



11.24%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 16 JUL 2025, 10:32 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL 2.1% ● CHANGED TEXT 9.13% ● QUOTES 0.09%

Report #27512105

1.1. Latar Belakang Masalah Pada Pemilu 2024, tercatat sebanyak 23 artis berhasil terpilih sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). Para artis tersebut terdiri dari dua kategori utama, yakni mereka yang sudah memiliki pengalaman sebagai anggota DPR dan kembali terpilih, serta wajah-wajah baru yang sebelumnya belum pernah menjabat sebagai legislator. Beberapa artis yang kembali terpilih untuk periode 2024–2029 antara lain Desy Ratnasari (PAN), Eko Patrio (PAN), Primus Yustisio (PAN), Arzeti Bilbina (PKB), Rieke Diah Pitaloka (PDIP), Rachel Maryam (Gerindra), Nico Siahaan (PDIP), Nurul Arifin (Golkar), Dede Yusuf (Demokrat), Mulan Jameela (Gerindra), Tommy Kurniawan (PKB). Moreno Soeprapto (Gerindra), yang pernah menjadi anggota DPR periode 2014– 2019, juga terpilih pada periode 2024-2029. Sementara itu, artis yang baru menjabat sebagai anggota DPR antara lain Ahmad Dhani (Gerindra), Once Mekel (PDIP), Denny Cagur (PDIP), Melly Goeslaw (Gerindra), Verrell Bramasta (PAN), Nafa Urbach (NasDem), Uya Kuya (PAN), Ashraff Abu (Golkar), Pasha Ungu (PAN), Dina Lorenza (Demokrat), dan Iyeth Bustami (PKB) (Aditia, 2024). Keberhasilan para artis tersebut duduk di kursi legislatif tidak lepas dari peran partai politik sebagai satu-satunya institusi yang berwenang mengusulkan calon anggota DPR (Farisa, 2024). Sebagai pilar utama dalam proses pencalonan legislatif, partai politik sebagai seharusnya Partai politik semestinya menjalankan fungsi rekrutmen

politik secara selektif dan bertanggung jawab. Namun, dalam praktiknya, partai politik tidak selalu menjadikan proses kaderisasi internal sebagai dasar dalam memilih calon legislatif. Alih-alih mengedepankan kader yang telah melalui proses pembinaan dan pendidikan politik, partai justru lebih pragmatis dengan merekrut figur-figur populer dari kalangan artis. Mereka dipilih bukan berdasarkan pengalaman atau kompetensi dalam bidang politik, melainkan karena daya tarik massal yang dimiliki dan dianggap mampu mengangkat elektabilitas partai. Pragmatisme ini menjadikan popularitas sebagai pertimbangan utama, yang pada akhirnya menggeser esensi partai politik sebagai lembaga penggodok gagasan dan pencetak pemimpin masa depan. Akibatnya, banyak nama dari kalangan publik figur yang bahkan belum pernah terlibat aktif dalam kegiatan organisasi kepartaian, tetapi tetap diberi posisi strategis dalam daftar calon legislatif (Nabilah, Izomiddin, & Harahap, 2022). Adanya artis yang menjadi anggota DPR RI memicu berbagai reaksi dari masyarakat. Sebagian masyarakat memberikan sambutan positif karena menganggap bahwa artis memiliki keterampilan komunikasi yang baik dan jaringan media sosial yang luas, yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan aspirasi rakyat dengan efektif. Namun, di sisi lain, terdapat kekhawatiran mengenai kemampuan mereka dalam menjalankan fungsi legislatif secara optimal. Kekhawatiran ini muncul seiring dengan kompleksitas tugas dan tanggung jawab yang melekat pada posisi sebagai anggota DPR, yang

tidak hanya menuntut popularitas, tetapi juga kapasitas dan integritas dalam menjalankan peran kelembagaan. 11 27 52 DPR RI merupakan salah satu lembaga tinggi negara dalam sistem ketatanegaraan Republik Indonesia. 15 Setelah amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945), posisi DPR semakin diperkuat, terutama dalam hal fungsi legislasi. Sebelumnya, kewenangan pembentukan undang-undang berada di tangan Presiden. Setelah amandemen, kewenangan tersebut berpindah ke DPR, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 20 UUD NRI 1945. Perubahan ini menegaskan kedudukan DPR sebagai lembaga legislatif utama dalam struktur negara (Muchlisin, 2019). Kekhawatiran ini menjadi semakin relevan jika dikaitkan dengan posisi strategis DPR RI dalam sistem ketatanegaraan Indonesia. Sebagai salah satu lembaga tinggi negara, DPR memegang peranan penting dalam penyelenggaraan pemerintahan.

15

21 Setelah amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945), kewenangan DPR dalam fungsi legislasi semakin diperkuat. Sebelumnya, kewenangan pembentukan undang-undang berada di tangan Presiden, namun setelah amandemen, kewenangan tersebut berpindah ke DPR, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 20 UUD NRI 1945. Perubahan ini menegaskan kedudukan DPR sebagai lembaga legislatif utama dalam struktur negara (Muchlisin, 2019). Dalam konteks ini, pengamat politik dari Forum Masyarakat Peduli Parlemen (Formappi), Lucius Karus, menyoroti bahwa kemampuan artis sebagai legislator sering kali diragukan, karena pencalonan mereka lebih didasarkan pada popularitas ketimbang kapasitas. Rachel Maryam, anggota DPR dari Partai Gerindra yang juga berlatar belakang artis, mengakui adanya stigma negatif dari masyarakat terhadap rekannya sesama artis di parlemen. Meskipun setiap warga negara memiliki hak untuk mencalonkan diri sebagai anggota dewan, penting bagi partai politik untuk memastikan bahwa calon legislatif dari kalangan artis dibekali dengan pemahaman yang memadai mengenai fungsi legislatif. Selain itu, masyarakat juga perlu terus mengawasi dan mengevaluasi kinerja mereka sebagai representasi publik (Dani Prabowo, 2019). Meskipun terdapat pro dan kontra di masyarakat, hal itu tidak menghalangi 11 artis untuk menjadi wajah baru di DPR, bergabung dengan 12 rekannya

yang kembali terpilih pada Pemilu 2024. Kehadiran tokoh publik yang beralih profesi dari dunia hiburan ke Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) menjadi fenomena menarik di dunia politik saat ini, yang membutuhkan perubahan citra diri dan pembentukan kredibilitas politik. Para selebriti yang sekarang bertindak sebagai perwakilan rakyat menghadapi tantangan untuk mengubah citra masyarakat mereka dari sekadar penampil menjadi perwakilan suara rakyat. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Alam (2021) media sosial dapat memudahkan komunikasi langsung antara orang-orang dalam politik, partai, dan masyarakat umum. Ini juga memungkinkan orang untuk menyampaikan ide dan membentuk opini publik tanpa bergantung sepenuhnya pada media arus utama. Politisi secara aktif mengunggah berbagai jenis konten politik dalam kerangka komunikasi ini untuk meningkatkan visibilitas mereka (Fahruji & Fahrudin, 2023). Menurut Indra et al. (2024), konten politik mencakup semua materi yang berkaitan dengan masalah politik, pemerintahan, pemilihan umum, dan kebijakan publik. Sebaliknya, Sandi et al. (2024) mendefinisikan konten politik sebagai semua jenis informasi politik yang disajikan melalui media massa atau platform digital. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, konten politik yang dimaksud mencakup segala jenis informasi, pesan, atau simbol yang mengandung masalah politik yang dibahas. Apalagi, penggunaan media sosial di Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan seiring dengan perkembangan teknologi digital dan penetrasi internet yang semakin luas. 28 Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 terdapat 221,6 juta pengguna internet di Indonesia, yang setara dengan 79,5% dari total populasi (Haryanto, 2024). Sementara itu, DataReportal mencatat bahwa pada Januari 2025 terdapat 143 juta identitas pengguna media sosial aktif di Indonesia, atau sekitar 50,2% dari total populasi sebesar 285 juta jiwa. Platform-platform seperti YouTube, Facebook, TikTok, dan Instagram menunjukkan angka pengguna yang sangat signifikan, dengan YouTube sebagai yang paling populer, disusul Facebook (122 juta pengguna atau 43%), TikTok (108 juta pengguna usia 18 tahun ke atas atau 37,9%), dan Instagram (103 juta pengguna atau 36,3%) (Kemp, 2025).

Dari berbagai platform tersebut, Instagram menjadi media penting dalam penyampaian gagasan politik. Survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan pada Oktober 2023 terhadap 1.005 responden dari kalangan Gen Z dan milenial menunjukkan bahwa 66,2% responden mengandalkan Instagram untuk memperoleh informasi politik (Muhammad, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini berfokus konten-konten yang diunggah oleh artis yang baru menjabat sebagai anggota DPR RI melalui akun Instagram pribadi mereka. Berikut adalah daftar akun Instagram artis yang baru menjabat sebagai anggota DPR: Tabel 1.1. Akun Instagram Anggota DPR dari Kalangan Artis

No	Artis	Akun Instagram	Jumlah Pengikut	Unggahan	Keseluruhan
1	Verrell Bramasta	@Bramastavr1	28,3JT	76	59
2	Melly Goeslaw	@Melly_goeslaw	16,8JT	272	85
3	Denny Cagur	@Dennycagur	11,9JT	86	54

Sumber: Olahan Peneliti Tabel 1.1 di atas menunjukkan tiga artis memiliki pengikut lebih dari 10 juta, yakni Verrell Bramasta (28,3 juta pengikut), Melly Goeslaw (16,8 juta pengikut), Denny Cagur (11,9 juta pengikut), dan Uya Kuya (2,4 juta pengikut). Penelitian ini akan memfokuskan pada Menentukan artis sebagai calon anggota DPR berdasarkan jumlah pengikut di media sosial, terutama Instagram, adalah strategi yang logis dan konsisten dalam komunikasi politik kontemporer, karena jumlah pengikut mencerminkan popularitas seorang artis. Dalam ranah politik, popularitas ini dapat dilihat sebagai modal sosial yang penting. Artis yang memiliki banyak pengikut memiliki jaringan yang luas, yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pencalonan mereka. Verrell Bramasta yang memiliki pengikut paling banyak. Dengan jumlah pengikut yang besar dari karier keartisannya, Verrell Bramasta menggunakan Instagram untuk menyampaikan konten-konten yang lebih personal dan interaktif, mulai dari unggahan kegiatan di DPR, kegiatan personal, dan bertemu dengan warga. Penelitian ini juga memfokuskan pada Verrel sebagai representasi politisi muda. Verrell, yang lahir pada tahun 1996, Menurut data dari Badan pusat statistik secara demografis termasuk dalam kategori generasi Milenial akhir, yaitu penduduk yang lahir tahun 1981-1996. Sebagai bagian dari generasi

Milenial, Verrell mengusung gaya komunikasi politik yang lebih kasual, personal, dan visual, yang sangat berbeda dari politisi generasi sebelumnya. Gambar 1.1. Akun @Bramastavrl Melihat karakteristik Verrell yang berada di batas akhir generasi Milenial dan sudah sangat dekat dengan pola komunikasi Gen Z, dimana menurut Ramdani & Sudarto (2024) pola penggunaan media sosial yang luas dan memiliki banyak manfaat, sebagian besar berdampak pada bagaimana mereka membangun citra dan berkomunikasi politik. Media sosial telah berkembang menjadi lebih dari sekadar alat untuk hiburan dan komunikasi pribadi bagi generasi ini. Mereka juga menggunakannya sebagai alat strategis untuk mencari informasi, tetap terhubung dengan konstituen dan jaringan sosial, dan tetap mengikuti perkembangan terkini tentang masalah publik. Penelitian ini juga memperluas fokus dengan membandingkannya pada tokoh dari generasi sebelumnya, yaitu generasi X atau penduduk yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980. Dua dari tiga anggota DPR berlatar belakang artis merupakan generasi X, yakni Melly Goeslaw, yang lahir pada 7 Januari 1974, dan Denny Cagur, yang lahir pada tahun 1977. Dimana menurut Alamsyah, Reza & Sariswara (2023) dibandingkan dengan generasi yang lebih muda, Generasi X memiliki kecenderungan komunikasi yang berbeda. Generasi X cenderung memilih dan menampilkan konten yang mendalam dan kritis di platform media sosial mereka karena mereka lebih suka untuk diskusi yang substansial, penyampaian gagasan yang terstruktur, dan ulasan isu-isu politik yang menyeluruh. 3 Selain berfungsi sebagai perwakilan suara dari partainya, kehadiran Melly Goeslaw juga memberikan dorongan positif bagi partisipasi politik perempuan, Melly Goeslaw telah memanfaatkan platform media sosial Instagram tidak hanya untuk membagikan kehidupan pribadinya sebagai seorang artis dan penyanyi terkenal, tetapi juga sebagai alat untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat serta menyebarkan kebahagiaan dan semangat positif. Salah satu kampanye yang telah dilakukannya adalah dengan mengunggah momen-momen keceriaan dan aktivitas bersama masyarakat. (Sophia. 2024) Gambar 1.2. Akun @melly_goeslaw Dengan membandingkan dua tokoh dari lintas generasi ini,

penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana keduanya mengemas pesan politik melalui Instagram. Penelitian ini dilakukan pada Oktober 2024 hingga Maret 2025 karena rentang waktu ini mencakup fase awal dalam pembentukan dan pelaksanaan fungsi legislatif DPR RI periode 2024–2029. Dimulai dari pelantikan pada 1 Oktober 2024, masa ini menandai dimulainya masa tugas anggota DPR, termasuk proses orientasi, pembentukan alat kelengkapan dewan (AKD), penempatan anggota ke komisi-komisi, serta awal kegiatan legislasi (Haliza, 2024). Selain itu, periode ini juga mencerminkan dinamika politik yang signifikan, termasuk pembukaan Masa Persidangan II, kegiatan reses anggota DPR ke daerah pemilihan (Redaksi TVRINews, 2025), serta dimulainya pembahasan sejumlah regulasi penting, salah satunya revisi Undang - Undang TNI. Pembahasan UU TNI pada Maret 2025 bahkan memicu respons publik berupa aksi unjuk rasa, yang menunjukkan interaksi antara fungsi legislasi DPR dan partisipasi masyarakat sipil (Rahmawati, 2025). Selain itu, Instagram memungkinkan keduanya menyampaikan pesan politik dalam beragam bentuk seperti foto, baik foto tunggal atau carousel, dan reels baik dalam bentuk video maupun pictorial slideshow (slideshow bergambar), yakni penyajian informasi yang ditampilkan secara berurutan dalam format gambar-gambar visual yang. Selain bentuk konten, penelitian ini juga akan melihat bentuk pesan, yang terdiri atas informatif (menyampaikan fakta), persuasif (mengajak atau membujuk), dan koersif (menekan atau memaksa). Penelitian ini menggunakan tiga penelitian terdahulu sebagai rujukan. **60** Penelitian pertama berjudul **1** “Pengemasan Pesan Politik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 (Analisis Isi Kuantitatif pada Media Sosial Instagram @pinterpolitik dalam Periode Oktober 2023 - Februari 2024) **60**. Penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Putri Safria ini membahas tentang bagaimana pesan politik pasangan calon presiden dan wakil presiden 2024 dikemas melalui akun Instagram @pinterpolitik selama periode Oktober 2023 hingga Februari 2024. Menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan uji data menggunakan rumus Holsti, penelitian ini mengkaji lima kategori utama, yaitu tema pesan, bentuk komunikasi, bentuk

konten, tokoh politik yang ditampilkan, dan bentuk respons. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tema pesan yang paling dominan adalah strategi politik (55%), bentuk komunikasi informatif (74%), dan bentuk konten paling banyak berupa konten gambar (76%). Selain itu, pasangan calon nomor urut 2 dikaitkan kuat dengan tema pesan strategi politik, sementara pasangan calon nomor urut 3 lebih menonjol dalam pengemasan pesan berbasis identitas. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa akun edukasi politik seperti @pinterpolitik memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kampanye secara visual dan tematis di media sosial. Penelitian kedua dilakukan oleh Putri Harleyar Nr Zein berjudul “Pengemasan Pesan Politik Caleg Artis Uya Kuya pada Konten Tiktok (Analisis Isi Kualitatif akun Tiktok @king.uyakuya pada Periode Kampanye Pemilu 2024 (28 November 2023-10 Februari 2024) . Penelitian ini berfokus pada pengemasan pesan politik oleh artis sekaligus calon legislatif DPR RI, Uya Kuya, melalui akun TikTok pribadinya (@king.uyakuya) selama masa kampanye Pemilu 2024, yakni dari 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi, penelitian ini menganalisis 125 konten video yang dipublikasikan oleh Uya Kuya, yang secara konsisten menampilkan dirinya sebagai aktor utama. Pengemasan pesan politik Uya Kuya dianalisis melalui berbagai indikator seperti isi pesan (message content), gaya pengambilan gambar (video shooting style), jenis rekaman (type of recording), peran aktor utama (Uya Kuya selalu menjadi figur sentral), bentuk interaksi, sumber pesan, genre, format, serta tema pesan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Uya Kuya secara konsisten menggunakan dirinya sendiri sebagai aktor utama dalam menyampaikan pesan politik. Pesan tersebut dikemas secara atraktif dan berorientasi pada isu, sehingga mampu membangun kepercayaan publik (sense of reliability) dan meningkatkan daya pengaruh terhadap audiens. Penelitian ketiga berjudul “Komunikasi Politik Akun Instagram @raffinagita1717 dalam Branding Personal Prabowo-Gibran di Pemilu 2024 , yang dilakukan oleh Adinda Rizky Amalia, Aina Fitralisti, Debi Pratama Putri, Resti Yulianti, dan Ade Rahmah. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis pengaruh komunikasi politik yang dilakukan melalui akun Instagram @raffinagita1717 terhadap personal branding pasangan Prabowo-Gibran dalam konteks Pemilu 2024. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain deskriptif korelasional, penelitian ini melibatkan 400 responden yang merupakan pengikut akun tersebut. Faktor yang mendorong efektivitas komunikasi ini mencakup penggunaan konten kreatif, keterlibatan influencer ternama seperti Raffi Ahmad, serta pemanfaatan platform media sosial dengan jangkauan luas untuk menjangkau pemilih muda. Penelitian ini menegaskan pentingnya media sosial sebagai saluran komunikasi politik modern yang efektif, terutama dalam membentuk persepsi publik dan menarik simpati generasi muda. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan strategi kampanye digital yang lebih efisien dan berbasis data. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pendekatannya yang membandingkan dua tokoh politik dari latar belakang artis dan lintas generasi untuk melihat bagaimana keduanya mengemas pesan politik melalui media sosial, khususnya Instagram. Berbeda dari penelitian terdahulu yang berfokus pada akun edukasi politik (@pinterpolitik), akun kampanye pribadi seperti TikTok Uya Kuya, atau akun selebritas pendukung seperti @raffinagita1717, penelitian ini menganalisis akun Instagram dua anggota DPR RI aktif dari kalangan artis dalam periode awal mereka menjabat, yaitu dari 1 Oktober 2024 hingga 30 Maret 2025.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui “Bagaimana Pengemasan Konten Politik pada Akun Media Sosial Anggota DPR dari Kalangan Artis @bramastavrl dan @melly_goeslaw Periode 1 Oktober 2024 – 30 Maret 2025? . 1.3.

31 Tujuan Penelitian Berikut adalah bentuk tujuan penelitian yang disusun berdasarkan rumusan masalah di atas: 1. Mengidentifikasi tema pesan yang dominan dalam konten politik pada akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. 2. Mengidentifikasi bentuk konten politik yang digunakan dalam unggahan akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. 3. Mengidentifikasi bentuk pesan yang disampaikan melalui

akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. 4. Mengidentifikasi pesan politik yang disampaikan melalui akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. 5. Mengidentifikasi interaksi yang ditampilkan melalui akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. 6. Mengidentifikasi gaya pengambilan video yang ditampilkan melalui akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. 7. Mengidentifikasi aktor utama konten yang ditampilkan melalui akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. 12 1.4. 12 Manfaat

Penelitian Setelah penelitian ini selesai, diharapkan hasil yang diperoleh akan memberikan manfaat yang signifikan. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori yang berbeda, yaitu: 1.4 1.

1.4.1. Manfaat Akademik Penelitian ini secara akademis berpotensi untuk memperluas pemahaman dalam disiplin komunikasi politik, terutama terkait dengan strategi penyajian konten politik di media sosial oleh anggota DPR yang berasal dari kalangan artis. Di samping itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian lain yang menerapkan analisis isi kuantitatif dalam mengeksplorasi komunikasi politik di platform digital. 1.4.2. Manfaat Praktis Penelitian ini memiliki manfaat praktis bagi berbagai kelompok. Untuk anggota DPR dan partai politik, temuan dari penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai strategi konten di media sosial, yang bertujuan untuk membangun citra dan berinteraksi dengan masyarakat. Di sisi lain, bagi masyarakat, penelitian ini berpotensi meningkatkan kesadaran dalam mengevaluasi konten politik di media sosial, sehingga mereka dapat lebih kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang bersifat manipulatif. bab II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 13 Penelitian Terdahulu Tabel 2.1.

