif. Penelitian kuantitatif dengan sampel yang lebih besar atau mixed-method research yang menggabungkan wawancara mendalam dengan survei berskala luas akan dapat menghasilkan generalisasi yang lebih kuat tentang dampak strategi komunikasi terhadap persepsi publik.

Keempat, keterbatasan akses terhadap data internal dan proses pengambilan keputusan konten. Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi politik Dwi Rio Sambodo berdasarkan observasi terhadap konten yang dipublikasikan dan wawancara dengan followers serta stakeholder eksternal, namun tidak memiliki akses penuh terhadap data internal seperti proses perencanaan konten, diskusi strategis dalam tim komunikasi, pertimbangan-pertimbangan yang mendasari keputusan konten tertentu, atau data analytics yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas konten. Keterbatasan akses ini membuat analisis penelitian lebih bersifat inferensial berdasarkan output yang terlihat, bukan berdasarkan pemahaman mendalam terhadap input dan proses yang menghasilkan output tersebut. Penelitian kolaboratif yang melibatkan keterlibatan langsung dengan tim komunikasi subjek penelitian atau action research approach dapat menghasilkan insight yang lebih

mendalam tentang dinamika internal pengambilan keputusan strategis dalam komunikasi politik digital.

Kelima, keterbatasan dalam mengukur dampak aktual terhadap perilaku elektoral. Penelitian ini mengkaji persepsi followers terhadap citra PDI Perjuangan sebagai hasil dari strategi komunikasi Dwi Rio Sambodo, namun tidak secara langsung mengukur apakah perubahan persepsi tersebut benar-benar ditranslasikan menjadi perubahan perilaku elektoral seperti intensi memilih partai, partisipasi dalam aktivitas politik partai, atau donasi kepada partai. Dalam studi komunikasi politik, terdapat gap yang dikenal sebagai attitude-behavior gap di mana sikap atau persepsi positif tidak selalu berkorelasi langsung dengan perilaku konkret. Tanpa data longitudinal yang melacak perilaku elektoral actual followers dalam pemilu-pemilu berikutnya, penelitian ini belum dapat secara definitif menyimpulkan efektivitas strategi dalam menghasilkan dukungan politik yang terukur. Penelitian eksperimental atau panel study yang melacak perubahan sikap dan perilaku followers dalam jangka waktu yang lebih panjang akan dapat mengisi gap ini.

Keenam, keterbatasan dari segi generalisabilitas temuan. Penelitian studi kasus ini secara spesifik mengkaji strategi komunikasi politik satu individu politisi (Dwi Rio Sambodo) dalam konteks satu partai politik (PDI Perjuangan) di satu wilayah tertentu (Jakarta) pada periode waktu tertentu (pasca Pemilu 2024). Karakteristik unik dari subjek penelitian—termasuk usia, gaya komunikasi personal, posisi dalam struktur partai, dan konteks politik lokal Jakarta—membuat temuan penelitian ini tidak dapat secara otomatis digeneralisasikan ke konteks politisi lain, partai politik lain, wilayah lain, atau periode waktu yang berbeda. Setiap konteks politik memiliki dinamika yang sangat spesifik yang dapat

mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi tertentu. Oleh karena itu, temuan penelitian ini harus dipahami sebagai kontribusi untuk memahami satu kasus spesifik yang dapat memberikan insight teoretis dan praktis, namun aplikasinya ke konteks lain harus dilakukan dengan pertimbangan yang hati-hati terhadap perbedaan kontekstual.

Ketujuh, keterbatasan dalam mengontrol variabel eksternal yang mempengaruhi persepsi followers. Persepsi followers terhadap PDI Perjuangan tidak hanya dibentuk oleh konten yang mereka konsumsi dari akun @dwiriosambodo_official, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal lainnya seperti pemberitaan media massa tentang partai, kinerja pemerintahan yang melibatkan PDI Perjuangan, pernyataan-pernyataan dari elit partai lainnya, dinamika politik nasional, pengalaman personal followers dengan partai, dan diskusi-diskusi politik dalam lingkungan sosial mereka. Dalam penelitian ini, sangat sulit untuk mengisolasi pengaruh spesifik dari strategi komunikasi Dwi Rio Sambodo terhadap persepsi followers dari pengaruh variabel-variabel eksternal lainnya yang bekerja secara simultan. Pendekatan quasi-experimental atau metode statistik yang lebih canggih seperti structural equation modeling dapat membantu mengontrol pengaruh variabel eksternal dan mengidentifikasi kontribusi spesifik dari variabel yang diteliti.

