

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes terhadap unggahan Instagram @riekediahp, dapat ditarik kesimpulan mengenai *personal branding* politik Rieke Diah Pitaloka sebagai berikut:

1. Konstruksi Semiotika Roland Barthes: pada tingkat denotatif, Rieke menampilkan dokumentasi kerja legislatif, advokasi hukum, dan pengawasan anggaran melalui elemen visual seperti pakaian etnik, gestur dan ekspresi wajah, dokumen resmi, pin identitas, data angka, pasal hukum, serta *hashtag* strategis dan tematik. Pada tingkat konotasi, elemen-elemen tersebut memancarkan makna intelektual, keanggunan berbudaya, ketegasan, dan empati sosial.
2. Pembentukan Mitos Politik: Pengulangan tanda-tanda konotatif tersebut secara konsisten menaturalisasi lahirnya mitos politik bahwa Rieke Diah Pitaloka merupakan figur "Politisi Perempuan Progresif, Kritis, Intelektual, dan Pembela Kelompok Rentan". Mitos ini membentuk *personal branding* yang kuat sebagai wakil rakyat yang kredibel, berbasis data, dan mengutamakan kepentingan rakyat.
3. Diferensiasi *Personal Branding*: Melalui konstruksi semiotika dan mitos tersebut, Rieke berhasil membedakan dirinya dari politisi berlatar belakang artis pada umumnya. Ia bertransformasi dari sekadar figur publik dunia hiburan menjadi legislator yang kritis, rasional, dan substantif, yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana transparansi dan kontrol sosial.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Pengembangan Metode Penelitian: Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggabungkan analisis semiotika dengan analisis resepsi guna

melihat bagaimana sistem tanda dan mitos politik yang dikonstruksikan oleh Rieke ditafsirkan oleh para pengikutnya (*followers*) di media sosial.

2. Studi Komparatif Media: Disarankan untuk mengkaji tanda pada platform media sosial lain (seperti TikTok atau X/Twitter) untuk membandingkan bagaimana bahasa media dan fitur yang berbeda memengaruhi pembentukan mitos politik dan *personal branding* seorang tokoh publik.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi Rieke Diah Pitaloka dan Tim Komunikasi: Disarankan untuk mempertahankan narasi visual dan verbal yang berbasis data dan isu substantif, karena elemen inilah yang menjadi pilar utama legitimasi dan keunggulan *personal branding* politiknya.
2. Bagi politisi berlatar belakang artis: penelitian ini dapat menjadi acuan bahwa popularitas hiburan perlu diimbangi dengan intelektual dan advokasi nyata di media sosial untuk membangun kredibilitas *personal branding* politik jangka panjang.
3. Bagi masyarakat: masyarakat diharapkan semakin kritis dalam menguraikan simbol-simbol visual dan teks di media sosial agar dapat menilai kinerja serta integritas pejabat publik secara obyektif