Penelitian Terdahulu No Judul Penelitian / Penulis/Tahun Afiliasi
1 Universitas Metro de Penelitian Kesimpulan Saran Perbedaan
Penelitian 1 Pengemasan Pesan Politik Calon Presiden dan Calon Wakil
Presiden 2024 (Analisis Isi Kuantitatif pada Media Sosial Instagram

@pinterpoliti k dalam Periode Oktober 2023 - Februari 2024) | Mutiara Putri | 2024 Universitas Pembanguna n Jaya Analisis isi Kuantitatif Penelitian ini mengeksplorasi pesan-pesan politik yang terdapat di akun Instagram @pinterpolitik selama periode Oktober 2023 hingga Februari 2024. Ditemukan bahwa strategi politik mendominasi dengan persentase mencapai 55%, sementara format utama yang digunakan adalah pesan informatif dan gambar, masing-masing dengan proporsi Penelitian ini dapat diperluas dengan menambahkan sumber data dari platform media sosial lainnya, melakukan perbandingan dengan akun-akun sejenis, serta menganalisis dampak pesan terhadap pengan publik. Selain itu, penerapan pendekatan kualitatif, seperti wawancara atau survei terhadap audiens, dapat memberikan kontribusi Penelitian yang pertama berfokus pada kampanye calon presiden di @pinterpolitik, sedangkan penelitian saya menganalisis komunikasi politik yang dilakukan oleh anggota DPR yang merupakan artis di platform Instagram. 76%. Studi ini menekankan pentingnya Instagram sebagai sarana dalam komunikasi politik. i yang signifikan terhadap hasil penelitian . 2 Pengemasan Pesan Politik Caleg Artis Uya Kuya pada Konten Tiktok (Analisis Isi Kualitatif akun Tiktok @king.uyakuya pada Periode Kampanye Pemilu 2024 (28 November 2023-10 Februari 2024) Putri Harleyar Nr | 2024 Universitas Pembanguna n Jaya Analisis Isi Kualitatif Penelitian ini menganalisis cara pengemasan pesan politik Uya Kuya di platform TikTok (@king.uyakuya) selama periode kampanye 2023-2024. Temuan menunjukkan bahwa konten kampanye didominasi oleh video yang minim pengeditan, yang menekankan isu-isu politik serta memperkuat interaksi dan promosi untuk membangun citra sebagai calon legislatif. Penelitian ini dapat diperluas dengan melakukan perbandingan pengemasan pesan politik di antara calon legislatif, menggunakan berbagai platform, atau dengan menerapkan pendekatan kualitatif untuk mengevaluasi efektivitasnya. Selain itu, analisis interaksi pengguna juga dapat dilakukan untuk menilai pengaruh komunikasi terhadap partisipasi Penelitian yang pertama melakukan

analisis terhadap strategi kampanye Uya Kuya di TikTok menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian saya berfokus pada analisis konten politik yang diposting oleh anggota DPR yang merupakan artis di Instagram setelah pemilu dengan pendekatan kuantitatif. masyarakat. 3 Komunikasi Politik Akun Instagram @raffinagita1717 dalam Branding Personal Prabowo-Gibran Di Pemilu 2024 Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia Pendekatan kuantitatif Penelitian ini mengungkap bahwa komunikasi politik yang dilakukan melalui akun Instagram @raffinagita1717 memiliki peranan penting dalam membangun citra pribadi Prabowo-Gibran. Penggunaan strategi komunikasi yang efektif, termasuk konten kreatif dan dukungan dari influencer, berkontribusi pada peningkatan persepsi positif di kalangan publik serta memperluas jangkauan pemilih, khususnya di kalangan generasi muda. Media sosial Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas strategi branding politik yang diterapkan di berbagai platform media sosial serta membandingkan pengaruh dari berbagai influencer. Di samping itu, analisis interaksi audiens akan diteliti lebih mendalam untuk memahami bagaimana komunikasi politik memengaruhi preferensi pemilih. Penelitian yang pertama meneliti peran influencer dalam pengembangan merek Prabowo-Gibran di platform Instagram, sedangkan penelitian saya berfokus pada analisis kuantitatif terhadap pengemasan konten politik yang dihasilkan oleh anggota DPR yang berasal dari kalangan artis. Perbedaan antara kedua penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, metode yang digunakan, serta fokus dari terbukti memiliki dampak signifikan dalam membentuk opini publik dan menciptakan citra politik yang kokoh. studi masing-masing. Penelitian ini memiliki sejumlah kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mutiara Putri (2024) berjudul "Pengemasan Pesan Politik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024". Kedua penelitian sama-sama berfokus pada komunikasi politik melalui platform media sosial Instagram, serta menggunakan pendekatan analisis isi untuk mengkaji konten yang dipublikasikan dalam kurung waktu yang berbeda, Selain itu,

keduanya membahas bagaimana pesan-pesan politik dikemas dan disampaikan kepada publik menjelang atau selama periode politik yang signifikan, yaitu masa kampanye atau pasca-pemilu. Namun, terdapat perbedaan yang cukup mencolok antara kedua studi tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Putri menggunakan pendekatan analisis isi kuantitatif terhadap akun Instagram milik @pinterpolitik, sebuah akun media informasi politik yang menyajikan berbagai konten dari banyak tokoh politik, terutama calon presiden dan wakil presiden. Fokus utama penelitian tersebut adalah untuk mengetahui dominasi jenis pesan, bentuk visual, dan strategi komunikasi politik yang digunakan oleh media dalam menyampaikan konten politik kepada masyarakat luas. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif dan fokus pada komunikasi politik yang dilakukan oleh dua individu spesifik, yakni anggota DPR RI dari kalangan artis: Verrel Bramasta dan Melly Goeslaw, yang keduanya berasal dari generasi Y. Objek yang diteliti adalah akun pribadi mereka di Instagram (@bramastavrl dan @melly_goeslaw), dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana pesan-pesan politik dikemas oleh figur publik yang kini juga menjabat sebagai wakil rakyat. Penelitian ini tidak hanya mengamati isi pesan secara umum, tetapi juga menganalisis tema konten, bentuk konten, dan bentuk pesan yang digunakan dalam unggahan mereka selama periode 1 Oktober 2024 hingga 30 Maret 2025. Dengan demikian, meskipun kedua penelitian mengangkat tema komunikasi politik di Instagram, penelitian ini memperluas ruang kajian dengan menyoroti sisi personal dan strategi komunikasi politik dari figur artis yang kini duduk di lembaga legislatif. Penelitian ini juga memperkaya perspektif dengan pendekatan kualitatif yang memungkinkan interpretasi lebih mendalam terhadap dinamika pesan yang dibangun oleh para tokoh tersebut di media sosial. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Harleyar Nr (2024) berjudul “Pengemasan Pesan Politik Caleg Artis Uya Kuya pada Konten TikTok”. Kedua penelitian ini membahas topik yang serupa, yaitu pengemasan pesan politik oleh figur publik dari kalangan

artis yang terjun ke dunia politik. Keduanya juga menggunakan pendekatan analisis isi untuk mengkaji konten kampanye atau komunikasi politik yang dipublikasikan melalui media sosial selama periode pemilu 2024. Persamaan lain terletak pada fokus subjek penelitian, di mana baik penelitian terdahulu maupun penelitian ini menelaah bagaimana artis yang menjadi caleg atau anggota DPR menyampaikan pesan politiknya di platform digital. Keduanya mengamati konten yang diposting secara personal oleh tokoh politik tersebut dalam upaya membentuk citra politik dan menjalin komunikasi dengan publik. Namun, terdapat perbedaan mendasar antara kedua penelitian ini. Penelitian terdahulu berfokus pada kampanye sebelum pemilu, yakni selama masa kampanye resmi dari 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024, sedangkan penelitian ini mengkaji komunikasi politik setelah pemilu, yaitu dari 1 Oktober 2024 hingga 30 Maret 2025, ketika para artis tersebut telah resmi menjabat sebagai anggota DPR. Fokus waktu ini menunjukkan perbedaan konteks: satu dalam kerangka kampanye, dan yang lain dalam kerangka pelaksanaan tugas sebagai legislator. Selain itu, platform media sosial yang digunakan juga berbeda. Penelitian oleh Putri Nr menggunakan TikTok sebagai media analisis, yang secara karakteristik lebih dinamis dan berorientasi pada hiburan, sementara penelitian ini menggunakan Instagram, yang lebih beragam secara format kontennya (foto, carousel, reels, dsb.) dan umum digunakan oleh politisi untuk membangun citra profesional. Dengan demikian, meskipun memiliki tema yang mirip, penelitian ini menghadirkan pendekatan dan konteks yang berbeda sehingga dapat memberikan kontribusi yang saling melengkapi dalam kajian komunikasi politik digital oleh figur publik di Indonesia. Penelitian ini memiliki sejumlah kesamaan dengan penelitian terdahulu berjudul “Komunikasi Politik Akun Instagram @raffinagita1717 dalam Branding Personal Prabowo-Gibran di Pemilu 2024 yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang. Kedua penelitian sama-sama menggunakan platform Instagram sebagai objek kajian utama dalam menganalisis praktik komunikasi politik. Keduanya mengkaji bagaimana konten media sosial digunakan dalam membentuk persepsi dan citra politik di tengah masyarakat,

khususnya pada konteks politik elektoral di Indonesia. Kesamaan lainnya terletak pada fokus terhadap peran figur publik dalam komunikasi politik digital. Dalam penelitian terdahulu, influencer (dalam hal ini akun publik milik pasangan selebritis Raffi Ahmad dan Nagita Slavina) dianalisis sebagai media komunikasi yang berperan dalam membentuk citra pasangan calon presiden dan wakil presiden, yakni Prabowo-Gibran. Sementara dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah dua anggota DPR dari kalangan artis, yakni Verrel Bramasta dan Melly goeslaw, yang menggunakan akun pribadi mereka sebagai sarana komunikasi politik. Namun, terdapat beberapa perbedaan penting antara kedua penelitian tersebut. Pertama, dari segi objek penelitian, penelitian terdahulu meneliti akun pihak ketiga (influencer) yang mendukung tokoh politik lain, sedangkan penelitian ini meneliti langsung konten yang diproduksi oleh tokoh politik itu sendiri, yaitu artis yang telah terpilih sebagai anggota DPR. Kedua, perbedaan juga terlihat dalam fokus studi. Penelitian terdahulu berorientasi pada strategi branding politik dan efektivitasnya dalam mempengaruhi persepsi pemilih, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada pengemasan konten politik, meliputi tema konten, bentuk konten, dan bentuk pesan yang digunakan oleh anggota DPR dalam berinteraksi dengan publik melalui media sosial pasca pemilu. Dengan demikian, meskipun keduanya memiliki titik temu dalam penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik, penelitian ini menyajikan sudut png baru yang lebih spesifik dan terfokus pada anggota DPR dari kalangan artis sebagai produsen langsung pesan politik, serta memberikan kontribusi terhadap kajian konten politik digital dari perspektif legislator muda di era pasca pemilu. Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini menghadirkan sudut png baru dengan mengkaji pengemasan pesan politik yang dilakukan oleh artis yang telah resmi menjadi anggota DPR RI, yakni Verrel Bramasta dan Melly Goeslaw. Ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada calon legislatif (Uya Kuya), calon presiden (Prabowo-Gibran), atau akun media politik (@pinterpolitik), dan umumnya dilakukan selama masa kampanye. Penelitian ini justru menelusuri aktivitas

komunikasi politik setelah terpilih, dalam konteks menjalankan fungsi representasi publik. Penelitian ini tidak hanya mengkaji komunikasi politik secara umum, tetapi juga menyoroiti identitas unik subjek penelitian—artis muda dari generasi Y yang kini memegang jabatan publik. **44** Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana citra artis dan karakteristik generasi digital membentuk gaya komunikasi mereka di media sosial. Pendekatan ini belum banyak disentuh dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini membedah pengemasan pesan politik melalui tema pesan, bentuk konten, dan bentuk pesan. Ketiga penelitian sebelumnya dilakukan dalam konteks kampanye dan pemilu, sedangkan penelitian ini mengamati periode setelah pemilu (Oktober 2024 – Maret 2025). Fokus ini menggeser perhatian dari pencitraan elektoral ke penguatan komunikasi representatif, yaitu bagaimana anggota DPR menyampaikan aktivitas, gagasan, dan kepentingan politik melalui Instagram sebagai bagian dari kerja legislasi dan representasi. Penelitian ini juga menawarkan perbandingan dua tokoh sekaligus dalam satu kerangka analisis—Verrel Bramasta dan Melly Goeslaw—yang memungkinkan analisis gaya komunikasi politik antar individu dengan latar belakang dan karakter publik yang berbeda. Ini memberikan nilai tambah dibanding penelitian sebelumnya yang hanya menyoroiti suatu tokoh atau satu akun.

7 2.2. **1 7 62** Teori dan Konsep 2.2 1. Komunikasi Politik Komunikasi politik adalah bentuk komunikasi yang diti oleh isi pesan yang disampaikannya. Pesan tersebut harus berkaitan dengan kekuasaan, mencerminkan usaha untuk memperoleh kekuasaan, serta memiliki dampak atau konsekuensi terhadap kekuasaan (Yusuf, 2023). Komunikasi politik merupakan suatu bidang studi yang menganalisis perilaku dan aktivitas komunikasi yang berkaitan dengan politik, yang memiliki dampak politik, atau yang mempengaruhi perilaku politik (Muchtar, 2016). McNair, dalam Al Mukromin (2023), mendeskripsikan komunikasi politik sebagai jenis komunikasi yang dilakukan oleh para politisi untuk mencapai tujuan tertentu. Ia berpendapat bahwa komunikasi politik tidak hanya terbatas pada interaksi antara aktor politik dan pemilih, tetapi juga mencakup komunikasi antara politisi, pemilih, dan kolumnis media.

17 Sementara itu, Nimmo, seperti dikutip oleh Al Mukromin (2023),

berpendapat bahwa komunikasi politik adalah aktivitas komunikasi yang diidentifikasi sebagai komunikasi politik berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkannya (baik yang nyata maupun yang potensial) yang mempengaruhi tindakan manusia dalam situasi konflik. Berdasarkan berbagai definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik merupakan suatu disiplin ilmu yang mengkaji perilaku serta aktivitas komunikasi yang berhubungan dengan aspek politik, yang memiliki dampak politik, atau yang memengaruhi perilaku politik di dalam masyarakat. Sampurna et al. (2024) menjelaskan bahwa komunikasi politik melibatkan individu-individu yang berperan dalam politik serta pesan-pesan yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan publik. Interaksi ini mencakup hubungan antara elite politik dan masyarakat dalam kerangka sistem politik yang ada. Efriza & Indrawan (2019) menjelaskan lima konsep komunikasi politik, yakni: 1. Sumber (komunikator), yakni individu atau kelompok yang menyampaikan pesan politik, seperti pejabat pemerintah, politisi, atau aktivis. 2. Pesan, yakni informasi atau ide yang disampaikan oleh komunikator, mencakup pidato, pernyataan kebijakan, atau kampanye politik. 13 46 3. Media, yakni saluran yang digunakan untuk menyebarkan pesan politik, termasuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar. 4. Penerima, yakni audiens atau publik yang menjadi target pesan politik, yang dapat terdiri dari individu, kelompok, atau masyarakat luas. 8 25 40 5. Efek, yakni dampak atau perubahan yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan, seperti perubahan sikap, opini, atau perilaku politik. Menurut Brian McNair, dalam Efriza & Indrawan (2019), Fungsi media politik mencakup penyampaian informasi kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi di sekitarnya, mendidik masyarakat tentang makna dan pentingnya fakta yang ada, serta menyediakan platform untuk menampung isu-isu politik yang dapat membentuk wacana dalam opini publik. Selain itu, media politik juga berperan dalam mengkomunikasikan hasil opini tersebut kepada masyarakat, menerbitkan publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga politik, serta berfungsi sebagai saluran advokasi yang mendukung program-program lembaga politik. Pada penelitian ini, akun

Instagram seperti @bramastavrl dan @melly_goeslaw menjadi media yang digunakan para politisi yang berlatar belakang artis untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Pesan-pesan tersebut mencerminkan upaya membentuk opini publik, menyosialisasikan kebijakan, serta membangun citra politik, yang semuanya berhubungan dengan kekuasaan dan pemerintahan. 2.2.2. Media Sosial Ardhana et al. (2025) menjelaskan bahwa media sosial merupakan kumpulan platform dan aplikasi digital yang memungkinkan penggunaannya untuk menciptakan, membagikan, serta berinteraksi dengan berbagai jenis konten. Lebih dari sekadar sarana komunikasi, media sosial berfungsi sebagai ekosistem global yang menyatukan individu, komunitas, dan institusi. Konten yang dibagikan bisa berupa teks, gambar, suara, hingga video, yang memberi ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri dan membangun koneksi dengan orang lain. Kotler dan Keller, dalam Agustina (2022) menjelaskan bahwa media sosial adalah platform yang dimanfaatkan oleh konsumen untuk saling berbagi teks, gambar, suara, video, dan berbagai informasi dengan individu lainnya. 16 Nasrullah (2015), dalam Hutabarat (2024), mengemukakan bahwa media sosial merupakan platform di internet yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka, serta berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, sehingga membentuk hubungan sosial dalam ruang virtual. Hutabarat (2024) menjelaskan bahwa [if5] [RP6] media sosial merupakan platform yang beroperasi di internet, yang memberikan kesempatan kepada individu untuk berinteraksi, bertukar informasi, dan berkolaborasi dalam berbagai jenis konten secara daring. Setiadi (2016) menjelaskan pemanfaatan media sosial, yakni: 1. Interaksi langsung dengan konstituen. Media sosial memberikan kesempatan bagi politisi untuk berkomunikasi secara langsung dengan pemilih, menjawab pertanyaan, dan merespons harapan masyarakat. Keterlibatan ini memperkuat ikatan antara politisi dan konstituen, serta meningkatkan tingkat kepercayaan publik terhadap mereka. 2. Mengawasi dan menganalisis pngan masyarakat. Platform media sosial memberikan kesempatan bagi para politisi untuk mengawasi dan menganalisis pngan masyarakat mengenai isu-isu tertentu. Dengan memahami

sentimen publik, mereka dapat merancang kebijakan atau strategi komunikasi yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa dengan menggunakan media sosial secara optimal, para politisi dapat meningkatkan interaksi dengan masyarakat, menggalang dukungan, serta mendorong keterlibatan publik dalam kegiatan politik. Pada penelitian ini, sebagai artis sekaligus politisi, Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw memanfaatkan media sosial untuk menjalin komunikasi langsung dengan konstituen, merespons aspirasi, serta membentuk citra politik yang dekat dengan masyarakat.

2.2.3. Instagram Menurut

Ardhana et al. (2025), Instagram adalah platform media sosial yang diperkenalkan pada tahun 2010 dengan penekanan pada berbagi foto dan video yang dapat dipercantik melalui berbagai filter. Popularitasnya tumbuh pesat di kalangan pengguna yang ingin membagikan konten visual secara instan dan dengan kualitas tinggi. Setelah diakuisisi oleh Facebook pada tahun 2012, Instagram semakin mengukuhkan posisinya sebagai salah satu platform terkemuka dalam dunia media sosial. Shinta & Putri (2021) menjelaskan bahwa Instagram merupakan aplikasi media sosial yang populer dan efektif untuk berbagi foto. Aplikasi ini dilengkapi dengan berbagai filter yang dapat digunakan, sehingga hasil gambar yang diolah dapat diunggah dan dilihat oleh pengguna lain. Sementara itu, Efendi & Fatgehipon (2024) menjelaskan bahwa Instagram adalah sebuah media sosial yang menyediakan kesempatan bagi penggunanya untuk berbagi konten dan berinteraksi, serta untuk mengekspresikan diri dan membentuk citra yang ingin disampaikan kepada publik melalui gambar dan video. Definisi di atas menyoroti fungsi Instagram sebagai platform media sosial yang memfasilitasi pengguna dalam berbagi konten visual serta berinteraksi dengan pengguna lainnya. Instagram menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk berbagi momen, berkreasi, dan terhubung dengan orang lain. Feed Instagram adalah tempat di mana dapat berbagi dan terhubung dengan orang serta hal-hal yang pedulikan. Setiap kali membuka aplikasi Instagram atau memperbarui feed, konten yang ditampilkan disesuaikan dengan minat

dan interaksi sebelumnya (Instagram, n.d.). Berikut adalah beberapa fitur utama yang tersedia: 1. Reels. Fitur ini memungkinkan membuat dan membagikan video pendek yang kreatif dengan durasi hingga 3 menit. dapat menambahkan teks, filter AR, dan audio dari perpustakaan musik Instagram atau menggunakan suara asli. 2. Stories. **3 58** Dengan Stories, dapat membagikan foto dan video yang akan hilang setelah 24 jam. Fitur ini memungkinkan menambahkan teks, stiker, dan elemen interaktif lainnya untuk membuat konten lebih menarik. 3. Direct Messages (DMs). **20** Fitur pesan langsung memungkinkan mengirim teks, foto, video, dan postingan secara pribadi kepada satu atau lebih pengguna. Ini memfasilitasi komunikasi pribadi dan berbagi konten secara langsung. 4. Search & Explore. Tab ini membantu menemukan konten, akun, dan topik yang sesuai dengan minat. Dengan fitur pencarian yang ditingkatkan, dapat menjelajahi berbagai konten yang sedang tren dan relevan. 5. Shopping. Instagram memungkinkan untuk menjelajahi dan membeli produk langsung dari aplikasi. Fitur ini memudahkan penemuan produk dan pembelian dari merek dan kreator favorit (Instagram, n.d.). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa salah satu fitur utama yang digunakan untuk mengunggah konten di Instagram adalah Feed Instagram. **7 45** Fitur unggulan lainnya adalah Reels, yang memungkinkan pengguna membuat dan membagikan video pendek dengan durasi hingga tiga menit. Keduanya memiliki bentuk konten yang berbeda, yakni: 1. Feed Instagram a. Foto Tunggal. Pengguna dapat mengunggah satu foto per postingan, yang akan tampil di profil dan feed pengikut mereka. b. Carousel. Fitur ini memungkinkan pengunggahan hingga 10 foto atau video dalam satu postingan, yang dapat dilihat dengan menggeser ke kiri atau kanan (Instagram, n.d.). 2. Reels a. Video Pendek Reels. Reels dirancang untuk berbagi video pendek dengan durasi hingga 3 menit, yang dapat diedit dengan berbagai efek, musik, dan teks untuk meningkatkan daya tarik. b. Slideshow Gambar (Pictorial Slideshow Reels). Selain video, pengguna dapat membuat slideshow dari beberapa gambar dalam Reels. Dengan menambahkan musik dan efek transisi, slideshow ini menjadi konten yang menarik dan dinamis (Klassen, 2025). **20** Pada era digital saat ini,

Instagram telah menjadi alat penting dalam dunia politik, khususnya bagi para politisi dalam membangun hubungan dengan publik. Effendy (2024) menjelaskan bahwa para politisi menggunakan Instagram sebagai alat untuk menciptakan dan memperkuat citra mereka di hadapan masyarakat. Melalui unggahan konten yang mencerminkan kepribadian, nilai-nilai, dan kegiatan mereka, politisi dapat mengembangkan identitas yang konsisten dan menarik bagi para pemilih. Jatmiko (2024) menerangkan bahwa melalui penggunaan Instagram, para politisi memiliki kesempatan untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam diskusi politik, kampanye, dan pemilihan umum. Konten yang bersifat interaktif dan mengajak partisipasi dapat memperkuat keterlibatan publik serta meningkatkan dukungan terhadap politik. Sementara itu, Sumantri (2023) berpendapat bahwa dengan memanfaatkan interaksi dan komentar yang diterima di Instagram, para politisi dapat mengamati pngan dan perasaan publik mengenai isu-isu tertentu. Data ini dapat dimanfaatkan untuk menyusun strategi komunikasi dan kebijakan yang lebih peka terhadap kebutuhan. Pada penelitian ini, Instagram menjadi media strategis bagi politisi berlatar belakang artis untuk membentuk citra politik yang menarik dan mudah diterima publik melalui konten visual yang kreatif. Fitur-fitur seperti foto tunggal, carousel, video pendek, dan slideshow gambar memungkinkan mereka mengemas pesan politik dengan cara yang lebih personal dan interaktif. 2.2.4.