Kedelapan, keterbatasan dalam menangkap fenomena silent majority. Penelitian ini menganalisis interaksi yang terlihat di ruang publik media sosial seperti komentar, likes, dan shares, serta melakukan wawancara dengan followers yang bersedia berpartisipasi. Namun, terdapat kemungkinan besar bahwa mayoritas followers adalah passive consumers yang mengonsumsi konten tanpa

meninggalkan jejak interaksi digital dan tidak bersedia menjadi narasumber penelitian. Persepsi dan pengalaman dari silent majority ini mungkin sangat berbeda dari mereka yang aktif berinteraksi, dan ketidakmampuan penelitian ini untuk menangkap perspektif mereka dapat menghasilkan bias dalam temuan. Teknik-teknik penelitian yang lebih inovatif seperti digital ethnography atau penggunaan analytics tools yang lebih sophisticated dapat membantu mengungkap perilaku dan persepsi dari segmen followers yang tidak terlihat ini.

Dengan mengakui keterbatasan-keterbatasan di atas secara transparan, peneliti berharap bahwa temuan penelitian ini dapat diinterpretasikan dengan konteks yang tepat dan dapat menjadi dasar bagi penelitian-penelitian lanjutan yang lebih komprehensif, mendalam, dan mampu mengatasi keterbatasan-keterbatasan yang ada. Keterbatasan bukanlah kegagalan penelitian, melainkan bagian inheren dari proses produksi pengetahuan ilmiah yang selalu bersifat incremental dan berkelanjutan.

5.3. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, kesimpulan, dan keterbatasan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengajukan sejumlah saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan. Saran-saran ini disusun secara strategis dan praktis sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian, dengan harapan dapat memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan efektivitas komunikasi politik digital, khususnya dalam konteks membangun dan mempertahankan citra partai politik pasca pemilu.

Pertama, saran bagi Dwi Rio Sambodo dan tim komunikasi digitalnya. Dwi Rio Sambodo disarankan untuk segera melakukan transformasi strategis dari

pendekatan komunikasi yang bersifat *person-centric* menuju pendekatan *party-centric* dengan wajah personal yang kuat. Secara konkret, hal ini dapat diwujudkan dengan meningkatkan porsi konten *party branding* eksplisit yang menempatkan PDI Perjuangan sebagai subjek narasi utama, bukan sekadar latar belakang visual atau atribut identitas. Setiap konten yang menampilkan aktivitas lapangan harus disertai dengan *caption* atau narasi visual yang secara eksplisit mengaitkan tindakan tersebut dengan nilai-nilai perjuangan partai, ideologi Pancasila, atau program strategis PDI Perjuangan di tingkat nasional maupun lokal. Dwi Rio Sambodo juga disarankan untuk mengembangkan konten yang mendemonstrasikan kapasitas kebijakan (*policy competence*) secara lebih substantif, seperti melalui infografis posisi fraksi terhadap isu aktual, video explainer singkat tentang proses legislasi, atau carousel post yang menyajikan data dan argumentasi kebijakan yang didukung oleh partai. Hal ini penting untuk mengisi kesenjangan citra antara "kepedulian emosional" dan "kompetensi intelektual" di mata pemilih urban yang analitis. Selain itu, disarankan untuk menerapkan "filter pertanyaan strategis" dalam setiap produksi konten: "*Apakah konten ini memperkuat citra PDI Perjuangan sebagai partai, atau hanya memperkuat citra personal saya?*" Jika jawabannya cenderung ke arah kedua, maka konten tersebut perlu direvisi dengan menambahkan lapisan narasi partai yang lebih kuat. Terakhir, pemanfaatan momen-momen kelembagaan seperti pelantikan jabatan, konsolidasi partai, atau hari jadi partai harus dikemas secara sistematis sebagai narasi branding yang kaya makna, bukan sekadar dokumentasi administratif belaka.

Kedua, saran bagi Pengurus PDI Perjuangan (DPC, DPD, dan DPP). PDI Perjuangan disarankan untuk membangun ekosistem komunikasi digital yang

terintegrasi dan sinergis antara kader-kadernya di berbagai tingkatan. Partai perlu menyusun pedoman strategis (*guideline*) komunikasi digital bagi kader yang aktif di media sosial, yang mencakup arah narasi utama, nilai-nilai yang harus ditonjolkan, dan mekanisme koordinasi konten untuk memastikan konsistensi pesan di seluruh platform. PDI Perjuangan juga disarankan untuk membentuk atau memperkuat unit khusus yang bertugas melakukan kurasi, amplifikasi, dan sinkronisasi konten-konten positif yang dihasilkan oleh kader-kader muda seperti Dwi Rio Sambodo, sehingga dampak komunikasi mereka dapat dimaksimalkan untuk memperkuat citra partai secara kolektif. Selain itu, partai perlu memberikan dukungan kapasitas (*capacity building*) bagi kader dalam bentuk pelatihan produksi konten digital yang substantif, pelatihan analisis data audiens, dan pemahaman tentang strategi framing yang efektif, agar kader tidak hanya mengandalkan intuisi personal dalam berkomunikasi di ruang digital. PDI Perjuangan juga disarankan untuk mengembangkan sistem evaluasi dan pengukuran dampak komunikasi digital kader secara berkala, tidak hanya berdasarkan metrik vanitas seperti jumlah *likes* atau *followers*, tetapi juga berdasarkan indikator yang lebih substantif seperti sentimen audiens, tingkat transfer citra dari figur ke partai, dan keterlibatan audiens dalam diskusi yang bermakna. Dengan demikian, investasi dalam komunikasi digital dapat diarahkan secara lebih efisien untuk mencapai tujuan strategis partai.