Konten Politik Pesan politik adalah pernyataan yang disampaikan secara tertulis maupun tidak tertulis, secara verbal maupun non-verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, secara disadari maupun tidak disadari, yang isinya mengandung bobot politik, seperti pidato politik, undang-undang kepartaian, undang-undang pemilihan umum, pernyataan politik, artikel atau isi buku, berita, surat kabar, radio, televisi, internet, yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, spanduk, baliho, iklan politik, perang urat syaraf (psywar), sampai body language, dan lain-lain (Efriza & Indrawan, 2021)

Sedangkan Konten politik media merujuk pada segala jenis materi atau informasi yang berkaitan dengan politik yang disajikan melalui media massa atau platform digital (Sandi et al., 2024). Berdasarkan paparan di atas

maka konten politik yang peneliti maksud dalam hal ini adalah segala bentuk informasi, pesan, atau simbol yang berisi isu-isu politik yang disebarkan melalui berbagai media dan berbagai format termasuk media sosial. Dalam penelitian ini Konten politik yang diambil dalam setiap akun Instagram adalah segala jenis postingan yang mengandung informasi politik baik tersirat seperti keberadaan individu di tempat-tempat politik, segala bentuk aktivitas politik, maupun konten politik yang sifatnya tersurat seperti penggunaan logo partai, penggunaan foto ketua partai, atau tulisan-tulisan yang mengandung aktivitas politik lainnya. 2 2.2 2 8 34 5. Pesan Politik Pesan politik merupakan informasi yang dapat disadari atau tidak, disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal, baik lisan maupun tertulis, yang mengandung muatan politik. 2 Tujuan dari komunikasi politik dalam pesan politik bervariasi, seperti untuk memperoleh suara dalam pemilu, mempengaruhi kebijakan publik, meningkatkan kesadaran mengenai suatu isu, membangun dukungan untuk gerakan sosial, atau mendorong perubahan (Akib & et al, 2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pesan politik meliputi kredibilitas sumber pesan, kualitas pesan yang disampaikan, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, dan karakteristik audiens yang menerima pesan tersebut pengemasan konten ini saya mengutip dari penelitian terdahulu. Menurut Wahid (2016) dalam bukunya, pentingnya pesan dalam komunikasi politik, pesan harus direncanakan dan dikemas dengan cermat sebelum disampaikan kepada audiens. 2 29 Hal ini terutama berlaku di era digital saat ini jika komunikator ingin kampanye politik mereka berhasil. Oleh karena itu, kekuatan pesan sangat tergantung pada kemampuan untuk mengkonstruksi realitas. 2 Menurut Dan Nimmo, pesan politik didefinisikan sebagai konten berita yang dapat mencerminkan keadaan seorang komunikator politik (Wahid, 2016). 2 Berikut adalah ringkasan dari berbagai sumber dan penelitian sebelumnya yang keberadaannya ingin dijadikan alat ukur dalam studi ini. Selanjutnya, tema pesan politik adalah (Anjani, 2019): 1. 2 Strategi Politik Sebagaimana dijelaskan oleh Peter Schorder (Sahea, Niode, & Tulung, 2018), strategi politik adalah rencana atau cara yang digunakan untuk

mencapai tujuan tertentu. 2 Partai politik memerlukan strategi ini karena keberhasilan dalam mencapai perubahan jangka panjang seringkali sulit tanpa adanya strategi tersebut. 2 Dalam bukunya 2 "Strategi Politik 2, Peter Schröder menjelaskan bahwa strategi politik dalam konteks politik partai dalam pemilu adalah seperangkat pilihan bersyarat mengenai jalur tindakan yang harus diambil untuk mencapai tujuan politik yang diinginkan. 2 2. Kebijakan Politik Dalam situasi ini, kebijakan politik yang dibahas merupakan bagian dari bidang studi kebijakan public. semua keputusan yang dibuat oleh pemerintah, termasuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, dimasukkan ke dalam kebijakan public, Thomas dye menyetakan bahwa baik perspektif pertama maupun kedua sejalan dalam pandangan bahwasannya kebijakan ini salah ialah sebuah ketetapan yang diambil pemerintah atau pejabat pada suatu bidang. pada konteks ini, mencakup Tindakan seperti keputusan dari presiden, intruksi, serta beragam aturan dari pemerintah. 2 3. Politik Identitas Menurut Abdillah (Soenjoto, 2019), Politik identitas ialah peraturan atau kebijakan yang bertujuan dalam memajukan persamaan berdasarkan kategori-kategori seperti etnis, agama, atau jenis kelamin. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Pesan politik adalah alat penting dalam proses demokrasi. 2 Dengan memahami pesan politik, kita dapat menjadi partisipan politik yang lebih informal dan kritis, serta berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang makmur. Penelitian ini akan menganalisis pengemasan konten akun Artis yang menjadi anggota DPR di akun Instagram @melly_goeslaw dan @vrlbramasta, dengan kategori beberapa topik atau tema konten menjadi alat pengukur studi ini. 2 Oleh sebab itulah, gagasan ini akan dijadikan dasar pada penelitian ini. 2.2 7 6. Pengemasan Pesan Putri & Mutiah (2022) menjelaskan bahwa pengemasan pesan komunikasi merujuk pada metode yang digunakan untuk mencapai tujuan serta menyampaikan informasi dalam bentuk ide yang disampaikan dengan bahasa yang dapat dimengerti oleh penerima pesan. Proses pengemasan pesan mencakup pemilihan konten, tata letak, dan format yang sesuai untuk menjamin bahwa informasi disampaikan dengan jelas dan dapat dipahami oleh audiens. Menurut Triyantara (2024), dalam komunikasi politik, pengemasan pesan memiliki peran

yang sangat penting untuk memastikan informasi tersampaikan dengan efektif. Walaupun isi pesan tetap menjadi aspek utama, cara penyajiannya turut menentukan keberhasilan komunikasi. Pengemasan yang tepat mempermudah audiens dalam memahami, menerima, dan mengingat pesan. Proses pengemasan pesan melibatkan pemilihan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, gaya penyampaian yang sesuai dengan situasi, serta pemanfaatan elemen visual seperti gambar, grafik, atau video yang relevan untuk memperkuat pesan, pengemasan konten ini saya mengutip dari penelitian terdahulu. **1** 1. Close up adalah teknik pengambilan gambar yang fokus pada ekspresi wajah dan emosi, menciptakan rasa identifikasi psikologis dengan karakter. **1** **50** Hal ini membuat penonton merasa lebih dekat dengan subjek dan lebih terlibat secara emosional. **1** 2. Full shot merupakan pengambilan gambar yang menangkap acara atau adegan secara keseluruhan, memberikan perspektif yang lebih luas. Teknik ini berguna untuk memberikan konteks yang lebih baik dan memperlihatkan seluruh setting atau situasi. 3. Two shot adalah gaya pengambilan gambar yang menampilkan interaksi antara dua karakter, meningkatkan dialog dan keterlibatan. Ini memungkinkan penonton untuk melihat dinamika interaksi antara karakter dan merasa lebih terlibat dalam cerita. 4. Pov (point of view) adalah pengambilan gambar yang menekankan perspektif karakter, menciptakan pengalaman yang lebih menyeluruh bagi penonton. **1** Ini membuat penonton merasa seolah-olah mereka berada di dalam situasi yang ditampilkan. **1** 5. Wide shot adalah pengambilan gambar yang menawarkan pandangan yang lebih luas, cocok untuk menampilkan partisipasi kolektif atau setting yang lebih besar. **1** Ini memungkinkan penonton untuk melihat seluruh adegan atau lokasi dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konteksnya. **1** 6. Selfie, yang merupakan rekaman diri ini hanya melibatkan pengguna dalam mengambil foto diri mereka sendiri dengan menggunakan kamera depan perangkat mereka. Hal ini menciptakan kesan yang lebih personal dan langsung, sering kali digunakan untuk konten yang lebih santai atau untuk berbagi momen sehari-hari. **1** Aktor utama, yaitu individu atau kelompok yang menjadi pusat perhatian dalam proses pembuatan dan distribusi konten di platform tersebut. Lima aktor utama yang sering

ditemukan di Instagram adalah: 1. Politisi, yaitu kandidat yang memiliki akun dan merupakan individu yang terlibat dalam dunia politik, memanfaatkan TikTok sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pemilih serta membagikan pandangan politik mereka. Kandidat dapat menggunakan platform ini untuk melakukan kampanye politik, menyampaikan pesan politik, atau membangun citra publik. 1 2. Politisi lainnya, yaitu individu atau anggota politik lain yang mungkin terlibat dalam kegiatan politik atau pemerintahan. Kandidat dapat melibatkan anggota politik lain dalam konten TikTok untuk berbagi informasi atau pesan politik mereka kepada masyarakat. 1 3. Selebritas, yaitu individu yang terkenal dalam bidang masing-masing, seperti musisi, aktor, atau atlet. 1 Kandidat dapat melibatkan selebritas untuk memanfaatkan ketenaran mereka dalam berbagi konten yang beragam, mulai dari hiburan hingga pesan politik atau sosial. 4. Warga anonim, yaitu warga negara anonim atau pengguna biasa juga dapat menjadi karakter utama di TikTok. Kandidat dapat melibatkan warga yang tidak dikenal untuk berbagi pengalaman pribadi, pandangan, atau konten kreatif lainnya tanpa harus memiliki status publik atau terkenal. 5. Wartawan, yaitu jurnalis yang merupakan individu yang bertanggung jawab untuk menyampaikan berita atau informasi kepada masyarakat. Kandidat dapat melibatkan jurnalis dalam kontennya (Cervi et al., 2023). 1 Sedangkan Interaksi yaitu berbagai metode di mana politisi dan partai politik berkomunikasi dengan audiens mereka di platform tersebut. Terdapat tiga jenis interaksi yang sering ditemukan di Instagram, yaitu: 1. 1 Informasi dan promosi, yaitu jenis interaksi ini melibatkan partai politik dalam menyebarkan informasi kepada publik tanpa mendorong interaksi lebih lanjut dengan audiens. Mereka dapat memanfaatkan platform ini untuk mempublikasikan program, kebijakan, atau prestasi politik tanpa terlibat dalam dialog atau diskusi aktif dengan pengikut mereka. 2. Deliberasi dan diskusi, interaksi ini terjadi ketika partai politik atau politisi terlibat dalam pertukaran bilateral dengan audiens, mendorong dialog dan diskusi. Mereka dapat merespons pertanyaan, mengajukan argumen, atau mendiskusikan isu-isu tertentu dengan pengikut mereka, menciptakan kesempatan untuk berbagi pandangan dan ide. 3.

Partisipasi dan mobilisasi, interaksi ini mewakili tingkat interaksi yang paling tinggi, di mana aktor politik mendorong warga untuk berpartisipasi secara online atau offline, mendorong keterlibatan dan dukungan. Mereka dapat menggunakan TikTok untuk menggalang dukungan untuk kampanye, memobilisasi pemilih untuk memilih, atau mengorganisir acara atau aksi politik lainnya, meningkatkan keterlibatan dan partisipasi dalam proses politik (Cervi et al., 2023). Penelitian ini berfokus pada bagaimana anggota DPR berlatar belakang artis, yakni Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw, menyusun dan menyampaikan pesan politik mereka melalui media sosial Instagram, yakni akun @bramastavr1 dan @melly_goeslaw. Melalui analisis isi, penelitian ini akan menggali pemilihan tema seperti kegiatan DPR, fraksi, partai, dukungan Pilkada, dan aktivitas personal, serta penggunaan berbagai format visual seperti foto tunggal, carousel, Reels, dan pictorial slideshow, pesan politik disajikan secara menarik dan mudah dicerna publik. Tujuan dari pesan tersebut pun beragam, mulai dari informatif hingga persuasif dan koersif, yang semuanya bertujuan membentuk opini publik serta mempengaruhi sikap dan partisipasi politik masyarakat.

2.2.6.1. Tema Pesan

Menurut Puspitasari (2024), tema merujuk pada gagasan utama atau pokok bahasan yang menjadi inti dari suatu cerita atau konten. Dalam konteks pesan atau konten, tema merupakan ide sentral atau konsep utama yang ingin dikomunikasikan kepada audiens. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa tema konten merupakan topik atau subjek utama yang menjadi fokus dalam pembuatan dan penyajian suatu konten. Tema konten pada penelitian ini disusun dari unggahan anggota DPR berlatar belakang artis. Tema-tema tersebut terdiri dari:

1. Kegiatan Legislatif dan Kinerja

Kegiatan legislatif dan Kinerja menyangkut aktivitas legislatif seperti rapat, kunjungan kerja, advokasi terhadap isu-isu tertentu sebagai anggota DPR melalui media sosial, hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Anisyah Nur Alifah (2022), tentang anggota DPR-RI Christina Aryani memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk melaksanakan representasi politiknya. Dalam penelitian ini, semua konten yang menampilkan Verrel Bramasta atau

Melly Goeslaw dalam menjalankan kegiatan legislatif dan kinerjanya di DPR akan masuk dalam kategori ini. 2. Interaksi dengan Masyarakat Tema ini merujuk pada bagaimana Verrel Bramasta dan Melly Goeslaw menyampaikan niat, gagasan, atau sikap politik mereka melalui interaksi sosial secara langsung dan didokumentasikan serta tayang di media sosial. 3. Dukungan terhadap program pemerintah atau partai Dukungan terhadap Program pemerintah atau partai melalui konten politik di Instagram mencerminkan strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh politisi atau partai untuk menyampaikan, mempromosikan, dan memperkuat program serta kebijakan mereka kepada masyarakat melalui media sosial, khususnya Instagram. Tema ini ditandai dengan kata-kata bersifat dukungan terhadap program pemerintah ataupun program partai seperti ajakan masyarakat ikut serta atau keterangan bahwa tokoh tersebut setuju dengan program yang diadakan. 4. Kegiatan Partai Kegiatan partai politik yang dimaksudkan disini adalah keikutsertaan Verrel Bramasta dan Melly Goeslaw dalam kegiatan partai politik baik secara langsung (tatap muka) ataupun secara tidak langsung. Pada penelitian ini, Verrell Bramasta dan Melly goeslaw sebagai anggota DPR RI berlatar belakang artis mengunggah konten-konten mencerminkan tema-tema utama seperti Personal Branding, Kegiatan Legislatif dan Kinerja, Interaksi dengan Masyarakat, Dukungan terhadap program pemerintah atau partai, Dukungan terhadap program pemerintah atau partai, yakni @bramastavrl dan @melly_goeslaw.

2.2.6.2. Bentuk Konten Di Instagram, pesan atau konten yang disampaikan oleh pengguna dapat dikemas dalam berbagai format visual yang menarik. Bentuk-bentuk pesan ini mencerminkan fleksibilitas platform dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan kebutuhan penggunanya. Secara umum, terdapat empat bentuk utama pesan yang dapat dibagikan, yaitu foto tunggal, carousel, video pendek, dan pictorial slideshow . Berikut penjelasannya: 1. Foto tunggal merupakan bentuk konten paling sederhana, yakni pengguna membagikan satu gambar dalam satu postingan di feed (Instagram, n.d.). 2. Carousel memungkinkan pengguna untuk mengunggah hingga sepuluh foto atau video dalam satu unggahan di feed, yang dapat diakses

dengan menggeser ke kiri atau kanan (Instagram, n.d.). 3. Video Pendek Reels dapat digunakan untuk konten berbasis video pendek berdurasi maksimal tiga menit (Instagram, n.d.). 4. Pictorial Slideshow Reels juga dapat digunakan untuk membuat pictorial slideshow, yaitu kumpulan gambar yang ditampilkan secara berurutan dalam format video, dilengkapi musik dan efek transisi, menciptakan pengalaman visual yang lebih dinamis dan emosional (Klassen, 2025). Pada penelitian ini, peneliti akan melihat bentuk konten, seperti foto tunggal, carousel, video pendek Reels, dan pictorial slideshow dalam unggahan Instagram Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw sebagai anggota DPR RI berlatar belakang artis, yakni @bramastavrl dan @melly_goeslaw. Bentuk konten merujuk pada ragam format visual yang difasilitasi oleh Instagram untuk mendukung penyampaian pesan. Penggunaan fitur ini mencerminkan upaya mengemas pesan politik dalam beragam format, yakni foto tunggal berarti menyampaikan pesan secara langsung dan fokus melalui satu gambar, carousel berarti menyajikan narasi atau rangkaian informasi dalam beberapa slide yang saling berkaitan, video pendek Reels berarti menyampaikan pesan dalam bentuk video dinamis berdurasi singkat yang menarik perhatian audiens secara cepat, dan pictorial slideshow pada Reels berarti menyampaikan cerita visual melalui kumpulan gambar berurutan yang dilengkapi musik dan efek transisi untuk menciptakan kesan emosional dan estetik.

2.2.6.3. Bentuk Pesan Dalam komunikasi, Ali Nurdin, dalam Azizah (2023), menjelaskan bahwa pesan dapat dikategorikan berdasarkan tujuannya menjadi tiga bentuk utama: informatif, persuasif, dan koersif. Berikut penjelasannya:

1. Pesan informatif bertujuan menyampaikan informasi atau penjelasan kepada penerima tanpa mengharapkan perubahan sikap atau tindakan tertentu. Ciri-cirinya, yakni bersifat objektif dan faktual, serta tidak mengandung unsur paksaan atau ajakan.
2. Pesan persuasif bertujuan membujuk atau mempengaruhi penerima untuk mengubah sikap, opini, atau perilaku secara sukarela. Ciri-cirinya, yakni mengandung ajakan atau dorongan, mempertimbangkan aspek psikologis penerima, serta tidak menggunakan paksaan; perubahan terjadi atas kesadaran penerima.
3. Pesan koersif

bertujuan memaksa penerima untuk melakukan tindakan tertentu dengan ancaman sanksi atau hukuman jika tidak mematuhi. Ciri ciri, yakni mengandung unsur paksaan atau ancaman; dan menyertakan konsekuensi negatif bagi yang tidak mematuhi (Manafe, Wutun, & Aslam, 2024). Pada penelitian ini, peneliti akan melihat bentuk pesan, yang terdiri dari informatif, persuasif, dan koersif, dalam unggahan Instagram Verrell Bramasta dan Melly goeslow sebagai anggota DPR RI berlatar belakang artis, yakni @bramastavr l dan @melly_goeslaw. Unggahan yang menyampaikan informasi kegiatan legislatif menunjukkan bentuk pesan informatif. Unggahan yang mengajak partisipasi publik menunjukkan bentuk pesan persuasif. Sementara itu, unggahan yang menunjukkan sikap tegas terhadap isu tertentu menunjukkan pesan koersif.

2.2.7. Politisi dan Kalangan Artis Basit (2022)

menjelaskan bahwa politisi merupakan seseorang yang aktif dalam kegiatan politik, baik dengan memegang jabatan publik maupun sebagai tokoh politik yang terlibat dalam proses pemerintahan atau sedang berupaya memperoleh posisi politik tertentu. Sumantri (2023) menjelaskan bahwa politisi adalah orang yang terlibat secara aktif dalam dunia politik, baik melalui partai politik maupun lembaga pemerintahan, dan memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan serta implementasi kebijakan publik. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa seorang politisi adalah orang yang secara aktif berpartisipasi dalam kegiatan politik dengan maksud untuk mempengaruhi atau menentukan keputusan dalam pemerintahan, serta mewakili kepentingan masyarakat dalam proses penyusunan kebijakan publik. Menurut Alfirdaus (2019), partai politik sering kali memanfaatkan ketenaran selebriti untuk menarik minat pemilih. Meskipun demikian, studi ini juga menegaskan bahwa ketenaran semata tidak memadai; keterampilan dan kompetensi di bidang politik tetap diperlukan untuk melaksanakan tugas legislatif dengan efektif. Nabilah, Izomiddin, & Harahap (2022) berpendapat bahwa partai politik mengajukan calon dari kalangan artis dengan pertimbangan pragmatis yang mendesak. Artis memiliki daya tarik yang memungkinkan mereka diterima dengan cepat oleh pemilih, sehingga partai politik memanfaatkan ketenaran

mereka untuk meraih suara. Sementara itu, Yul, Fitriasia, & Ofianto (2023) menjelaskan bahwa fenomena pengangkatan artis sebagai calon legislatif oleh partai politik di Indonesia telah menjadi strategi yang umum digunakan untuk menarik suara dalam pemilihan umum. Daya tarik artis dianggap sebagai nilai tambah yang dapat meningkatkan popularitas partai. Namun, pendekatan ini sering kali mengesampingkan pentingnya proses kaderisasi yang krusial dalam menciptakan kader partai yang memiliki kompetensi dan integritas. Berdasarkan hasil Pemilihan Umum 2024, Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw, dua tokoh publik yang sebelumnya dikenal di industri hiburan Indonesia, berhasil terpilih sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI untuk periode 2024–2029. Keberhasilan mereka dalam memperoleh kursi legislatif tidak terlepas dari pemanfaatan popularitas yang telah mereka bangun selama berkarier di dunia hiburan, serta kedekatan emosional yang terjalin dengan publik melalui berbagai platform media sosial. Dalam hal ini, Instagram menjadi salah satu alat utama yang mereka gunakan untuk membentuk citra politik yang positif, menyampaikan pesan-pesan politik, serta menjalin komunikasi yang lebih personal dengan konstituen. Melalui unggahan yang konsisten dan interaktif, mereka tidak hanya menampilkan aktivitas politik dan aspirasi, tetapi juga membagikan momen-momen pribadi yang memperkuat hubungan dengan para pengikut. Strategi ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai modal politik, terutama bagi individu dengan latar belakang di dunia hiburan, untuk membangun kepercayaan dan memperoleh dukungan dari masyarakat luas (Anisya Al Faqir, 2024).

2.2.8. Anggota DPR Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) merupakan salah satu lembaga tinggi dalam struktur pemerintahan Indonesia yang berfungsi sebagai wakil rakyat dalam melaksanakan tugas legislatif (Solihah & Witianti, 2016). 4 Sebagai lembaga perwakilan, DPR memiliki tiga fungsi pokok: legislasi, anggaran, dan pengawasan. Fungsi legislasi berfokus pada pembuatan undang-undang; 4 27 43 fungsi anggaran berkaitan dengan persetujuan serta pengawasan terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN); sedangkan fungsi pengawasan meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan undang-undang dan

kebijakan yang diambil oleh pemerintah (Wahyudiono, 2025). **4 11 38** Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) memiliki tiga fungsi utama dalam sistem ketatanegaraan Indonesia, yaitu fungsi legislasi, fungsi anggaran, dan fungsi pengawasan. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai ketiga fungsi tersebut: **21 48**

1. Fungsi Legislasi. 21 48 Pasal 20 UUD 1945 menyatakan bahwa Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) memiliki wewenang untuk merumuskan undang-undang. **54** Setiap rancangan undang-undang (RUU) harus dibahas bersama Presiden untuk mencapai kesepakatan. Apabila RUU tersebut tidak disetujui, maka tidak dapat diajukan kembali dalam sidang yang sama. RUU dapat diajukan oleh DPR, Presiden, atau Dewan Perwakilan Daerah (DPD). Setiap anggota DPR berhak untuk mengusulkan RUU, sesuai dengan ketentuan Pasal 21 UUD 1945. Hal ini mencerminkan bahwa kekuasaan dalam proses legislasi menjadi lebih seimbang, dengan DPR berperan utama dalam fungsi legislasi (Sujana, 2024).