Kedua, saran bagi politisi dan partai politik lain di Indonesia. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi berharga bagi politisi dan partai politik lain yang sedang berupaya mengoptimalkan komunikasi digital mereka pasca pemilu. Politisi dari partai lain disarankan untuk belajar dari keberhasilan Dwi Rio

Sambodo dalam membangun autentisitas dan konsistensi komunikasi, namun juga harus memperhatikan keterbatasan yang teridentifikasi, khususnya pentingnya menyeimbangkan konten humanis dengan konten substantif berbasis kebijakan. Partai politik lain disarankan untuk tidak hanya mengandalkan popularitas figur pemimpin atau selebritas politik semata, tetapi secara sistematis membangun mekanisme transfer citra dari figur ke institusi partai melalui framing naratif yang konsisten dan eksplisit. Penting juga bagi partai politik untuk menyadari bahwa komunikasi pasca pemilu bukanlah periode "istirahat" dari aktivitas komunikasi, melainkan momentum strategis untuk mempertahankan relevansi, memperkuat loyalitas konstituen, dan membangun fondasi dukungan jangka panjang. Oleh karena itu, alokasi sumber daya untuk komunikasi digital harus tetap dijaga bahkan setelah kontestasi pemilu berakhir. Partai politik juga disarankan untuk melakukan riset audiens secara berkala untuk memahami kebutuhan informasi, preferensi konten, dan persepsi mereka terhadap partai, sehingga strategi komunikasi yang dikembangkan dapat benar-benar berbasis data dan relevan dengan dinamika masyarakat yang terus berubah.

Ketiga, saran bagi akademisi dan peneliti selanjutnya. Bagi akademisi dan peneliti yang tertarik untuk mengembangkan kajian serupa, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang dapat mengatasi keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan studi longitudinal dengan periode pengamatan yang lebih panjang untuk mengidentifikasi pola-pola strategis yang stabil dan berkelanjutan dalam komunikasi politik digital, serta untuk mengukur dampak jangka panjang strategi komunikasi terhadap perubahan sikap dan perilaku elektoral. Kedua, disarankan

untuk melakukan penelitian komparatif yang membandingkan strategi komunikasi digital beberapa politisi dari partai yang berbeda, atau membandingkan efektivitas strategi komunikasi di berbagai platform media sosial (Instagram, TikTok, Twitter/X, YouTube) secara simultan, sehingga dapat dihasilkan pemahaman yang lebih holistik tentang ekosistem komunikasi politik digital kontemporer. Ketiga, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengadopsi metode *mixed-method research* yang mengombinasikan analisis kualitatif mendalam dengan survei kuantitatif berskala besar, sehingga temuan penelitian dapat digeneralisasikan dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Keempat, disarankan untuk melakukan penelitian yang melibatkan akses terhadap data internal tim komunikasi politik, seperti melalui metode *action research* atau studi kolaboratif, untuk memahami proses pengambilan keputusan strategis di balik konten-konten yang dipublikasikan. Kelima, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kajian yang secara spesifik menguji hubungan kausal antara variabel-variabel strategi komunikasi digital (seperti frekuensi posting, jenis framing, tingkat interaktivitas) dengan variabel hasil seperti kepercayaan publik, loyalitas konstituen, dan intensi memilih, dengan menggunakan teknik analisis statistik yang lebih canggih seperti *Structural Equation Modeling* (SEM). Dengan demikian, khazanah ilmu komunikasi politik di Indonesia dapat terus berkembang secara kumulatif, kritis, dan relevan dengan dinamika politik yang terus berubah.

Secara keseluruhan, saran-saran yang diajukan ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis bagi para praktisi politik dalam mengoptimalkan strategi komunikasi digital mereka, sekaligus menjadi agenda penelitian yang menantang bagi akademisi untuk terus mengembangkan ilmu komunikasi politik di era digital.

Implementasi saran-saran ini memerlukan komitmen, konsistensi, dan kolaborasi dari berbagai pihak yang berkepentingan, demi terwujudnya komunikasi politik yang lebih berkualitas, substantif, dan demokratis di Indonesia.