2. Fungsi Anggaran (budget). 4 33 Hak budget DPR merupakan salah satu bentuk nyata dari fungsi anggaran DPR yang memiliki kedudukan strategis dalam sistem pengelolaan keuangan negara **4 33** Secara khusus, hak budget DPR diwujudkan dalam bentuk pembahasan bersama Rancangan Undang-Undang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (RUU APBN) yang diajukan oleh Presiden. Dalam proses ini, DPR tidak hanya membahas secara umum, tetapi juga melakukan telaah secara mendetail hingga pada level unit organisasi, fungsi, program. **23** Melalui kewenangan untuk menyetujui atau menolak APBN, DPR memiliki peran sebagai budget maker, berbeda dengan Dewan Perwakilan Daerah (DPD) yang hanya memiliki hak untuk memberikan pertimbangan (sehingga disebut budget influence) (Susanto, 2016). Dengan demikian, hak budget DPR bukan hanya simbol partisipasi legislatif dalam anggaran negara, tetapi juga alat kontrol yang kuat yang harus dijalankan secara transparan dan bertanggung jawab.

3. Fungsi Pengawasan. 11 Fungsi pengawasan DPR merupakan salah satu fungsi utama dari lembaga legislatif dalam sistem ketatanegaraan Indonesia. DPR memiliki wewenang untuk mengawasi kinerja Presiden, termasuk dengan hak untuk mengusulkan pemberhentian Presiden kepada Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) sebagai bagian dari pelaksanaan fungsi pengawasannya. Untuk memastikan bahwa fungsi ini tidak disalahgunakan, DPR dalam menjalankan pengawasannya

harus menjunjung prinsip transparansi, akuntabilitas, independensi, dan imparialitas. Fungsi pengawasan DPR bukan hanya sah dalam kerangka konstitusi, tetapi juga penting untuk menjaga keseimbangan antara kekuasaan eksekutif, legislatif, dan yudikatif sesuai prinsip trias politica ala Montesquieu (Antari, 2020). Ketiga fungsi tersebut dijalankan oleh DPR dalam konteks perwakilan rakyat dan untuk mendukung inisiatif pemerintah dalam melaksanakan kebijakan luar negeri sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku (Hukumonline, 2024). Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) adalah lembaga legislatif yang anggotanya dipilih secara langsung oleh masyarakat melalui pemilihan umum.

8 Proses pemilihan ini mencerminkan prinsip kedaulatan rakyat, di mana kekuasaan tertinggi berada di tangan rakyat dan dilaksanakan sesuai dengan konstitusi. Jehanu (2015) menjelaskan bahwa proses pencalonan anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) di Indonesia melibatkan beberapa tahapan yang diatur oleh peraturan perundang-undangan dan peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU). Tahapan tersebut meliputi: 1. Rekrutmen partai politik. Partai politik memiliki peran sentral dalam merekrut calon anggota legislatif. Mekanisme rekrutmen dapat bervariasi antara partai, dengan beberapa menerapkan sistem terbuka, tertutup, atau campuran (Gatot & Gunanto, 2024). 2. Pendaftaran dan verifikasi oleh KPU. Setelah proses rekrutmen internal, partai politik mendaftarkan bakal calon anggota DPR ke KPU. 4 KPU kemudian melakukan verifikasi administratif dan faktual terhadap dokumen persyaratan calon. Penelitian oleh Irwanyah, Yuslim, dan Asrinaldi (2019) mencatat bahwa dalam tahapan ini sering ditemukan permasalahan seperti kurang informatifnya informasi pendaftaran dan keterbatasan waktu. 3. Penetapan Daftar Calon Sementara (DCS). Setelah verifikasi, KPU mengumumkan Daftar Calon Sementara (DCS) kepada publik. Masyarakat diberikan kesempatan untuk memberikan masukan atau tanggapan terhadap calon yang tercantum dalam DCS. 4. Masa perbaikan dan penggantian calon. Berdasarkan masukan dari masyarakat, partai politik dapat melakukan perbaikan atau penggantian bakal calon yang terdapat dalam DCS. 5. Penetapan Daftar Calon Tetap (DCT): Setelah melalui masa perbaikan, KPU menetapkan Daftar Calon Tetap (DCT) yang berisi nama-nama calon

anggota DPR yang akan mengikuti pemilu (Darma, Effendi, & Fahmi, 2019). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa partai politik memiliki peran sentral dalam proses rekrutmen calon anggota legislatif karena mereka merupakan satu-satunya institusi yang secara konstitusional berwenang mengusung calon dalam pemilihan umum legislatif. Peran ini bukan hanya administratif, melainkan juga strategis dalam membentuk kualitas dan arah politik nasional. Untuk dapat diusulkan sebagai calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) di Indonesia, individu harus memenuhi berbagai kriteria yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Berikut adalah beberapa syarat utama untuk pencalonan anggota DPR (Hukumonline, 2021):

1. Calon yang dimaksud haruslah seorang Warga Negara Indonesia (WNI), yang dapat dibuktikan melalui kepemilikan Kartu T Penduduk (KTP).
2. Usia Minimum. Calon harus berusia minimal 21 tahun pada saat penetapan daftar calon tetap.
3. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. Calon diharuskan memiliki keimanan sesuai dengan sila pertama Pancasila.
4. Tempat Tinggal. Calon harus bertempat tinggal di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
5. Kemampuan Berbahasa Indonesia. Calon harus mampu berbicara, membaca, dan/atau menulis dalam bahasa Indonesia.
6. Pendidikan. Calon minimal harus memiliki ijazah tamat Sekolah Menengah Atas (SMA) atau sederajat.
7. Setia kepada Pancasila, UUD 1945, NKRI, dan Bhinneka Tunggal Ika. Calon harus menunjukkan kesetiaan kepada dasar dan konstitusi negara.
8. Tidak Pernah Dipidana Penjara 5 Tahun atau Lebih. Calon tidak boleh memiliki riwayat sebagai terpidana dengan ancaman hukuman penjara 5 tahun atau lebih, kecuali bagi mantan terpidana yang telah memenuhi syarat tertentu.
9. Sehat Jasmani dan Rohani. Calon harus memiliki kesehatan fisik dan mental yang memadai.
10. Terdaftar sebagai Pemilih. Calon harus terdaftar sebagai pemilih dalam pemilu.
11. Keanggotaan Partai Politik. Calon harus menjadi anggota partai politik yang ikut serta dalam pemilu tersebut dan hanya diperbolehkan untuk dicalonkan di satu lembaga perwakilan.. Selain itu, terdapat persyaratan tambahan bagi individu yang menjabat dalam posisi tertentu, seperti pejabat negara, aparatur sipil negara, anggota TNI/Polri, direksi,

komisaris, dewan pengawas, dan karyawan pada BUMN atau BUMD. Mereka diwajibkan untuk mengundurkan diri dari jabatannya jika ingin mencalonkan diri sebagai anggota DPR (Hukumonline, 2021). Setiap partai memiliki kebijakan internal yang berbeda dalam menetapkan syarat dan kriteria bagi calon legislatif yang akan diusulkan, dengan mempertimbangkan pula keterwakilan perempuan sesuai dengan regulasi yang mengharuskan minimal 30% dalam daftar calon. Sejumlah partai politik melaksanakan rekrutmen terbuka dengan memanfaatkan media daring untuk menyebarluaskan informasi, sehingga memberikan peluang bagi masyarakat luas untuk mendaftar sebagai calon legislatif. Meskipun demikian, proses ini seringkali menghadapi kendala, seperti rendahnya minat dari kalangan generasi muda dan ketidakberanian kader internal partai untuk maju sebagai calon (Tenar, Penelitian ini berfokus pada anggota DPR dari kalangan artis, seperti Melly Goeslaw dan Verrell Bramasta. Keduanya menggunakan Instagram sebagai saluran strategis untuk menyampaikan aktivitas legislasi, anggaran, dan pengawasan. 2.2.9. Generasi X dan Y Generasi X merujuk pada individu yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980 (Hafifah & Widjayatri, 2022). 41 Mereka tumbuh pada masa awal perkembangan teknologi informasi, seperti munculnya komputer pribadi (PC), video game, televisi kabel, dan internet. Pengalaman ini membentuk karakteristik unik yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya dan sesudahnya. Karakteristik utama Generasi X meliputi: 1. Kemandirian dan Adaptabilitas. Tumbuh dalam lingkungan di mana kedua orang tua sering bekerja, Generasi X menjadi mandiri dan mampu beradaptasi dengan perubahan (Amin & Rahmiati, 2018). 2. Pemecahan Masalah yang Baik. Mereka cenderung logis dan efektif dalam menyelesaikan masalah (Hafifah & Widjayatri, 2022). 3. Keseimbangan Kehidupan dan Pekerjaan. Mengutamakan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan, serta menghargai fleksibilitas dalam lingkungan kerja (Mulyanti, 2021). 4. Skeptisisme terhadap Otoritas. Cenderung skeptis terhadap figur otoritas dan lebih menghargai pemimpin yang adil dan transparan (Mulyanti, 2021). 5. Kemampuan Teknologi. Terpapar teknologi sejak dini, mereka nyaman menggunakan perangkat teknologi dan

mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Mulyanti, 2021). Karakteristik Generasi X dalam penggunaan media sosial menunjukkan beberapa aspek penting: 1. Preferensi Konten yang Mendalam dan Analitis. Generasi X cenderung memilih konten yang bersifat mendalam dan analitis dibandingkan dengan generasi yang lebih muda, seperti Generasi Z yang lebih menyukai konten visual dan interaktif (Alamsyah, Reza, & Sariswara, 2023). 2. Penggunaan Media Tradisional dan Digital. Generasi X masih mengandalkan media tradisional seperti televisi, surat kabar, dan majalah sebagai sumber informasi utama, meskipun juga mulai memanfaatkan media digital (Alamsyah, Reza, & Sariswara, 2023). 3. Tingkat Privasi dalam Penggunaan Media Sosial. Penelitian mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara seberapa sering media sosial digunakan dengan tingkat kesadaran akan privasi di kalangan Generasi X. Berbeda dengan Generasi Z, frekuensi penggunaan media sosial memiliki dampak pada tingkat perhatian mereka terhadap privasi. (Mahmudah & Susanto, 2016). 4. Tantangan dalam Memahami Teknologi Baru. Beberapa anggota Generasi X mengalami kesulitan dalam memahami dan memanfaatkan teknologi baru sebagai media interaksi sosial (Kurniawan & Damayanti, 2019). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa Generasi X berada dalam transisi antara media tradisional dan digital, dengan kecenderungan mempertahankan preferensi terhadap konten yang mendalam serta menghadapi tantangan dalam adaptasi terhadap teknologi baru. Generasi Y, yang juga dikenal sebagai generasi milenial, umumnya merujuk pada individu yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000. Mereka tumbuh di era perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, yang secara signifikan mempengaruhi karakteristik dan perilaku mereka (Chandra, Hubeis, & Sukr, 2017). Karakteristik utama Generasi Y meliputi: 1. Melek Teknologi. Generasi Y sangat akrab dengan teknologi baru dan komunikasi instan seperti email, SMS, dan media sosial. Mereka tumbuh pada masa booming internet, menjadikan mereka pengguna aktif berbagai platform digital (Putra, 2018). 2. Kemandirian dan Optimisme: Generasi Y menunjukkan tingkat kemandirian yang tinggi, optimis, dan mudah beradaptasi dengan perubahan.

Mereka tidak ragu untuk berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain jika dirasa lebih sesuai dengan nilai dan tujuan pribadi mereka (Amin & Rahmiati, 2018). 3. Sikap Individualis dan Cepat Bosan: Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Generasi Y cenderung bersikap individualis, egosentris, tidak peduli, dan cepat bosan. Mereka juga memiliki kecenderungan rendah terhadap komitmen dan kesetiaan dalam bekerja (Paramitha & Ihalauw, 2018).

4. Toleransi Rendah terhadap Kebosanan: Mereka menyukai tantangan dan memiliki toleransi rendah terhadap rutinitas yang membosankan, sehingga selalu mencari variasi dan dinamika dalam pekerjaan (Mulyanti, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa Generasi Y merupakan kelompok yang dinamis, adaptif terhadap teknologi, dan menghargai fleksibilitas serta keseimbangan dalam kehidupan. Namun, tantangan seperti kecenderungan untuk cepat bosan dan rendahnya loyalitas terhadap organisasi perlu dikelola dengan strategi yang tepat oleh para pemangku kepentingan.

Generasi Y, atau yang dikenal sebagai milenial, memiliki karakteristik unik dalam penggunaan media sosial yang membedakan mereka dari generasi lainnya.

59 Berikut

adalah beberapa karakteristik utama tersebut: 1. Generasi Y cenderung lebih memilih menggunakan platform seperti WhatsApp dan Facebook dalam kehidupan sehari-hari (Susanti & Safitri,). WhatsApp digunakan untuk komunikasi instan, sementara Facebook dimanfaatkan untuk tetap terhubung dengan keluarga, teman lama, dan grup komunitas (Ramdani & Sudarto, 2024). 2. Generasi Y aktif dalam komunitas daring dan sering terlibat dalam diskusi serta berbagi pengalaman dengan anggota komunitas lainnya. Hal ini menunjukkan pentingnya rasa memiliki dan identitas sosial yang diperoleh melalui partisipasi dalam komunitas tersebut (Helal & Ozuem, 2021). 3. Penggunaan media sosial oleh milenial memiliki pengaruh signifikan terhadap kebiasaan belanja mereka. Mereka cenderung dipengaruhi oleh konten visual dan rekomendasi dari influencer dalam membuat keputusan pembelian (Kurniawan & Ahmadi, 2024).

39 4.

Generasi Y menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, termasuk mencari informasi, berkomunikasi, hiburan, dan membangun identitas sosial. Mereka memanfaatkan platform ini untuk tetap terhubung dengan jaringan sosial mereka dan

mengikuti perkembangan terbaru. Selain untuk hiburan dan komunikasi, Generasi Y juga memanfaatkan media sosial untuk tujuan profesional, seperti membangun jaringan, mencari peluang kerja, dan mempromosikan diri secara profesional (Ramdani & Sudarto, 2024). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa karakteristik-karakteristik di atas mencerminkan bagaimana Generasi Y memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk pengembangan diri, profesionalisme, dan interaksi sosial yang lebih luas. Pada penelitian ini, Melly Goeslaw merupakan bagian dari Generasi X, sementara Verrell Bramasta termasuk dalam Generasi Y. Perbedaan karakter ini kemungkinan mempengaruhi pengemasan konten politik yang mereka tampilkan di Instagram. Analisis terhadap perbedaan pendekatan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana generasi mempengaruhi gaya komunikasi politik artis-politisi di media sosial.

2.2.10. Operasionalisasi Konsep Tabel 2.2.

Operasionalisasi Konsep No Dimensi Indikator Definisi Sumber Kata Kunci 1 Tema Pesan Kegiatan Legislatif Dan kinerja, Kegiatan legislatif dan Kinerja menyangkut aktivitas legislatif seperti rapat, kunjungan kerja, advokasi terhadap isu- isu tertentu sebagai anggota DPR melalui media sosial, Olahsan Peneliti Rapat, Kunjungan Kerja, Advokasi, didalam gedung DPR RI Interaksi Pada Interaksi dengan masyarakat melalui Berinteraksi dengan Masyarakat at, konten politik di Instagram mencakup usaha politisi atau aktor politik dalam menciptakan komunikasi dua arah dengan publik menggunakan fitur-fitur interaktif yang tersedia di platform tersebut. masyarakat, Pemantauan Program, Peninjauan Proyek Strategis Nasional Dukungan Terhadap Program Pemerintah atau Partai, Dukungan terhadap inisiatif pemerintah atau partai melalui konten politik di Instagram mencerminkan strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh politisi atau partai untuk menyampaikan, mempromosikan, dan memperkuat program serta kebijakan mereka kepada masyarakat melalui media sosial, khususnya Instagram. Promosi Program Partai dan Pemerintah, Dukungan Kebijakan, Implementasi Program, Pencapaian Pemerintah, Kegiatan Partai (promosi agenda partai), Solidaritas Politik,

Afiliasi Pemerintah/Partai Kegiatan Partai, Kegiatan partai politik di Instagram melalui konten politik mencerminkan strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh partai untuk menyampaikan pesan, membangun citra, dan berinteraksi dengan masyarakat. Rapat Internal Partai, Konsolidasi Partai, Kampanye (di luar masa pemilu formal jika ada), Acara Partai, Sosialisasi Program Partai 2 Bentuk konten Foto Tunggal Foto tunggal merupakan bentuk konten paling sederhana, yakni pengguna membagikan satu gambar dalam satu postingan di feed. Instagram (n.d.) Gambar Statis, Foto Momen, Potret Carousel Carousel memungkinkan pengguna untuk mengunggah hingga sepuluh foto atau video dalam satu unggahan di feed, yang dapat diakses dengan menggeser ke kiri atau kanan. Galeri Foto, Rangkaian Gambar, Album Foto/ Video (campuran) Video Pendek Reels Video Pendek Reels dapat digunakan untuk konten berbasis video pendek berdurasi maksimal tiga menit Video Klip Singkat, Cuplikan Kegiatan, Vlog Pendek, Video Narasi Singkat Pictorial Slideshow Reels Pictorial Slideshow Reels juga dapat digunakan untuk membuat pictorial slideshow, yaitu kumpulan gambar yang Kompliasi Gambar Bergerak, Narasi Visual (dengan transisi), Video ditampilkan secara berurutan dalam format video, dilengkapi musik dan efek transisi, menciptakan pengalaman visual yang lebih dinamis dan emosional Montase Foto 3 Bentuk Pesan Informatif Informatif bertujuan menyampaikan informasi atau penjelasan kepada penerima tanpa mengharapkan perubahan sikap atau tindakan tertentu. Manafe, Wutun, & Aslam (2024) Fakta dan Data, Penjelasan Objektif, Laporan Berita, Pengumuman Resmi Persuasif Persuasif bertujuan membujuk atau mempengaruhi penerima untuk mengubah sikap, opini, atau perilaku secara sukarela. Ajakan Bertindak, Retorika Membujuk, Argumen Pendukung Seruan Partisipasi, Propaganda Koersif Koersif bertujuan memaksa penerima untuk melakukan tindakan tertentu dengan ancaman sanksi atau hukuman jika tidak mematuhi. Ancaman/ Peringatan, Penekanan Aturan/Sanksi, Intimidasi (jika relevan), Penekanan Kekuasaan 4 Pesan Politik Strategi Politik Strategi politik merupakan rencana atau metode yang diterapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Partai politik membutuhkan strategi ini

karena keberhasilan dalam mencapai perubahan jangka panjang sering kali sulit dicapai tanpa adanya strategi tersebut. Safria, 2023 Lobi Politik, Aliansi Politik, Pencitraan Politik, Agenda Politik, Komunikasi Politik, Taktik Politik Kebijakan Politik Semua keputusan yang diambil oleh pemerintah, baik itu melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, termasuk dalam kebijakan publik. 2 Dalam konteks ini, mencakup tindakan seperti keputusan presiden, instruksi, serta berbagai peraturan dari pemerintah. Rancangan Undang-Undang (RUU), Pembahasan Kebijakan, Keputusan Pemerintah, Regulasi Baru, Dampak Kebijakan Politik Identitas Menurut Abdillah (Soenjoto, 2019), politik identitas merupakan suatu peraturan atau Isu SARA (Suku, Agama, Ras, Antargolongan), Afiliasi, kebijakan yang bertujuan untuk memajukan kesetaraan berdasarkan kategori- kategori seperti etnis, agama, atau jenis kelamin. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa pesan politik adalah alat yang sangat penting dalam proses demokrasi. Dengan memahami pesan politik, kita dapat menjadi partisipan politik yang lebih terinformasi dan kritis, serta berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang sejahtera. 1 Kelompok/Komunitas, Penggunaan Simbol Identitas, Mobilisasi Identitas 5 Gaya Pengambilan Gambar Full shot Pengambilan gambar menangkap acara atau adegan secara keseluruhan. Zein, 2024 Seluruh Badan, Sosok Lengkap Two shot Pengambilan gambar menampilkan interaksi antara dua karakter. 1 Dua Orang, Interaksi Dua Figur POV Pengambilan gambar menekankan perspektif karakter. Sudut Pandang Subjek, Apa yang Dilihat Subjek, Pengalaman Subjektif Wide Pengambilan gambar menawarkan pandangan yang lebih luas, cocok untuk menampilkan partisipasi kolektif atau setting yang lebih besar. Latar Luas, Kontekstual (menunjukkan lingkungan), Banyak Objek/Orang Selfie Rekaman selfie melibatkan pengguna dalam mengambil gambar diri sendiri menggunakan kamera depan perangkat mereka. Potret Diri, Foto Sendiri (diambil sendiri), Interaksi Langsung ke Kamera (oleh subjek) 6 Aktor utama Politikus Kandidat selaku pemilik akun menjadi aktor utama dalam konten. 1 Zein, 2024 Gambar/ Video Politisi Utama, Pernyataan Politisi Utama, Aktivitas Politisi Utama Politisi Lainnya Kandidat melibatkan anggota politik lain untuk menjadi

aktor Politisi Senior, Anggota Fraksi, Pejabat utama dalam konten TikTok-nya. Pemerintah Lain, Tokoh Partai Lain Selebriti Kandidat melibatkan selebritas untuk menjadi aktor utama dalam konten TikTok-nya. Artis/Aktor, Musisi, Influencer, Tokoh Hiburan Warga negara anonim Kandidat melibatkan warga yang tidak dikenal untuk menjadi aktor utama dalam konten TikTok-nya. Masyarakat Umum, Konstituen, Relawan, Massa Aksi Jurnalis Kandidat melibatkan wartawan untuk menjadi aktor utama dalam konten TikTok-nya. Wartawan/ Reporter, Media Crew, Jurnalis Investigasi (jika konteks memungkinkan) 7 Interaksi Informasi dan promosi Kandidat mempublikasikan program, kebijakan, atau prestasi politik tanpa terlibat dalam dialog atau diskusi aktif. Zein, 2024 Pengumuman (kegiatan/kebijakan), Edukasi Publik, Sosialisasi Informasi, Promosi Diri/Partai, Transparansi Informasi Musyawarah dan diskusi Kandidat merespons pertanyaan, mengajukan argumen, atau mendiskusikan isu-isu tertentu dengan pengikut mereka, menciptakan kesempatan untuk berbagi pandangan dan ide. Rapat Dengar Pendapat (RDP), Dialog Publik, Forum Diskusi, Konsultasi Publik, Debat/Diskusi Panel Partisipasi dan mobilisasi Kandidat menggalang dukungan untuk kampanye, memobilisasi pemilih untuk memilih, atau mengorganisir acara atau aksi politik lainnya, meningkatkan keterlibatan dan partisipasi dalam proses politik. Aksi Sosial/ Komunitas, Ajakan Partisipasi, Gerakan Massa, Penggalangan Dukungan, Keterlibatan Warga Sumber: Data Olahan Peneliti Definisi operasional dalam penelitian ini dijabarkan melalui tiga dimensi dalam pengemasan pesan, yaitu tema pesan, bentuk konten, dan bentuk pesan. Pertama, tema pesan merujuk pada fokus atau inti dari informasi yang disampaikan melalui unggahan. Tema pesan dalam konteks ini dikategorikan menjadi lima jenis, yaitu: kegiatan DPR, kegiatan fraksi, kegiatan partai politik, dukungan terhadap pilkada, serta kegiatan personal. Kategori ini merupakan hasil olahan peneliti berdasarkan pengamatan terhadap isi unggahan yang dianalisis. Kedua, bentuk konten mengacu pada format visual yang digunakan dalam penyampaian pesan di media sosial, khususnya Instagram. Bentuk-bentuk tersebut mencakup foto tunggal, carousel (kumpulan beberapa gambar dalam

satu unggahan), video pendek reels, dan pictorial slideshow reels.

Klasifikasi ini mengacu pada fitur-fitur konten yang tersedia di Instagram (Instagram, n.d.). Ketiga, bentuk pesan menggambarkan gaya atau pendekatan komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan. Dalam penelitian ini, bentuk pesan diklasifikasikan menjadi tiga, yakni informatif (memberikan informasi secara objektif), persuasif (mendorong audiens untuk mengikuti atau mendukung sesuatu), dan koersif (berisi ajakan yang cenderung mendesak atau memaksa secara halus). Klasifikasi ini merujuk pada pendapat Manafe, Wutun, dan Aslam (2024).

1 7 2.3. Kerangka Berpikir Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Keterlibatan publik figur dalam politik bukan lagi hal yang asing. Salah satu fenomena yang mencolok adalah munculnya anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dari kalangan artis. Secara khusus, dalam konteks perkembangan teknologi dan media, penggunaan media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu kanal utama dalam aktivitas komunikasi politik. Media sosial memberikan ruang luas bagi politisi untuk membangun citra, menyampaikan gagasan, serta menjalin hubungan langsung dengan konstituen. Hal ini juga dimanfaatkan oleh anggota DPR dari kalangan artis, yang umumnya telah memiliki basis pengikut (followers) yang besar di platform digital sebelum terjun ke dunia politik. Fokus penelitian ini adalah melihat bagaimana pengemasan pesan politik di Instagram dilakukan oleh anggota DPR dari kalangan artis, dengan mengambil studi pada dua figur publik dari generasi Milenial, yakni Verrel Bramasta, dan generasi X, Melly Goeslaw. Keduanya mewakili kelompok politisi muda dengan latar belakang keartisan yang kuat, dan aktif menggunakan Instagram sebagai media komunikasi politik mereka. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis isi, yang bertujuan untuk mengungkap lebih dalam bentuk pengemasan pesan yang mereka sampaikan. Dalam penelitian ini, pengemasan pesan dianalisis berdasarkan tiga indikator utama, yaitu: tema konten (seperti kegiatan DPR, kegiatan fraksi, hingga aktivitas personal), bentuk konten (foto, carousel, reels, dan slideshow), serta bentuk pesan (informatif, persuasif, atau koersif). Konsep-konsep utama yang menjadi dasar dalam menyusun kerangka

berpikir ini meliputi komunikasi politik, media sosial, khususnya Instagram sebagai platform utama, serta isu representasi dari anggota DPR berlatar belakang artis. Selain itu, perbedaan generasi juga menjadi variabel penting, yakni karakteristik generasi Milenial sebagai digital native dianggap lebih adaptif dalam memanfaatkan media sosial untuk kepentingan politik. Dengan kerangka ini, diharapkan penelitian dapat menjawab pertanyaan utama mengenai bagaimana strategi pengemasan pesan politik di Instagram dilakukan oleh anggota DPR dari kalangan artis, serta bagaimana hal tersebut mencerminkan karakteristik personal dan politik mereka di hadapan publik.

bab III METODOLOGI PENELITIAN 3.1. Pendekatan Penelitian Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengumpulkan serta menganalisis data numerik dari konten yang diunggah di akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw. Menurut Ansori (2020), penelitian dengan pendekatan kuantitatif berfokus pada data yang dapat diukur untuk menghasilkan kesimpulan yang bersifat umum.  Sementara itu, Siroj et al. (2024) Penelitian yang mengadopsi pendekatan kuantitatif juga menekankan pentingnya pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka dengan variabel yang terkontrol, sehingga peneliti dapat menyelidiki fenomena dengan cara yang terstruktur. Menurut Siroj et al. (2024), karakteristik pendekatan kuantitatif, yakni: Penelitian kuantitatif disusun secara sistematis dan terstruktur, mencakup elemen-elemen seperti rumusan masalah, tujuan, studi pustaka, populasi dan sampel, instrumen, dan teknik analisis data. Penelitian ini disusun secara sistematis, dimulai dari perumusan masalah mengenai bagaimana konten politik dikemas oleh anggota DPR dari kalangan artis. Peneliti akan menggunakan prosedur tetap: memilih akun, menentukan kategori konten, waktu pengamatan, dan teknik analisis isi. Fokus penelitian cenderung sempit karena adanya pembatasan pada variabel atau populasi yang diteliti. Fokus penelitian dibatasi hanya pada dua akun Instagram (@bramastavrl dan @melly_goeslaw), dalam kurun waktu tertentu (Oktober 2024 – Maret 2025), dan pada konten politik saja.

a. Ini mencerminkan ruang lingkup yang sempit dan terkontrol, khas pendekatan kuantitatif.

9 49 Data yang dikumpulkan bersifat numerik atau dapat dikuantitatifkan (skala nominal, ordinal, interval, atau rasio). Penelitian ini akan mengubah konten media sosial menjadi data kuantitatif melalui proses kategorisasi dan penghitungan frekuensi. Data kemudian dianalisis secara numerik. Dapat dilakukan secara berkala (time series), pada satu waktu tertentu (cross sectional), atau kombinasi keduanya. Judul ini menunjukkan pendekatan time series, karena data dianalisis dalam rentang waktu tertentu (Oktober 2024–Maret 2025) untuk melihat pola atau perubahan frekuensi pengemasan konten dari waktu ke waktu. Umumnya menggunakan hipotesis sebagai dugaan awal, walau beberapa hanya menyusun pertanyaan deskriptif sebagai dasar analisis. Pendekatan ini memungkinkan perumusan pertanyaan deskriptif seperti: “Bagaimana bentuk pengemasan konten politik oleh artis yang menjadi anggota DPR? , dengan dugaan awal ada perbedaan frekuensi konten politik antara akun @bramastavrl dan @melly_goeslaw. 42 Analisis data dilakukan dengan alat statistik (deskriptif atau inferensial) untuk menguji hubungan atau pengaruh antar variabel. Data hasil kategorisasi isi akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif (seperti frekuensi, persentase). Ini memungkinkan kesimpulan yang objektif dan terukur. Sampel penelitian bersifat luas, acak, dan representatif agar hasilnya dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih besar. Meskipun objeknya hanya dua akun, pemilihan @bramastavrl dan @melly_goeslaw sebagai anggota DPR dari kalangan artis mewakili fenomena yang sedang dikaji. Keduanya dipilih karena relevansi dengan fokus penelitian. Proses berpikir dimulai dari teori umum menuju pengujian khusus (deduktif), mengikuti logika top-down . Penelitian ini didasarkan pada konsep komunikasi politik dan pengemasan pesan politik, yang digunakan sebagai landasan untuk menyusun kerangka analisis isi, sehingga pendekatannya deduktif (dari konsep ke data). Instrumen yang digunakan harus melalui proses validasi dan reliabilitas agar hasil yang diperoleh dapat dipercaya. Kategori analisis isi harus dikembangkan dengan instrumen yang teruji validitas dan reliabilitasnya, agar pengkodean isi konten dapat dilakukan secara konsisten dan akurat. Pendekatan kuantitatif berakar pada filsafat

positivisme, di mana data yang diperoleh dianalisis secara statistik guna menghasilkan temuan yang bersifat objektif dan dapat digeneralisasikan (Siroj et al., 2024) . Untuk itu, penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Menurut Gunawan (2022) , paradigma positivisme merupakan pendekatan yang berasal dari ilmu-ilmu alam, yang mengutamakan perpaduan antara data numerik, penalaran deduktif, dan penggunaan metode kuantitatif untuk menafsirkan fenomena secara objektif. Irwan (2018) menjelaskan bahwa paradigma positivisme adalah pendekatan dalam ilmu pengetahuan yang menyatakan bahwa realitas sosial bersifat empiris, dapat diobservasi secara nyata, dan dibuktikan secara ilmiah. Habibani, Fatimah, & Fitrisia (2024) menjelaskan karakteristik paradigma positivisme, yakni: 1. **18** Positivisme menekankan bahwa pengetahuan yang benar hanya diperoleh melalui fakta empiris yang dapat diuji dan diverifikasi, serta ditunjang oleh logika ilmiah. 2. Positivisme menolak dogma, kepercayaan supranatural, dan spekulasi metafisik. **18** 3. Positivisme menggunakan observasi, eksperimen, dan verifikasi sebagai metode utama dalam proses pengembangan pengetahuan ilmiah. 4. Positivisme menempatkan objektivitas sebagai nilai utama. 5. Positivisme bertujuan untuk mencari hukum universal atau pola umum yang dapat digunakan untuk memprediksi fenomena secara luas, seperti dalam hukum fisika atau perilaku sosial. 6. Positivisme mereduksi fenomena sosial atau manusiawi yang kompleks menjadi variabel-variabel terukur. 7. Positivisme membantu membangun kerangka ilmiah yang kuat dan dapat dilkan. 8. Positivisme dikritik karena mengabaikan aspek nilai, budaya, dan moral, serta terlalu kaku untuk menjawab kompleksitas fenomena manusia dan sosial kontemporer. 3.2. **10 24 25 32 51** Metode Penelitian Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. **14** **19 26** Menurut Eriyanto (2015), analisis isi adalah teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi. Penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif karena memungkinkan peneliti untuk mengukur frekuensi kemunculan kategori tertentu dalam pesan-pesan yang disampaikan melalui Instagram secara sistematis dan terukur.

REPORT #27512105

Dengan analisis isi kuantitatif, peneliti dapat mengidentifikasi tema pesan, bentuk pesan, dan bentuk konten pada akun Instagram Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw sebagai anggota DPR RI berlatar belakang artis, yakni @bramastavr1 dan @melly_goeslaw. Analisis isi mencoba mengetahui pola dalam pesan. Pola yang dimaksud, yakni bentuk statistik dari indikator yang digunakan berupa frekuensi atau tren. Penjelasan ini penting karena penelitian kuantitatif, yang berakar pada paradigma positivistik, menuntut data yang representatif dan bisa digeneralisasi, meskipun dalam skala terbatas (hanya dua akun). Proses seleksi ini juga menentukan keabsahan dan reliabilitas temuan. Alur penyeleksian pesan sehingga dapat ditetapkan sebagai sebuah sampel, yakni peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi seluruh unggahan selama periode Oktober 2024 – Maret 2025. Dari populasi unggahan tersebut, dipilih unggahan yang mengandung unsur politik, seperti menyampaikan program, menunjukkan aktivitas sebagai anggota DPR. Seluruh konten yang memenuhi kriteria tersebut akan dianalisis. Penentuan batas waktu untuk menentukan dan mengambil sampel menitikberatkan pada masalah aksesibilitas, representatif data, dan keterjangkauan peneliti. Batas waktu ini perlu dijelaskan sebagai bagian dari strategi aksesibilitas dan keterjangkauan peneliti terhadap data, sekaligus menjamin bahwa data yang diambil cukup representatif untuk menangkap aktivitas komunikasi politik pada masa tertentu, misalnya pasca-pemilu. Rentang waktu Oktober 2024 – Maret 2025 dipilih sebagai periode analisis karena mencakup masa setelah Pemilu 2024 atau masa awal menjabat sebagai anggota DPR RI.

3.3. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah setiap unggahan (postingan) terkait politik pada akun Instagram @bramastavr1 dan @melly_goeslaw yang dipublikasikan selama periode 1 Oktober 2024 hingga 30 Maret 2025. Unggahan meliputi foto tunggal, carousel, reels, maupun slideshow bergambar.

Adapun kriteria yang ditetapkan untuk unit analisis pada penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Merupakan Konten Politik yaitu konten yang mengandung pesan politik berupa foto tunggal, carousel, reels, maupun slideshow bergambar baik tersurat maupun tersirat, sadar maupun tidak, yang

31

56

mengandung muatan politik. 2. Konten dipublikasi selama periode 1 Oktober 2024 hingga 30 Maret 2025 Tabel 3.1. Unit Analisis No Gambar Tanggal Tema Konten Link 1 2 Oktober 2024 Kegiatan Legislatif dan Kinerja [https:// www.instagram.com/ p/DAmkwzkTH6k/? img_index=3&igsh= MTY0czY5Y2FsN Wtv cg==](https://www.instagram.com/p/DAmkwzkTH6k/?img_index=3&igsh=MTY0czY5Y2FsNWtv cg==) 2 25 Desember 2024 Interaksi dengan Masyarakat [https:// www.instagram.com/ reel/DD_jHk1vuJS/? utm_source=ig_web_copy_link&i gsh=MzR lODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DD_jHk1vuJS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==) 3 19 Desember 2024 Dukungan terhadap progra m pemerintah atau partai [https:// www.instagram.com/ reel/DDvXILcydKd/? u tm_source=ig_web_copy_link](https://www.instagram.com/reel/DDvXILcydKd/?utm_source=ig_web_copy_link) 4 13 Februari 2025 Kegiatan Partai [https:// www.instagram.com/ reel/DGAfs-5v-M-/? utm_source=ig_web_copy_link&igsh =MzR lODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DGAfs-5v-M-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==) 5 1 Oktober 2024 Kegiatan Legislatif dan Kinerja [https:// www.instagram.com/ p/DAkwJT_PmAp/? utm_source=ig_web_copy_link&i gsh=MzR lODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/p/DAkwJT_PmAp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==) 6 8 November 2024 Interaksi dengan Masyarakat [https:// www.instagram.com/ reel/DCGYzsfyoHW/? utm_source=ig_web_copy_link&i gsh=MzR lODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DCGYzsfyoHW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==) 7 6 Maret 2025 Kegiatan Partai [https:// www.instagram.com/ p/DG2IT20TYjk/? igsh=MTVqZGNhbn Ayb2lzYQ==](https://www.instagram.com/p/DG2IT20TYjk/?igsh=MTVqZGNhbnAyb2lzYQ==) Sumber: Data Olahan Peneliti Unggahan-unggahan pada tabel diatas merupakan unggahan dari masing-masing akun instagram yang merupakan gambaran dari keseluruhan unit analisis yang berjumlah total 144. Gambaran pada tabel unit analisis tersebut sudah berdasarkan konsep yang digunakan seperti kegiatan di DPR lalu unggahan yang berbentuk video pendek reels dan memiliki pesan yang informatif dan semacamnya.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Siyoto & Sodik (2015) menjelaskan bahwa data adalah sekumpulan sekumpulan fakta, angka, atau informasi yang dikumpulkan dan disusun secara sistematis sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan guna menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Menurut Ardiansyah, Risnita, & Jailani (2023) , terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang umum digunakan, yaitu: 1.

14 30 47 Data primer Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti sendiri dari sumber pertama (Irwanto, 2025). Data primer dalam penelitian ini, yakni pesan politik pada akun Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw yang dipublikasikan selama periode 1 Oktober 2024 hingga 3

0 Maret 2025. Peneliti mengunduh, mencatat, dan mengarsipkan seluruh unggahan kedua akun Instagram dalam periode penelitian. Setiap unggahan dianalisis berdasarkan kategori, yakni tema pesan, bentuk konten, dan bentuk pesan. **13** 2. Data sekunder Irwanto (2025) menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang sudah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh orang lain. Peneliti cukup menggunakan kembali data tersebut, seperti data dari buku, artikel, laporan, atau dokumen yang sudah dipublikasikan. **13** Data sekunder dalam penelitian ini, yakni buku, jurnal, berita, dan data berbentuk dokumentasi lainnya. 3.5. Metode Pengujian Data Ardiansyah, Risnita, & Jailani (2023) menjelaskan teknik pengujian data adalah proses dalam penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar shahih, dapat dipercaya, dan mencerminkan realitas yang diteliti secara akurat. Proses ini penting sebagai bagian dari pertanggungjawaban ilmiah agar hasil penelitian dapat dianggap valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Menurut Ardiansyah, Risnita, & Jailani (2023), teknik pengujian data, yakni:

1. Credibility (Derajat Kepercayaan), yakni data harus benar dan dipercaya oleh informan dan pembaca. Teknik yang digunakan termasuk perpanjangan waktu pengamatan, wawancara mendalam, dan member check. **12** 2. Transferability (Keteralihan), yakni sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan pada konteks lain dengan situasi serupa. Hal ini dicapai dengan deskripsi kontekstual yang rinci. 3. Dependability (Kebergantungan), yakni konsistensi hasil bila penelitian dilakukan ulang dengan cara dan instrumen yang sama. 4. Confirmability (Kepastian), yakni data dan temuan dapat ditelusuri kembali sumber dan prosesnya, serta tidak bias oleh opini peneliti. 5. Authenticity (Keaslian), yakni menjamin bahwa data benar-benar asli, tidak dimanipulasi, dan memungkinkan pemahaman yang mendalam terhadap perspektif informan. **36** Penelitian ini menggunakan confirmability (konfirmasiabilitas) yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa temuan penelitian tidak bias oleh opini, nilai, atau subjektivitas peneliti. Pada teknik ini, peneliti melakukan reliabilitas antar-coder atau pemeriksaan dengan melibatkan lebih dari satu coder. Hendriyani (2017) menjelaskan bahwa setiap coder akan Mendapatkan lembar

coding yang identik untuk mengevaluasi unit analisis yang serupa. Hasilnya kemudian dibandingkan untuk mengidentifikasi jumlah kesamaan dan perbedaan yang ada. Semakin banyak kesamaan yang ditemukan, semakin tinggi tingkat reliabilitas antar-coder yang diperoleh. Eriyanto (2011), dalam Hendriyani (2017), menyebutkan beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghitung reliabilitas antar-coder., di antaranya formula Hosti. Penelitian ini menerapkan rumus Holsti untuk menentukan tingkat reliabilitas antar-pengkode. Eriyanto (2011), sebagaimana dikutip dalam Asih & Rosit (2018), menyatakan bahwa batas minimum reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,7 atau 70%. **24** Dengan demikian, jika hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7, maka alat ukur tersebut dapat dianggap telah teruji dengan baik. Gambar 3.1.

10 Rumus Holsti Keterangan : M : Jumlah coding yang diterima dan disetujui masing - masing coder N1 : Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1 N2 : Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2 Dalam rumus hosti, reliabilitas berkisar antara hingga 1. Nilai menunjukkan ketidaksetujuan atau tidak adanya kesepakatan di antara para coder, sedangkan nilai 1 menkan adanya persetujuan yang sempurna di antara mereka. Semakin tinggi nilai yang diperoleh, semakin tinggi pula tingkat reliabilitasnya. Angka minimum yang dapat diterima dalam rumus hosti adalah 0,7, yang setara dengan 70% jika dinyatakan dalam bentuk persentase. Dengan demikian, jika perhitungan menunjukkan nilai reliabilitas diatas 0,7, maka alat ukur tersebut dapat dianggap sebagai alat yang telah teruji dan dapat dilkan. Dalam melakukan pengajuan coding penelitian ini, menggunakan dua Coder yaitu Muhammad Ichsan Fauzan sebagai coder 1 dan Muhammad Febryan Ariputra sebagai coder 2. Untuk menentukan coder 2, diperlukan bahwa coder tersebut memiliki pengalaman dalam melakukan pengkodean pada penelitian analisis isi. Muhammad Febryan Ariputra, yang merupakan lulusan dari program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya dan pernah melakukan penelitian analisis isi, maka Muhammad Febryan Ariputra memenuhi syarat tersebut dan oleh karena itu dapat diangkat sebagai coder 2 dalam penelitian ini. Tabel 3.2. Hasil Uji Readability Sumber: Hasil

Olahan Peneliti Tabel diatas adalah hasil dari pengujian antar-coder, di mana coder 1 diuji oleh peneliti sendiri, sedangkan coder 2 diuji oleh Muhammad Febryan Ariputra. Hasil pengujian antar-coder menunjukkan persentase reliabilitas melebihi 70%, nilai hasil uji nya diatas 0,7 yg artinya valid dan dapat digunakan, tetapi ada yang N/A 2 indikator. yaitu slideshow dan koersif. Yang mengindikasikan kesesuaian dengan rumus formula Hosti. Ini berarti bahwa alat ukur coding sheet tersebut dapat dianggap reliabel, memiliki makna yang jelas, dan dapat diterapkan dalam penelitian selanjutnya dengan konsep yang serupa.

3.6. Metode Analisis Data Proses analisis tematik pada dilakukan melalui enam langkah sistematis sebagai berikut:

1. Familiarisasi dengan data, yakni peneliti memulai proses dengan mengamati dan membaca ulang seluruh konten yang diunggah oleh akun Instagram @bramastavr1 dan @melly_goeslaw selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. Data yang dianalisis meliputi gambar, video, caption, hashtag, serta elemen visual lainnya yang digunakan dalam pengemasan pesan politik. Pada tahap ini, peneliti mencatat kesan awal, isu-isu yang menonjol, serta elemen komunikasi yang sering muncul.
2. Pengkodean awal (initial coding), yakni setiap konten kemudian dianalisis untuk diidentifikasi bagian-bagian pentingnya, seperti bentuk visual, nada narasi, pesan politik yang disampaikan, serta gaya penyampaian khas figur publik.
3. Pencarian tema (searching for themes), yakni kode-kode awal kemudian dikelompokkan untuk membentuk tema yang lebih luas.
4. Peninjauan tema (reviewing themes), yakni tema-tema awal dievaluasi kembali untuk memastikan bahwa tema tersebut benar- benar mencerminkan data yang ada. Peneliti mengecek konsistensi antar konten, mengevaluasi apakah tema tersebut terlalu luas atau terlalu sempit, serta menguji kesesuaian tema dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui bagaimana konten politik dikemas oleh figur publik berlatar belakang artis.
5. Pemberian nama dan definisi tema (defining and naming themes). Setelah tema dikonsolidasikan, masing-masing diberi nama yang jelas dan didefinisikan secara konseptual.
6. Pelaporan hasil (producing the report). Pada tahap akhir, peneliti

menyusun laporan hasil temuan dalam bentuk narasi yang menjelaskan setiap tema beserta contoh konten yang mewakili.

3.7. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan utama dalam penelitian ini terletak pada rentang waktu yang dianalisis, yaitu hanya mencakup periode dari 1 Oktober 2024 hingga Maret 2025, yang merupakan sekitar tujuh bulan pertama masa jabatan anggota DPR. Periode ini dipilih untuk menangkap fase awal aktivitas politik para tokoh setelah pelantikan, namun belum cukup mewakili keseluruhan kinerja komunikasi politik selama satu masa jabatan. Aktivitas dan strategi komunikasi politik dapat berubah seiring berjalannya waktu, sehingga hasil penelitian ini bersifat sementara dan perlu diperbarui dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan pandangan Yin (2003) yang menyatakan bahwa studi kasus harus mempertimbangkan batasan waktu dan konteks untuk memahami fenomena secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini bersifat deskriptif awal dan memerlukan studi lanjutan untuk mengamati dinamika komunikasi politik anggota DPR sepanjang masa jabatan mereka. Selain itu, analisis konten dalam penelitian ini hanya difokuskan pada unggahan Instagram yang secara langsung berkaitan dengan aktivitas politik, yaitu kegiatan sebagai anggota DPR (rapat, sidang, kunjungan kerja), kegiatan fraksi, aktivitas bersama partai politik, dukungan terhadap calon kepala daerah (Pilkada), dan konten personal yang dikaitkan dengan peran sebagai wakil rakyat. Konten-konten lain yang tidak memiliki relevansi politik secara eksplisit, seperti promosi bisnis pribadi, kegiatan seni/hiburan, atau aktivitas keluarga yang bersifat privat, tidak dianalisis dalam penelitian ini.

bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Gambar 4.1. Foto Verrel Bramasta (instagram @bramastavrl)

Dalam Bab ini, peneliti akan menjelaskan deskripsi umum mengenai subyek penelitian yaitu Instagram Verrel Bramasta dan juga Melly Goeslaw. Setelah pemaparan terkait deskripsi umum, peneliti mencoba memaparkan kategorisasi data hasil temuan pada akun instagram kedua subyek penelitian ini. Dimulai dari Verrel Bramasta yang merupakan seorang Artis yang memiliki banyak pengikut memiliki jaringan yang luas, yang dapat dimanfaatkan untuk

mendukung pencalonan mereka. Verrell Bramasta yang memiliki pengikut paling banyak berdasarkan data yang telah dipaparkan pada BAB sebelumnya. Dengan jumlah pengikut yang besar dari karier keartisannya, Verrell Bramasta menggunakan Instagram untuk menyampaikan konten-konten yang lebih personal dan interaktif, mulai dari unggahan kegiatan di DPR, kegiatan personal, dan bertemu dengan warga. Gambar 4.2. Foto istagram Verrel Bramasta (sumber instagram @bramastavrl) Penelitian ini juga memfokuskan pada Verrell sebagai representasi politisi muda. Verrell, yang lahir pada tahun 1996, Menurut data dari Badan pusat statistik secara demografis termasuk dalam kategori generasi Milenial akhir, yaitu penduduk yang lahir tahun 1981-1996. Sebagai bagian dari generasi Milenial, Verrell mengusung gaya komunikasi politik yang lebih kasual, personal, dan visual, yang sangat berbeda dari politisi generasi sebelumnya, Melihat karakteristik Verrell yang berada di batas akhir generasi Milenial dan sudah sangat dekat dengan pola komunikasi Gen Z. Verrel resmi bergabung dengan Partai Amanat Nasional sejak Februari 2023 sejak melihat ada peluang bagi generasinya untuk turut aktif dalam pesta demokrasi pada 2024 (Budi,2023). Kini Verrel Bramasta memiliki 28,9 Juta follower pada akun instagramnya , dan jumlah konten berjumlah 59 konten dari periode 1 oktober 2024 sampai 30 maret 2025. Gambar 4.3. Foto Melly Goeslaw (instagram @melly_goeslaw)

Melly Goeslaw Merupakan musisi yang lahir pada tahun 1977. **3** Salah satu tokoh yang muncul dalam daftar calon legislatif dari daerah pemilihan Jawa Barat 1 adalah Melly Goeslaw, yang mewakili Partai Gerindra. Dikenal sebagai penyanyi dan pencipta lagu terkenal, Melly Goeslaw memutuskan untuk memperluas ruang lingkup karyanya ke dalam dunia politik. Dengan popularitas yang dimilikinya dan jaringan yang luas, kehadiran Melly Goeslaw di arena politik menarik perhatian banyak pihak. Selain berfungsi sebagai perwakilan suara dari partainya, kehadiran Melly Goeslaw juga memberikan dorongan positif bagi partisipasi politik perempuan, Melly Goeslaw telah memanfaatkan platform media sosial Instagram tidak hanya untuk membagikan kehidupan pribadinya sebagai seorang artis dan penyanyi terkenal,

tetapi juga sebagai alat untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat serta menyebarkan kebahagiaan dan semangat positif. Salah satu kampanye yang telah dilakukannya adalah dengan mengunggah momen-momen keceriaan dan aktivitas bersama masyarakat. (Sophia, 2024). Adapun Jumlah follower Melly Goeslaw yaitu berjumlah 16.7juta follower, dan jumlah konten politik diakun melly berjumlah 85 konten dari periode 1 oktober 2024 samapai 30 maret 2025, Rata – rata likenya berjumlah 600 like dan rata – rata kome tar berjumlah 30. Gambar 4.4. Foto Instagram Melly Goeslaw (Instagram @melly_goeslaw)

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian Pada Sub Bab ini,

rumusan masalah secara umum menjadi panduan bagi peneliti dalam menjawab berbagai pertanyaan penelitian pada akun instagram Verrel Bramasta dan Melly Goeslaw dengan periode 1 Oktober 2024 sampai 30 Maret 2025. Untuk membantu menjawab berbagai pertanyaan rumusan masalah, maka digunakan tabel alat ukur, antara lain: Tabel 4.1. Operasionalisasi Konsep No Dimensi Indikator Definisi Sumber Kata Kunci 1 Tema Pesan Kegiatan Legislatif Dan kinerja, Kegiatan legislatif dan Kinerja menyangkut aktivitas legislatif seperti rapat, kunjungan kerja, advokasi terhadap isu- isu tertentu sebagai anggota DPR melalui media sosial, Olahan Peneliti Rapat, Kunjungan Kerja, Advokasi, didalam gedung DPR RI Interaksi Interaksi dengan Berinteraksi Pada Masyarakat, masyarakat melalui konten politik di Instagram mencakup usaha politisi atau aktor politik dalam menciptakan komunikasi dua arah dengan publik menggunakan fitur-fitur interaktif yang tersedia di platform tersebut. dengan masyarakat, Pemantauan Program, Peninjauan Proyek Strategis Nasional Dukungan Terhadap Program Pemerintah atau Partai, Dukungan terhadap inisiatif pemerintah atau partai melalui konten politik di Instagram mencerminkan strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh politisi atau partai untuk menyampaikan, mempromosikan, dan memperkuat program serta kebijakan mereka kepada masyarakat melalui media sosial, khususnya Instagram. Promosi Program Partai dan Pemerintah, Dukungan Kebijakan, Implementasi Program, Pencapaian Pemerintah, Kegiatan Partai (promosi agenda partai), Solidaritas Politik, Afiliasi Pemerintah/Partai

Kegiatan Partai, Kegiatan partai politik di Instagram melalui konten politik mencerminkan strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh partai untuk menyampaikan pesan, membangun citra, dan berinteraksi dengan masyarakat. Rapat Internal Partai, Konsolidasi Partai, Kampanye (di luar masa pemilu formal jika ada), Acara Partai, Sosialisasi Program Partai 2 Bentuk konten Foto Tunggal Foto tunggal merupakan bentuk konten paling sederhana, yakni pengguna membagikan satu gambar dalam satu postingan di feed. Instagram (n.d.) Gambar Statis, Foto Momen, Potret Carousel Carousel memungkinkan pengguna untuk mengunggah hingga sepuluh foto atau video dalam satu unggahan di feed, yang dapat diakses dengan menggeser ke kiri atau kanan. Galeri Foto, Rangkaian Gambar, Album Foto/Video (campuran) Video Pendek Reels Video Pendek Reels dapat digunakan untuk konten berbasis video pendek berdurasi maksimal tiga menit Video Klip Singkat, Cuplikan Kegiatan, Vlog Pendek, Video Narasi Singkat Pictorial Slideshow Reels Pictorial Slideshow Reels juga dapat digunakan untuk membuat pictorial slideshow, yaitu Komposisi Gambar Bergerak, Narasi Visual (dengan kumpulan gambar yang ditampilkan secara berurutan dalam format video, dilengkapi musik dan efek transisi, menciptakan pengalaman visual yang lebih dinamis dan emosional transisi), Video Montase Foto 3 Bentuk Pesan Informatif Informatif bertujuan menyampaikan informasi atau penjelasan kepada penerima tanpa mengharapkan perubahan sikap atau tindakan tertentu. Manafe, Wutun, & Aslam (2024) Fakta dan Data, Penjelasan Objektif, Laporan Berita, Pengumuman Resmi Persuasif Persuasif bertujuan membujuk atau mempengaruhi penerima untuk mengubah sikap, opini, atau perilaku secara sukarela. Ajakan Bertindak, Retorika Membujuk, Argumen Pendukung Seruan Partisipasi, Propaganda Koersif Koersif bertujuan memaksa penerima untuk melakukan tindakan tertentu dengan ancaman sanksi atau hukuman jika tidak mematuhi. Ancaman/ Peringatan, Penekanan Aturan/Sanksi, Intimidasi (jika relevan), Penekanan Kekuasaan 4 Pesan Politik Strategi Politik Strategi politik merupakan rencana atau metode yang diterapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Partai politik membutuhkan strategi ini karena keberhasilan dalam

mencapai perubahan jangka panjang sering kali sulit dicapai tanpa adanya strategi tersebut. Safria, 2023 Lobi Politik, Aliansi Politik, Pencitraan Politik, Agenda Politik, Komunikasi Politik, Taktik Politik Kebijakan Politik Semua keputusan yang diambil oleh pemerintah, baik itu melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, termasuk dalam kebijakan publik. **2** Dalam konteks ini, mencakup tindakan seperti keputusan presiden, instruksi, serta berbagai peraturan dari pemerintah. Rancangan Undang-Undang (RUU), Pembahasan Kebijakan, Keputusan Pemerintah, Regulasi Baru, Dampak Kebijakan Politik Identitas Menurut Abdillah (Soenjoto, 2019), politik identitas merupakan Isu SARA (Suku, Agama, Ras, Antargolongan), suatu peraturan atau kebijakan yang bertujuan untuk memajukan kesetaraan berdasarkan kategori- kategori seperti etnis, agama, atau jenis kelamin. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa pesan politik adalah alat yang sangat penting dalam proses demokrasi. Dengan memahami pesan politik, kita dapat menjadi partisipan politik yang lebih terinformasi dan kritis, serta berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang sejahtera.

Afiliasi, Kelompok/Komunitas, Penggunaan Simbol Identitas, Mobilisasi Identitas 5 Gaya Pengambilan Gambar Full shot Pengambilan gambar menangkap acara atau adegan secara keseluruhan. Zein, 2024 Seluruh Badan, Sosok Lengkap Two shot Pengambilan gambar menampilkan interaksi antara dua karakter. **1** Dua Orang, Interaksi Dua Figur POV Pengambilan gambar menekankan perspektif karakter. Sudut Pandang Subjek, Apa yang Dilihat Subjek, Pengalaman Subjektif Wide Pengambilan gambar menawarkan pandangan yang lebih luas, cocok untuk menampilkan partisipasi kolektif atau setting yang lebih besar. Latar Luas, Kontekstual (menunjukkan lingkungan), Banyak Objek/Orang Selfie Rekaman selfie melibatkan pengguna dalam mengambil gambar diri sendiri menggunakan kamera depan perangkat mereka. Potret Diri, Foto Sendiri (diambil sendiri), Interaksi Langsung ke Kamera (oleh subjek) 6 Aktor utama Politikus Kandidat selaku pemilik akun menjadi aktor utama dalam konten. **1** Zein, 2024 Gambar/Video Politisi Utama, Pernyataan Politisi Utama, Aktivitas Politisi Utama Politisi Lainnya Kandidat melibatkan anggota politik lain Politisi Senior, Anggota Fraksi, untuk menjadi aktor utama dalam konten



TikTok-nya. Pejabat Pemerintah Lain, Tokoh Partai Lain Selebriti Kandidat melibatkan selebritas untuk menjadi aktor utama dalam konten TikTok-nya. Artis/Aktor, Musisi, Influencer, Tokoh Hiburan Warga negara anonim Kandidat melibatkan warga yang tidak dikenal untuk menjadi aktor utama dalam konten TikTok-nya. Masyarakat Umum, Konstituen, Relawan, Massa Aksi Jurnalis Kandidat melibatkan wartawan untuk menjadi aktor utama dalam konten TikTok-nya. Wartawan/ Reporter, Media Crew, Jurnalis Investigasi (jika konteks memungkinkan) 7 Interaksi Informasi dan promosi Kandidat mempublikasikan program, kebijakan, atau prestasi politik tanpa terlibat dalam dialog atau diskusi aktif. Zein, 2024 Pengumuman (kegiatan/kebijakan), Edukasi Publik, Sosialisasi Informasi, Promosi Diri/Partai, Transparansi Informasi Musyawarah dan diskusi Kandidat merespons pertanyaan, mengajukan argumen, atau mendiskusikan isu-isu tertentu dengan pengikut mereka, menciptakan kesempatan untuk berbagi pandangan dan ide. Rapat Dengar Pendapat (RDP), Dialog Publik, Forum Diskusi, Konsultasi Publik, Debat/Diskusi Panel Partisipasi dan mobilisasi Kandidat menggalang dukungan untuk kampanye, memobilisasi pemilih untuk memilih, atau mengorganisir acara atau aksi politik lainnya, meningkatkan keterlibatan dan partisipasi dalam proses politik. Aksi Sosial/ Komunitas, Ajakan Partisipasi, Gerakan Massa, Penggalangan Dukungan, Keterlibatan Warga Sumber: Data Olahan Peneliti Melalui alat ukur tersebut, akan dipaparkan hasil dan analisis penelitian untuk menjawab berbagai pertanyaan dalam rumusan masalah sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

4.2.1. Frekuensi Konten Politik @bramastavrl dan @melly_goeslaw Unggahan konten yang dihitung menjadi bagian dari penelitian ini adalah konten yang memenuhi berbagai kriteria, yaitu konten politik yang memuat segala sesuatu yang berhubungan dengan politik baik berupa carousel, reels, foto tunggal, video pendek reels, maupun pictorial slideshow reels. Konten yang diambil merupakan konten politik dari akun @bramastavrl dan @melly_goeslaw dalam periode 1 Oktober 2024 sampai 30 Maret 2025 dengan hasil frekuensi unggah konten politik sebagai berikut: Tabel 4.2. **6** Frekuensi Unggahan Konten Politik @bramastavrl Bulan Jumlah Postingan Persentase Oktober 2024

16 27% November 2024 7 12% Desember 2024 10 17% Januari 2025 4 7%
 Februari 2025 11 19% Maret 2025 11 19% Sumber: Hasil Olahan Peneliti,
 2025 Tabel diatas adalah data frekuensi unggahan konten politik pada akun
 instagram Verrel Bramasta, Oktober 2024 dengan jumlah postingan sebanyak 16
 konten yaitu persentase frekuensi sebesar 27%, November 2024 sebanyak 7
 konten atau 12%, Desember 2024 sebesar 10 Konten atau 17%, Januari 2025
 sebanyak 4 konten atau 7%, Februari 2025 sebanyak 11 konten atau 19%
 dan Maret 2025 sebanyak 11 konten atau 19%. Gambar 4.5. Frekuensi Jumlah
 Postingan @bramastavrl Jumlah postingan di akun Verrel Bramasta di bulan
 Oktober paling banyak sebesar 16 konten atau 27% dari total konten yang
 diunggah pada periode oktober 2024 sampai maret 2025, hal ini dikarenakan
 oktober merupakan bulan pelantikan DPR RI yang baru berbagai postingan
 diunggah oleh verrel contohnya konten foto verrel sehabis diantik, dan
 konten dimana varrel berada di Gedung DPR. Tabel 4.3. **5** Frekuensi Jumlah Postingan

Akun Instagram @melly_goeslow Bulan Jumlah Postingan Persentase Frekuensi
 Oktober 2024 22 26% Novermber 2024 27 32% Desember 2024 13 15%
 Januari 2025 1 1% Februari 2025 13 15% Maret 2025 9 11% Sumber:
 Hasil Olahan Peneliti, 2025 Tabel diatas adalah data frekuensi unggahan
 konten politik pada akun instagram Melly Goeslaw, Oktober 2024 dengan
 jumlah postingan sebanyak 22 konten yaitu persentase frekuensi sebesar 26%,
 November 2024 sebanyak 27 konten atau 32%, Desember 2024 sebesar 13
 Konten atau 15%, Januari 2025 sebanyak 1 konten atau 1%, Februari 2025
 sebanyak 13 konten atau 15% dan Maret 2025 sebanyak 9 konten atau 11%. Gambar 4.6.

Frekuensi Jumlah Postingan Akun Instagram @melly_goeslow Konten Melly
 Goeslaw pada bulan November paling banyak dikarenakan banyak konten terkait
 berbagai rapat mulai dari Rapat Badan kerja sama antar parlemen dan
 adanya rapat dengan Medikdasmen, mendiktisaintek, dan adanya undangan BALEG
 (Badan Legislasi) DPR RI Terkait dengan usulan revisi UU Hak Cipta,
 Adanya kegiatan acara Festival HD keun Bandung . kang Haru dan kang
 Dhani sebagai calon Walikota dan calon Wakil Walikota Bandung 4.2.2. Tema
 Pesan Pada Konten @bramastavrl dan @melly_goeslaw Tabel 4.4. Hasil Analisis

is Kategori Tema Pesan Pada Konten Instagram @bramastavrl@bramastavrl
Dimensi Indikator Jumlah Tema Pesan Kegiatan Legislatif Dan kinerja, 42
Interaksi Pada Masyarakat, 11 Dukungan Terhadap Program Pemerintah atau
Partai, 9 Kegiatan Partai 2 Sumber: Hasil Olahan Peneliti Tabel 4.4 di
atas adalah data jumlah unggahan Tema Pesan pada akun instagram Verrel
Bramasta, Kegiatan Legislatif Dan kinerja sebanyak 24 konten, Interaksi
Pada Masyarakat sebesar 13 Konten, Dukungan Terhadap Program Pemerintah atau
Partai sebanyak 5 konten, Kegiatan Partai sebanyak 2 konten. Gambar 4.7.
Hasil Tema Pesan Pada Konten @bramastavrl (Hasil Olahan Peneliti, 2025
) Berdasarkan diagram pie chart di atas, dapat disimpulkan bahwa tema
pesan yang paling menonjol dalam konten Instagram Verrell Bramasta adalah
indikator kegiatan legislatif dan kinerja, yang mencakup 66% dari total
keseluruhan tema. Tema ini mencerminkan usaha kandidat dalam menunjukkan
aktivitas formalnya sebagai anggota legislatif, baik melalui pelaporan tugas
konstitusional, partisipasi dalam sidang, maupun keterlibatan dalam agenda
pembahasan Rancangan Undang-Undang. Salah satu contoh konten yang
menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.8.
Contoh Postingan Konten 1 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl
) Gambar diatas merupakan contoh konten indikator Kegiatan Legislatif Dan
kinerja dikarenakan adanya rapat Komisi X untuk membahas program prioritas
di tahun depan, Konten ini dapat diklasifikasikan sebagai bagian dari
indikator Kegiatan Legislasi, karena menunjukkan aktivitas anggota DPR dalam
forum resmi negara. Dalam konteks ini, Verrel Bramasta tampak menghadiri
rapat Komisi X DPR RI yang membahas program-program prioritas untuk tahun
anggaran mendatang. Kehadiran dan partisipasinya dalam rapat tersebut
mencerminkan keterlibatannya secara aktif dalam proses legislasi, sekaligus
menunjukkan kepeduliannya terhadap isu-isu strategis, khususnya di bidang
pendidikan. Oleh karena itu, unggahan ini tidak hanya merepresentasikan
fungsi representatif seorang anggota dewan, tetapi juga memperkuat citranya
sebagai legislator yang peduli terhadap agenda pembangunan nasional, terutama
di sektor pendidikan. Berdasarkan diagram pie chard yang menunjukkan

indikator personal branding, dapat diketahui bahwa tema ini memiliki porsi sebesar 34% dari total konten yang dianalisis. Indikator ini mencerminkan strategi komunikasi politik kandidat dalam menciptakan citra diri yang positif, menarik, dan dapat diterima oleh publik. Personal branding ditunjukkan melalui cara berpakaian, interaksi informal dengan masyarakat, penggunaan humor yang ringan, serta penekanan pada kepribadian yang ramah dan pekerja keras. Salah satu contoh konten yang merepresentasikan tema Interaksi kepada masyarakat dapat dilihat pada contoh unggahan berikut, yaitu konten terkait “ a day in my life, ramadhan edition . Gambar 4.9. Contoh Postingan Konten 2 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten instagram reel s tersebut ini merupakan masuk kedalam indikator interaksi pada masyarakat dikarenakan Konten ini menggambarkan Verrel Bramasta sebagai seorang politisi muda yang berupaya untuk memposisikan dirinya sebagai wakil dari generasi milenial yang dinamis, visioner, dan progresif. Dengan menyampaikan pesan moral yang menekankan pentingnya keterlibatan politik di kalangan anak muda, Verrel tidak hanya menunjukkan kesadarannya terhadap tantangan demokrasi di era digital, tetapi juga menegaskan identitasnya sebagai bagian dari generasi muda yang berkeinginan untuk membawa perubahan positif dalam dunia politik Indonesia. Selanjutnya indikator interaksi dengan masyarakat, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 17% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini menggambarkan sejauh mana kandidat terlibat dalam kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung, baik dalam konteks formal maupun informal. Interaksi ini mencerminkan upaya untuk membangun kedekatan dengan konstituen, menunjukkan perhatian terhadap isu-isu lokal, serta memperkuat hubungan antara politisi dan publik. Sebagai contoh, salah satu konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.10. Contoh Postingan Konten 3 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten Instagram Reel ini menunjukkan interaksi Verrell Bramasta sebagai anggota legislatif dengan masyarakat. Kegiatan yang ditampilkan, seperti kunjungan kerja dan partisipasi dalam aktivitas sosial bersama warga, dapat dipahami sebagai

bagian dari pelaksanaan fungsi representasi politik yang menjadi tanggung jawab seorang anggota DPR. Interaksi semacam ini memiliki makna strategis dalam memperkuat hubungan antara wakil rakyat dan konstituen, serta berfungsi untuk membangun kedekatan sosial dan legitimasi politik yang sangat penting dalam konteks sistem demokrasi. Dukungan terhadap program pemerintah atau partai, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan sejauh mana kandidat atau politisi memberikan dukungan terhadap program-program pemerintah atau inisiatif partai melalui penyampaian pesan yang bertujuan untuk memperkuat kebijakan yang sedang dilaksanakan. Hal ini juga mencerminkan pencitraan politik yang bertujuan untuk menunjukkan keterlibatan aktif dalam mendukung agenda-agenda politik yang lebih luas. Sebagai contoh, salah satu konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.11. Contoh Postingan Konten 4 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten ini menyampaikan pesan simbolis bahwa Verrell Bramasta tidak hanya menjalankan fungsi legislatif secara individu, tetapi juga berperan sebagai aktor politik yang mendukung serta mengartikulasikan visi dan misi partai di ruang publik, dukungan yang ditunjukkan melalui konten ini memperkuat posisi politiknya, sekaligus membangun kepercayaan internal di dalam partai dan legitimasi eksternal di mata konstituen, dengan demikian, hal ini mencerminkan sinergi antara peran legislatif dan afiliasi partai dalam membentuk citra dan kredibilitas politik secara lebih luas. Terakhir adalah indikator kegiatan partai, diketahui bahwa tema ini mencakup 3% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini menggambarkan sejauh mana kandidat atau politisi terlibat dalam aktivitas yang berkaitan langsung dengan agenda dan program partai. Keterlibatan ini mencerminkan komitmen politik terhadap visi dan misi partai, serta upaya untuk memperkuat posisi partai dalam diskusi politik yang lebih luas. Sebagai ilustrasi, salah satu konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.12. Contoh Postingan Konten 5 Instagram @bramastavrl (Akun

Instagram @bramastavr1) Konten Instagram yang menampilkan Verrel Bramasta dalam kegiatan PanRun 2025K adalah representasi nyata dari partisipasinya dalam kegiatan partai yang bersifat sosial dan inklusif. Acara ini, yang diadakan oleh Partai Amanat Nasional (PAN), tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas kebugaran atau hiburan publik, tetapi juga sebagai bentuk strategi komunikasi politik partai untuk menjangkau masyarakat luas melalui pendekatan non-formal yang bersifat partisipatif. Dalam konteks ini, keterlibatan Verrel dalam PanRun dapat dipahami sebagai bagian dari proses konsolidasi politik yang berbasis pada budaya pop dan gaya hidup sehat, dengan tujuan untuk memperkuat citra partai sebagai organisasi yang modern dan terbuka terhadap generasi muda. Kehadiran Verrel sebagai tokoh publik dan anggota legislatif dari PAN juga memperkuat legitimasi kegiatan ini, sekaligus menunjukkan loyalitas dan kontribusinya terhadap upaya penguatan citra partai di ruang publik.

Tabel 4.5. Hasil Analisis Kategori Tema Pesan Pada Konten Instagram @melly_goeslow

Dimensi Indikator Jumlah Tema
Pesan || || || || || Kegiatan Legislatif Dan kinerja, 37 Interaksi Pada Masyarakat, 2 Dukungan Terhadap Program Pemerintah atau Partai, 44 Kegiatan Partai 2 Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Tabel di atas adalah data jumlah unggahan Tema Pesan pada akun Instagram Melly Goeslaw, Kegiatan Legislatif Dan kinerja sebanyak 37 konten, Interaksi Pada Masyarakat sebesar 2 konten, Dukungan Terhadap Program Pemerintah atau Partai sebanyak 44 konten, Kegiatan Partai sebanyak 2 konten.

Gambar 4.13. Hasil Analisis Tema Pesan Pada Konten @melly_goeslow

Berdasarkan diagram pie yang ditampilkan di atas, dapat disimpulkan bahwa tema pesan yang paling menonjol dalam konten Melly Goeslaw adalah indikator kegiatan legislatif dan kinerja, yang mencakup 44% dari total keseluruhan tema. Tema ini mencerminkan usaha Melly Goeslaw dalam menunjukkan aktivitas resmi dan tanggung jawabnya sebagai anggota legislatif, baik melalui pelaporan tugas konstitusional, partisipasi dalam sidang, maupun komitmen terhadap pembahasan Rancangan Undang-Undang (RUU). Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.14. Contoh

Postingan Konten 1 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw) Konten Instagram Reel ini termasuk kedalam Kegiatan Kegiatan Legislatif Dan kinerja yang menunjukkan Melly Goeslaw berbicara dalam forum resmi DPR RI terutama dalam agenda "Dialektika Demokrasi yang membahas revisi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta merupakan contoh konkret dari pelaksanaan fungsi legislasi oleh seorang anggota DPR yang berasal dari kalangan artis. Kehadiran Melly dalam forum tersebut mencerminkan partisipasi aktifnya dalam mendorong perubahan kebijakan yang sesuai dengan latar belakang profesionalnya sebagai seorang musisi. Berdasarkan diagram pie chart yang menggambarkan distribusi indikator dalam kategori Kegiatan Legislatif dan Kinerja, dapat diketahui bahwa tema ini mendominasi dengan proporsi sebesar 44% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek pelaksanaan fungsi legislasi, pengawasan, serta representasi menjadi fokus utama dalam komunikasi politik yang dikonstruksikan oleh subjek penelitian di platform Instagram. Salah satu contoh konten yang merepresentasikan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.15. Contoh Postingan Konten 2 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw) Konten ini mengindikasikan bahwa Melly Goeslaw secara aktif membangun citra sebagai sosok politik yang mendukung, empatik, dan memiliki ikatan emosional yang kuat dengan rekan-rekan politisi lainnya. Dengan memberikan ucapan selamat kepada dua sahabat yang baru dilantik sebagai Wakil Ketua DPRD di DKI Jakarta dan Kabupaten Banyumas, Melly menunjukkan keterlibatannya dalam komunitas politik baik secara pribadi maupun profesional. Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator interaksi dengan masyarakat, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 2% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan sejauh mana kandidat atau politisi terlibat dalam interaksi langsung dengan masyarakat, baik dalam konteks formal maupun informal. Tujuan dari interaksi tersebut adalah untuk membangun kedekatan dengan konstituen, menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu lokal, serta memperkuat hubungan antara politisi dan publik. Salah satu

contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.16. Contoh Postingan Konten 3 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw) Konten ini menggambarkan pelaksanaan kegiatan Melly Goeslaw sebagai bentuk interaksi langsung dengan masyarakat di daerah pemilihan. Melalui kegiatan ini, Melly tidak hanya menjalankan fungsi representatif, tetapi juga memperkuat kehadiran sosial-politiknya sebagai legislator yang responsif, terbuka terhadap aspirasi publik, dan aktif menjalin hubungan emosional dengan konstituen. Dalam konteks komunikasi politik, konten ini menunjukkan bentuk konkret keterlibatan legislatif dalam membangun legitimasi sosial melalui pendekatan partisipatif. Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator dukungan terhadap program pemerintah atau partai, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 52% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan sejauh mana kandidat atau politisi menunjukkan dukungan terhadap kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah atau partai yang mereka wakili. Dukungan ini dapat berupa penyampaian pesan yang memperkuat agenda kebijakan publik, serta menunjukkan afiliasi politik dan komitmen terhadap visi dan misi partai. Salah satu contoh konten yang merepresentasikan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.17. Contoh Postingan Konten 4 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw) Konten ini merepresentasikan pelaksanaan kegiatan reses Melly Goeslaw, yang menampilkan Konser Perjuangan dalam rangka peringatan 17 Tahun Partai Gerindra. Acara ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai bentuk dukungan nyata terhadap program dan eksistensi partai politik, khususnya Partai Gerindra. Tema acara, "Berjuang Tiada Akhir: 17 Tahun Mengabdikan untuk Negeri", mencerminkan narasi politik yang dibangun oleh partai untuk memperkuat citra konsistensi perjuangan dan pengabdian kepada rakyat Indonesia. Melalui konser ini, Fraksi Partai Gerindra menunjukkan pendekatan politik yang populis dan inklusif, dengan melibatkan publik secara langsung dalam kegiatan rekreatif yang tetap memiliki pesan politik. Ini dapat dipahami sebagai strategi komunikasi politik kultural, di mana

elemen budaya (musik dan hiburan) dimanfaatkan untuk meningkatkan kedekatan emosional antara partai dan masyarakat. Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator kegiatan partai, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 2% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan tingkat keterlibatan kandidat atau politisi dalam aktivitas yang berhubungan langsung dengan program atau kegiatan partai. Keterlibatan tersebut menggambarkan komitmen politik terhadap inisiatif partai serta usaha untuk memperkuat posisi dan agenda politik partai. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut.

Gambar 4.18. Contoh Postingan Konten 5 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw) Konten ini menggambarkan keterlibatan aktif Melly Goeslaw sebagai anggota legislatif dan kader Partai Gerindra dalam kegiatan konsolidasi partai di tingkat daerah. Kehadiran dalam acara silaturahmi dan perayaan kemenangan politik merupakan bagian dari strategi pencitraan politik serta penguatan loyalitas kader. Dalam konteks komunikasi politik, konten ini merepresentasikan kegiatan partai melalui partisipasi dalam momen simbolik yang memperkuat solidaritas internal dan kohesi ideologis di antara konstituen. Berdasarkan analisis tema pesan yang dilakukan terhadap konten Instagram Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw, dapat disimpulkan bahwa keduanya memiliki pendekatan yang berbeda dalam komunikasi politik untuk membangun citra diri sebagai anggota legislatif. Verrell Bramasta terlihat lebih menonjol dalam menyajikan konten yang berkaitan dengan kegiatan legislatif dan kinerjanya, dengan proporsi mencapai 66% dari total unggahannya. Tema ini mencerminkan usaha Verrell untuk menunjukkan keseriusannya dalam menjalankan tugas konstitusional, seperti kehadiran dalam sidang, rapat komisi, dan pembahasan Rancangan Undang-Undang. Di sisi lain, Melly Goeslaw juga aktif dalam tema yang sama, dengan 44% dari total kontennya mencerminkan aktivitas legislatif. Namun, fokus Melly lebih terlihat pada aspek-aspek yang berkaitan dengan latar belakangnya sebagai seorang musisi, seperti pembahasan UU Hak Cipta. Dalam konteks interaksi dengan masyarakat, Verrell menunjukkan dominasi yang jauh

lebih besar dengan 17% konten yang menggambarkan keterlibatan langsungnya dengan warga melalui kegiatan sosial, kunjungan ke daerah, atau aktivitas informal lainnya. Interaksi ini mencerminkan usaha Verrell untuk membangun kedekatan dengan konstituen dan memperkuat fungsi representatifnya. Sebaliknya, Melly hanya memiliki 2% konten yang bertema serupa, yang menunjukkan bahwa ia lebih jarang menampilkan kegiatan langsung bersama masyarakat dan cenderung lebih menekankan keterlibatannya dalam program-program yang bersifat institusional atau partai. Perbedaan yang paling mencolok terlihat pada tema dukungan terhadap program pemerintah atau partai. Melly Goeslaw sangat menonjol dalam aspek ini, dengan 52% dari total kontennya merepresentasikan dukungan terhadap kebijakan pemerintah atau agenda partai, khususnya Partai Gerindra. Konten-konten ini banyak memuat kegiatan seperti konser perjuangan, kampanye simbolik, dan agenda reses bertema partai. Strategi ini menunjukkan upaya Melly untuk membangun citra sebagai kader yang loyal dan aktif dalam memperjuangkan visi partai. Di sisi lain, Verrell hanya memiliki 5 konten atau sekitar 14%, yang menunjukkan bahwa ia tidak terlalu sering menampilkan dukungan langsung terhadap program partai, dan lebih memilih menonjolkan identitas personal sebagai legislator muda yang profesional dan independen. Pada tema kegiatan partai, kedua tokoh memiliki proporsi konten yang sama, yakni 2 konten, dengan presentase 3% untuk Verrell dan 2% untuk Melly. Meski porsi kontennya kecil, tema ini tetap penting karena menggambarkan keterlibatan politisi dalam aktivitas resmi partai seperti konsolidasi, silaturahmi, atau acara publik lainnya. Verrell cenderung menampilkan kegiatan partai dengan pendekatan gaya hidup sehat dan sosial, seperti acara lari bersama PAN, sedangkan Melly menonjolkan kegiatan partai dalam konteks ideologis dan kohesi internal, seperti perayaan kemenangan politik dan konsolidasi kader. Secara umum, Verrell Bramasta cenderung membangun citra sebagai legislator yang aktif, profesional, dan dekat dengan masyarakat, dengan menonjolkan kegiatan legislatif dan interaksi sosial. Sementara itu, Melly Goeslaw lebih memilih pendekatan politik yang menekankan afiliasi partai, dengan konten yang

sarat dukungan terhadap agenda partai dan simbolisme politik berbasis budaya populer. Perbedaan ini menunjukkan bahwa masing-masing tokoh memiliki strategi komunikasi politik yang disesuaikan dengan latar belakang personal, basis pemilih, serta citra politik yang ingin dibangun di ruang publik.

4.2.3. Bentuk Konten Pada Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw

4.6. Hasil Analisis Kategori Bentuk Konten Pada Instagram @bramastavrl

Dimensi Indikator Jumlah Bentuk konten || Foto Tunggal Caraousel 9

Video Pendek Reels 50 Pictorial Slideshow Reels| Sumber: Hasil Olahan

Peneliti, 2025 Tabel diatas adalah data jumlah unggahan Bentuk konten

pada akun instagram Verrel Bramasta, Video Pendek Reels, dengan jumlah

postingan sebanyak 50 konten, Caraousel sebanyak 9 konten, di akhiri

dengan indikator Foto tunggal dan pictorial slideshow yang tidak

mendapatkan jumlah konten. Gambar 4.19. Hasil Persentase Kategori Bentuk

Konten Pada Instagram @bramastavrl (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Berdasarka

n analisis data yang telah dilakukan, video reels yang diunggah di akun

Instagram Verrell Bramasta terdiri dari 50 konten, di mana proporsi

terbesar berasal dari tema Kegiatan legislatif dan kinerja 42 konten.

Tema ini mendominasi karena Verrell lebih banyak memanfaatkan video reels

untuk memperkenalkan citra pribadinya dan membangun identitas politik di

hadapan audiens, menunjukkan kepemimpinan muda dan aspiratif yang melekat

padanya. Di sisi lain, yang mencerminkan keterlibatan aktif Verrell dalam

proses legislasi serta komunikasi kebijakan terkait isu-isu penting yang

relevan dengan konstituen dan masyarakat. Selanjutnya, 13 konten video

reels berhubungan dengan interaksi masyarakat, yang menekankan upaya Verrell

dalam membangun hubungan sosial dengan publik melalui berbagai kegiatan

informal, seperti diskusi dan dialog. Selain itu, terdapat 4 konten video

reels yang berfokus pada dukungan terhadap program pemerintah atau partai,

mencerminkan afiliasi politik Verrell dalam mendukung kebijakan atau program

yang diusung oleh partai politik tempat ia bernaung. Terakhir, 2 konten

berkaitan dengan kegiatan partai, di mana Verrell terlihat berpartisipasi

dalam acara-acara yang diselenggarakan oleh partai politiknya. Selain itu,

unggahannya berbentuk carousel yang berjumlah 9 konten menunjukkan distribusi tema yang lebih terfokus pada kegiatan legislatif, dengan 8 konten yang menggambarkan partisipasi aktif Verrell dalam kegiatan parlemen dan agenda politik yang berkaitan dengan kebijakan nasional. Berdasarkan diagram pie chart di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis konten yang paling mendominasi dalam unggahan Verrell Bramasta adalah indikator video pendek Reels, yang mencakup 85% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Jenis konten ini mencerminkan preferensi penggunaan format video singkat yang efektif dalam menyampaikan pesan, berinteraksi dengan audiens, serta memperkuat citra personal maupun politik dengan cara yang lebih langsung dan menarik. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.20. Contoh Postingan Bentuk Konten 1 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Berdasarkan konten, memakai bentuk konten yaitu Video Pendek Reels dapat digunakan untuk konten berbasis video pendek berdurasi maksimal tiga menit yang diunggah di Instagram @bramastavrl serta penjelasan dalam video tersebut, tujuan dari konten ini adalah untuk menunjukkan keterlibatan Verrell Bramasta dalam forum parlemen yang membahas isu kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dan hubungannya dengan diplomasi antarparlemen di Indonesia. Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator carousel, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 15% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini merepresentasikan penggunaan format carousel, yang memungkinkan penyajian serangkaian gambar atau informasi secara terstruktur dalam satu unggahan. Format ini sering digunakan untuk menyampaikan pesan secara bertahap, memberikan penjelasan yang lebih mendalam, atau menampilkan narasi visual yang lebih komprehensif. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.21. Contoh Postingan Bentuk Konten 2 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Berdasarkan konten gambar yang disajikan dalam format konten carousel Instagram (yang berarti terdiri dari beberapa slide foto dalam satu unggahan), serta

informasi visual yang terdapat dalam postingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten ini adalah dokumentasi kehadiran Verrell Bramasta dalam sidang resmi DPR RI sebagai anggota legislatif dari Fraksi Partai Amanat Nasional (PAN) Tabel 4.7. Hasil Analisis Kategori Bentuk Konten Pada Instagram @melly_goeslaw Dimensi Indikator Jumlah Bentuk konten II II I Foto Tunggal 11 Caraousel 12 Video Pendek Reels 62 Pictorial Slideshow Reelsl Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Tabel diatas adalah data jumlah unggahan Bentuk konten pada akun instagram Melly Goeslaw, Video Pendek Reels, dengan jumlah postingan sebanyak 62 konten, Caraousell sebanyak 12 konten, Foto Tunggal 11 konten, Pictorial Slideshow Reelsl sebanyak 0 konten. Gambar 4.22. Hasil Persentase Kategori Bentuk Konten Pada Instagram @melly_goeslaw (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Berdasarkan analisis terhadap video reels yang diunggah di akun Instagram Melly Goeslaw, tercatat bahwa terdapat 62 konten video reels, dengan proporsi terbesar berupa dukungan terhadap program pemerintah atau partai, yang mencakup 20 konten. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konten video reels Melly lebih fokus pada memperkenalkan dan mempromosikan kebijakan atau program yang diusung oleh pemerintah atau partainya. Melalui pendekatan ini, Melly tidak hanya berperan sebagai seorang politisi, tetapi juga sebagai penghubung antara audiens dan kebijakan yang sedang diterapkan, dengan tujuan untuk meningkatkan dukungan publik terhadap program-program pemerintah atau agenda partai politiknnya. Selain itu, 26 konten dari video reels tersebut berkaitan dengan kegiatan legislatif, yang mencerminkan peran aktif Melly dalam proses legislasi serta partisipasinya dalam kegiatan-kegiatan resmi di DPR RI. Konten ini menunjukkan bahwa Melly menggunakan media sosial untuk memberikan informasi langsung kepada publik tentang agenda legislatif yang sedang ia jalankan, sehingga audiens dapat lebih memahami peran dan kontribusinya sebagai anggota legislatif. Konten terkait interaksi masyarakat tercatat sebanyak 3 konten, yang berfungsi untuk memperlihatkan keterlibatan Melly dengan masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial. Sementara itu, konten yang berkaitan dengan

kegiatan partai hanya mencakup 2 konten, yang menunjukkan kehadiran Melly dalam kegiatan internal partai untuk memperkuat afiliasi politiknya dan meningkatkan komunikasi politik dengan konstituen. Di sisi lain, carousel yang terdiri dari 12 konten menunjukkan distribusi tema yang lebih terfokus pada kegiatan legislatif, dengan 7 konten yang menggambarkan partisipasi aktif Melly dalam kegiatan parlemen. Berdasarkan diagram pie chart di atas, terlihat bahwa jenis konten yang paling mendominasi dalam unggahan Melly Goeslaw adalah indikator video pendek Reels, yang mencakup 73% dari total keseluruhan konten yang dianalisis. Jenis konten ini mencerminkan preferensi terhadap format video reels pendek, yang memungkinkan penyampaian pesan secara langsung dan menarik kepada audiens. Penggunaan format Reels ini terbukti efektif dalam menarik perhatian, memperkenalkan pesan atau kegiatan, serta memperkuat citra pribadi dalam konteks yang lebih santai dan dinamis. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.23. Contoh Postingan Bentuk Konten 1 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw) Berdasarkan konten video pendek reels yang diunggah oleh akun @melly_goeslaw, yang menunjukkan suasana Rapat Pimpinan Nasional (Rapimnas) dan Kongres Partai Gerindra, serta ungkapan keterharuannya saat bertemu Prabowo Subianto, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari konten ini adalah untuk menampilkan keterlibatan aktif Melly Goeslaw dalam kegiatan strategis partai, sekaligus membangun kedekatan simbolik dengan pemimpin partainya. Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator carousel, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 14% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini merepresentasikan penggunaan format carousel, yang memungkinkan penyajian serangkaian gambar atau informasi dalam satu unggahan secara bertahap. Format ini digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih terstruktur, memberikan penjelasan yang lebih mendalam, atau mengkomunikasikan narasi visual yang komprehensif kepada audiens. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.24. Contoh Postingan Bentuk Konten

2 Instagram @melly_goeslaw(Akun Instagram @melly_goeslaw) Berdasarkan konten yang menunjukkan Melly Goeslaw bersama beberapa tokoh politik dan massa pendukung dalam sebuah acara besar yang terbuka, serta diasumsikan sebagai bagian dari unggahan Instagram dalam format carousel (multi-slide), maka tujuan dari konten ini adalah untuk menunjukkan partisipasi aktif dalam kampanye politik terbuka sebagai bentuk dukungan terhadap program atau calon dari partai tertentu, sekaligus memperkuat citra pribadi sebagai politisi yang dekat dengan masyarakat. Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator foto tunggal, dapat dilihat bahwa tema ini mencakup 13% dari total keseluruhan konten yang telah dianalisis. Indikator ini merepresentasikan penggunaan format foto tunggal, yang menampilkan satu gambar sebagai media utama untuk menyampaikan pesan atau informasi. Format ini digunakan untuk menonjolkan satu momen, ide, atau pesan secara visual yang lebih sederhana dan langsung, tanpa penyajian berurutan seperti yang terdapat pada format carousel atau video. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.25.

Contoh Postingan Bentuk Konten 3 Instagram @melly_goeslaw(Akun Instagram @melly_goeslaw) Konten Instagram ini terdiri dari sebuah foto tunggal yang menampilkan Melly Goeslaw sebagai anggota Komisi X DPR RI, dilengkapi dengan narasi yang mendukung pelestarian dan pengarsipan seni. Narasi ini memiliki makna yang mendalam, mencerminkan komitmen Melly Goeslaw dalam memperjuangkan keberlanjutan serta penghargaan terhadap budaya seni di Indonesia. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw menunjukkan perbedaan serta kesamaan dalam penggunaan jenis konten di akun Instagram mereka. Verrell Bramasta lebih banyak menggunakan video pendek Reels, dengan 85% dari total kontennya menggunakan format ini. Ini menunjukkan bahwa Verrell lebih memilih untuk berkomunikasi melalui video singkat yang efektif dalam menyampaikan pesan secara langsung dan menarik bagi audiens, serta memperkuat citra pribadi dan politiknya. Di sisi lain, Melly Goeslaw juga memanfaatkan video pendek Reels sebanyak 73% dari total kontennya, meskipun

ia lebih sering menggunakan foto tunggal (13%) dibandingkan Verrell. Foto tunggal ini biasanya digunakan oleh Melly untuk menonjolkan momen penting atau pesan yang lebih sederhana dan langsung. Selain itu, kedua akun menggunakan format carousel dalam proporsi yang hampir serupa, dengan Verrell Bramasta menggunakan 15% dan Melly Goeslaw sebanyak 14%. **37** Format carousel ini digunakan untuk menyampaikan informasi secara lebih terstruktur, memungkinkan keduanya untuk menampilkan beberapa gambar atau narasi visual dalam satu unggahan. Namun, keduanya tidak menggunakan Pictorial Slideshow Reels, yang menunjukkan bahwa mereka lebih memilih untuk menggunakan video pendek dan carousel dalam berkomunikasi dengan audiens. Secara keseluruhan, meskipun keduanya memiliki kecenderungan yang sama dalam penggunaan video pendek Reels untuk menjangkau audiens dengan cara yang lebih dinamis, Melly Goeslaw lebih sering menggunakan foto tunggal untuk menonjolkan momen tertentu, sementara Verrell Bramasta lebih fokus pada konten video. 4.2.4. Bentuk Pesan Pada Konten Politik @bramastavrl dan @melly_goeslaw Tabel 4.8 . Hasil Analisis Kategori Bentuk Pesan Pada Instagram @bramastavrl Dimensi Indikator Jumlah Bentuk pesan II Informatif 52 Persuasif 7 Koersif Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Tabel diatas adalah data jumlah unggahan Bentuk konten pada akun instagram Verrel Bramasta, Informatifl dengan jumlah postingan sebanyak 52 konten, Persuasifl sebanyak 7 konten, Koersifl 0 konten. Gambar 4.26. Hasil Persentase Kategori Bentuk Pesan Pada Instagram @bramastavrl (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Berdasarkan diagram pie chart di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis pesan yang paling mendominasi dalam konten Verrell Bramasta adalah indikator informatif, yang mencakup 88% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Pesan informatif ini mencerminkan usaha Verrell dalam menyampaikan informasi yang jelas dan bermanfaat kepada audiens, baik yang berkaitan dengan kegiatan legislatif, agenda partai, maupun kepentingan publik lainnya. Salah satu contoh konten yang merepresentasikan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.27. Contoh Postingan Bentuk Pesan 1 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten ini dapat dikategorikan sebagai jeni

s pesan informatif yang berlandaskan pada narasi pribadi, di mana individu yang dikenal publik menyampaikan serangkaian kegiatan atau agenda harian mereka kepada audiens melalui platform media sosial. Tujuan utama dari pesan seperti ini bukanlah untuk membujuk, memengaruhi, atau mengarahkan perilaku serta sikap dari penerima pesan, melainkan semata-mata untuk menyampaikan informasi secara deskriptif dan apa adanya. Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator persuasif, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 12% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan usaha untuk mempengaruhi opini atau sikap audiens melalui pesan yang bersifat membujuk atau meyakinkan, dengan tujuan untuk mendorong tindakan atau mendukung suatu pandangan atau kebijakan. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.28. Contoh Postingan Bentuk Pesan 2 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten ini menampilkan Verrell Bramasta (anggota DPR RI muda) yang berbicara di hadapan publik dalam sebuah acara terbuka. Konten tersebut dapat dianggap sebagai representasi dari pesan persuasif simbolik, yang disampaikan melalui narasi pribadi dan publik, dengan tujuan untuk secara halus memengaruhi sikap audiens terhadap tokoh nasional tertentu. Pesan persuasif ini berfungsi untuk membentuk persepsi positif terhadap figur yang bersangkutan, serta mendorong audiens untuk mendukung atau lebih memahami pandangan yang disampaikan. Tabel 4.9. Hasil Analisis Kategori Bentuk Pesan Pada Instagram @melly_goeslaw Dimensi Indikator Jumlah Bentuk pesan Informatif 64 Persuasif 21 Koersif Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Tabel diatas adalah data jumlah unggahan Bentuk konten pada akun instagram Melly Goeslaw, Informatifl dengan jumlah postingan sebanyak 64 konten, Persuasifl sebanyak 21 konten, Koersifl 0 konten, Gambar 4.29. Hasil Persentase Kategori Bentuk Pesan Pada Instagram @melly_goeslaw (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Berdasarkan diagram pie chard yang ditampilkan di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis pesan yang paling mendominasi dalam konten Melly Goeslaw adalah indikator informatif, yang mencakup 75% dari total

keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Pesan informatif ini mencerminkan usaha Melly Goeslaw dalam menyampaikan informasi yang jelas dan relevan kepada audiens, baik yang berkaitan dengan kegiatan legislatif, agenda partai, maupun isu-isu penting lainnya. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.30. Contoh Postingan Bentuk Pesan 1 Instagram @melly_goeslow (Akun Instagram @melly_goeslow) Konten ini adalah contoh pesan informatif yang menggambarkan momen pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia pada tanggal 20 Oktober 2024. Pesan ini bertujuan untuk menyampaikan informasi yang tepat dan relevan mengenai peristiwa politik yang signifikan tersebut, serta memberikan pemahaman yang jelas kepada audiens tentang proses pelantikan yang sedang berlangsung. Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator persuasif, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 25% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan usaha untuk mempengaruhi sikap atau tindakan audiens melalui pesan yang bersifat membujuk atau meyakinkan. Tujuan dari pesan persuasif ini adalah untuk mendorong audiens agar mendukung pandangan atau kebijakan tertentu. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.31. Contoh Postingan Bentuk Pesan 2 Instagram @melly_goeslow (Akun Instagram @melly_goeslow) Konten ini tergolong dalam kategori pesan persuasif langsung, yang bertujuan untuk membentuk serta mengarahkan sikap dan tindakan audiens. Dalam konteks ini, pesan tersebut ditujukan untuk memengaruhi audiens agar memilih pasangan calon tertentu dalam pemilihan kepala daerah. Pendekatan ini menekankan pada usaha membujuk audiens untuk membuat keputusan yang mendukung calon yang diusung, melalui penyampaian argumen yang meyakinkan. Berdasarkan analisis data mengenai jenis pesan yang terdapat pada akun Instagram Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw, dapat disimpulkan bahwa keduanya cenderung dominan dalam penggunaan pesan informatif. Verrell lebih sering mengunggah konten yang bersifat informatif, dengan 88% dari total kontennya menggunakan jenis pesan ini, yang mencerminkan upayanya untuk menyampaikan informasi secara

jelas dan bermanfaat kepada audiens. Konten ini umumnya berfokus pada kegiatan legislatif, agenda pribadi, serta kepentingan publik lainnya. Di sisi lain, Melly Goeslaw juga mendominasi dengan 75% dari kontennya berupa pesan informatif, yang bertujuan untuk memberikan informasi yang relevan mengenai kegiatan legislatif atau isu-isu penting lainnya, seperti pelantikan politik atau kegiatan partai. Selain pesan informatif, Melly Goeslaw lebih banyak menggunakan pesan persuasif dibandingkan Verrell. Melly menggunakan pesan persuasif sebanyak 25% dari total kontennya, yang bertujuan untuk mempengaruhi opini atau sikap audiens, misalnya dengan membujuk audiens untuk mendukung calon atau kebijakan tertentu. Sebaliknya, Verrell hanya menggunakan pesan persuasif sebanyak 12%, yang menunjukkan bahwa ia lebih fokus pada penyampaian informasi tanpa berusaha membujuk audiens secara langsung. Baik Verrell maupun Melly tidak menggunakan pesan koersif sama sekali, yang menandakan bahwa keduanya lebih memilih pendekatan yang tidak memaksa, lebih bersifat membujuk dan informatif dalam berkomunikasi dengan audiens. Secara keseluruhan, meskipun keduanya memiliki pesan informatif sebagai konten dominan, Melly Goeslaw lebih banyak mengunggah pesan persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi opini audiens, sementara Verrell Bramasta lebih banyak berfokus pada penyampaian informasi tanpa mengarahkan audiens untuk melakukan tindakan tertentu. Kedua akun ini memilih untuk menghindari pesan koersif, yang menunjukkan pendekatan komunikasi politik yang lebih konstruktif dan persuasif.

4.2.5. Pesan Politik dalam Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw

Tabel 4.10. Hasil Analisis Kategori Pesan Politik Pada Konten Instagram @bramastavrl

Dimensi Indikator Jumlah Pesan Politik Strategi Politik 8 Kebijakan Politik 51 Politik Identitas

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Berdasarkan tabel 4.10 di atas yang ditampilkan di atas, dapat disimpulkan bahwa proporsi pesan politik yang paling dominan dalam konten Verrell Bramasta adalah indikator Strategi politik, yang mencakup 12% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan usaha Verrell dalam menerapkan strategi komunikasi politik yang terencana, dengan tujuan untuk

memperkuat posisi politiknya dan mencapai tujuan politik tertentu. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.32. Contoh Postingan Pesan Politik 1 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten ini menampilkan video rees dari sesi rapat kerja Komisi X DPR RI bersama mitra dari Kemendikdasmen, Kemenristek-Dikti, dan Kemenbud, Dalam keterangan unggahan, dinyatakan bahwa meskipun waktu penyampaian hanya satu menit, sang politisi tetap menyuarakan keprihatinan terkait kurikulum pendidikan dasar, khususnya mengenai literasi dan pemanfaatan AI dalam dunia pendidikan. Ini merupakan bentuk strategi politik Gambar 4.33. Hasil Persentase Kategori Pesan Politik Pada Konten Instagram @bramastavrl (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator Kebijakan Politik, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 86% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan pemanfaatan data survei politik untuk mengevaluasi pandangan, sikap, dan preferensi publik terhadap kandidat atau isu tertentu. Survei politik ini berfungsi sebagai alat untuk memahami opini masyarakat serta mengarahkan strategi komunikasi politik. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.34. Contoh Postingan Pesan Politik 2 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten Instagram yang berisi Kebijakan Politik ini menunjukkan kegiatan sosialisasi Empat Pilar Kebangsaan di masyarakat, dengan pendekatan yang santai dan komunikatif. Dalam kegiatan tersebut, politisi yang terlibat mengajukan pertanyaan kepada anak-anak tentang nilai-nilai dasar bangsa, terutama Pancasila, untuk menilai pemahaman dan penghayatan mereka terhadap ideologi negara, Pendekatan ini bertujuan untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam diskusi kebangsaan dengan cara yang mudah dipahami dan relevan bagi generasi muda. Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator kebijakan politik, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 86% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan upaya untuk mengkomunikasikan kebijakan politik tertentu yang diterapkan oleh kandidat

atau partai, serta menyampaikan informasi mengenai agenda politik yang akan dilaksanakan. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman kepada publik tentang langkah-langkah kebijakan yang diusung oleh para politisi, sekaligus memperkuat komitmen terhadap perubahan atau perbaikan yang dijanjikan. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4. 35. Contoh Postingan Pesan Politik 2 Instagram

@bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten Instagram yang termasuk dalam kebijakan politik ini adalah sebuah pernyataan politik yang terbuka kepada Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Mendikdisaintek) yang baru, Bapak Brian Yulianto. Dalam narasi videonya, varrel menyampaikan aspirasi akademik mengenai masa depan riset dan pendidikan tinggi di Indonesia, serta mengajak audiens untuk ikut menyampaikan harapan mereka.

Tabel 4.11. Hasil Analisis Kategori Pesan Politik Pada Konten Instagram @melly_goeslaw

Dimensi Indikator Jumlah Pesan Politik || Strategi Politik 15 Kebijakan Politik 70 Politik Identitas Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Berdasarkan tabel 4.11 di atas, terlihat bahwa jumlah pesan politik yang paling dominan dalam konten Melly Goeslaw adalah indikator dari Kebijakan politik, yang mencakup 76% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan penerapan strategi komunikasi politik yang terencana, dengan tujuan untuk memperkuat posisi politik dan mencapai tujuan politik tertentu. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.36. Contoh Postingan Pesan Politik 1 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw) Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator Strategi politik, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 18%.

Konten Instagram di atas menunjukkan kerumunan besar dalam sebuah kampanye politik, di mana tokoh-tokoh publik dan politisi berdiri di atas panggung menghadap ribuan pendukung. Akun @melly_goeslaw mengajak masyarakat untuk hadir dan memberikan suara untuk kandidat nomor 2 sebagai calon Walikota dan calon Wakil Walikota Bandung. Ini menampilkan dukungan, dan merupakan bagian dari strategi politik. Gambar 4.37. Hasil Persentase

Kategori Pesan Politik Pada Konten Instagram @melly_goeslaw (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator Kebijakan politik, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 82% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan penggunaan data Kebijakan politik untuk mengukur opini publik, preferensi pemilih, serta tingkat dukungan terhadap kandidat atau isu tertentu. Kebijakan politik ini berfungsi sebagai alat untuk memahami pandangan masyarakat dan untuk menyesuaikan strategi komunikasi politik yang sesuai. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.38. Contoh Postingan Pesan Politik 2 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @melly_goeslaw) Berdasarkan konten Instagram tersebut, dapat dikategorikan sebagai Kebijakan politik yang menampilkan kegiatan kunjungan kerja Komisi X DPR RI ke Kota Bandung, dengan fokus pada bidang pendidikan. Kunjungan ini mencakup peninjauan langsung ke SMPN 2 Bandung, dialog dengan Pj Wali Kota, DPRD, Dinas Pendidikan, BBPMP, Dewan Pendidikan, kepala sekolah, serta pemangku kepentingan pendidikan lainnya. Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator kebijakan politik, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 82% dari total keseluruhan pesan yang telah dianalisis. Indikator ini merepresentasikan upaya untuk mengkomunikasikan kebijakan politik yang diusung oleh kandidat atau partai, serta menyampaikan informasi mengenai agenda politik yang akan dilaksanakan. Konten semacam ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada publik mengenai langkah-langkah kebijakan yang dijanjikan dan untuk memperkuat komitmen kandidat terhadap perubahan yang akan dilakukan. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. . Gambar 4.39. Contoh Postingan Pesan Politik 4 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @goeslaw) Berdasarkan konten Instagram tersebut, dapat dikategorikan sebagai bagian dari kebijakan politik karena menampilkan pernyataan Anggota Komisi X DPR RI, Melly Goeslaw, yang menyoroti urgensi revisi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan latar belakang perkembangan zaman dan tantangan era digitalisasi. Dalam narasinya,

ditekankan pentingnya keseimbangan antara perlindungan hak cipta dan kebebasan akses informasi. Gambar 4.40. Contoh Postingan Pesan Politik 5 Instagram @melly_goelaw (Akun Instagram @goeslaw) Berdasarkan konten yang diunggah melalui akun Instagram @melly_goeslaw, postingan tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam kategori kebijakan politik dalam kerangka analisis pesan politik. Konten tersebut menampilkan dokumentasi visual berupa foto bersama antara tiga figur publik, yakni Melly Goeslaw, Ahmad Dhani, dan Once Mekel. Ketiganya merupakan sosok yang telah dikenal luas di dunia musik Indonesia dan kini secara aktif terlibat dalam dunia politik, khususnya sebagai anggota lembaga legislatif di tingkat nasional. Dalam narasi yang menyertai unggahan tersebut, ketiga tokoh ini mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari kelompok musisi yang kini mengemban tanggung jawab sebagai wakil rakyat. Representasi visual dan simbolik dalam konten ini tidak hanya menunjukkan solidaritas di antara mereka sebagai rekan seprofesi yang kini berkiprah di parlemen, tetapi juga menyiratkan adanya komitmen bersama untuk turut serta dalam proses perumusan kebijakan publik. Dengan demikian, unggahan ini dapat dilihat sebagai bagian dari strategi komunikasi politik yang berupaya menampilkan integrasi antara identitas kultural (sebagai seniman) dan peran politik (sebagai legislator), yang sekaligus memperkuat legitimasi politik di mata publik melalui simbol-simbol kedekatan personal dan profesional antaranggota legislatif. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kategori kebijakan politik adalah jenis pesan yang paling dominan dalam konten Instagram kedua tokoh, yaitu Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw. Pada akun @bramastavrl, proporsi pesan kebijakan mencapai 86% dari total konten politik, sedangkan pada akun @melly_goeslaw mencapai 76%. Dominasi ini menunjukkan bahwa keduanya secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan agenda kebijakan dan aktivitas legislatif mereka kepada publik. Verrell lebih banyak menampilkan dokumentasi kegiatan formal seperti rapat kerja dan penyampaian aspirasi kepada kementerian, sementara Melly cenderung memadukan pesan kebijakan dengan identitas personal sebagai

figur budaya, seperti dalam advokasi revisi UU Hak Cipta. Sementara itu, indikator strategi politik juga muncul dalam konten keduanya, meskipun dalam proporsi yang lebih kecil—12% pada Verrell dan 18% pada Melly. Strategi politik yang ditampilkan mencerminkan upaya mereka dalam membangun citra politik dan memperluas dukungan publik. Melly cenderung menampilkan konten kampanye dan dukungan terhadap kandidat tertentu secara eksplisit, sedangkan Verrell lebih menonjolkan pendekatan strategis melalui narasi edukatif dan penyampaian opini dalam forum resmi. Tidak ditemukan representasi signifikan dari politik identitas dalam konten keduanya, yang menunjukkan kecenderungan untuk membangun komunikasi politik yang bersifat inklusif dan universal.

4.2.6. Gaya Pengambilan Konten Pada Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw

Tabel 4.12. Hasil Analisis Gaya Pengambilan Konten Pada Instagram @bramastavrl

Dimensi Indikator	Jumlah	Gaya Pengambilan Konten
Full shot	53	Two shot
POV	4	Wide
1		Selfie

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Berdasarkan tabel di atas yang ditampilkan di atas, terlihat bahwa gaya pengambilan Konten yang paling mendominasi dalam konten Verrell Bramasta adalah indikator full shot, yang mencakup 90% dari total pengambilan video yang dianalisis. Indikator ini mencerminkan penggunaan gaya pengambilan gambar secara keseluruhan, di mana seluruh subjek dan konteks ruang ditampilkan secara utuh. Teknik ini memungkinkan audiens untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas dan komprehensif mengenai aktivitas atau pesan yang ingin disampaikan. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.41. Contoh Postingan Gaya Pengambilan Konten 1 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @ bramastavrl) Berdasarkan konten Instagram ini menggambarkan kegiatan reses atau penyerapan aspirasi yang dilakukan bersama para guru dan siswa di Daerah Pemilihan (Dapil) Jawa Barat VII. Dari segi visual, konten ini diambil dengan sudut pandang full shot, yang menunjukkan keseluruhan suasana forum, mulai dari peserta yang mengajukan pertanyaan hingga kerumunan audiens yang terlihat di latar belakang. Gambar 4.42. Hasil Persentase Gaya Pengambilan Konten Pada

Instagram @bramastavrl (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator two shot, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 7% dari total pengambilan gambar yang dianalisis. Indikator ini merepresentasikan penggunaan gaya pengambilan gambar yang menampilkan dua subjek dalam satu bingkai, yang sering digunakan untuk menunjukkan interaksi antara dua individu. Teknik ini memungkinkan audiens untuk memperhatikan hubungan atau dinamika antara kedua subjek, serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan dalam konteks yang lebih interpersonal. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.43. Contoh Postingan Gaya Pengambilan Konten 2

Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @ bramastavrl) Berdasarkan konten Instagram di atas, terlihat momen interaksi antara dua tokoh publik yang berarti masuk kedalam kategori two shot, yaitu Bramastavrl (anggota DPR RI) dan Fuji An (selebritas muda) di dalam gedung DPR RI. Dalam konten tersebut, keduanya tampak saling berjabat tangan dan berkomunikasi dalam suasana yang santai namun tetap formal. Tabel 4.13. Hasil Analisis Gaya Pengambilan Konten Pada Instagram @melly_goeslaw

Dimensi Indikator	Jumlah
Full shot	50
Two shot	POV
Wide	31
Selfie	4

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Berdasarkan tabel 4.13. di atas, dapat dilihat bahwa gaya pengambilan video yang paling dominan dalam konten Verrell Bramasta adalah indikator full shot, yang mencakup 59% dari total keseluruhan pengambilan video yang dianalisis. Indikator ini menunjukkan penggunaan gaya pengambilan gambar yang mencakup seluruh tubuh subjek dan konteks ruang secara utuh, memungkinkan audiens untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai aktivitas atau pesan yang disampaikan. Teknik ini efektif untuk menampilkan subjek dalam setting yang lebih luas dan memberikan konteks yang jelas terhadap interaksi yang terjadi. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.44. Contoh Postingan Gaya Pengambilan Konten 1

Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @ melly_goeslaw) Berdasarkan konten Instagram yang telah disebutkan, tampak

dokumentasi dari kegiatan sosialisasi Undang-Undang Hak Cipta yang diadakan oleh Melly Goeslaw, seorang anggota Komisi X DPR RI. Gambar tersebut menunjukkan panggung atau latar utama dari keseluruhan kegiatan, termasuk spanduk besar yang memuat informasi inti acara serta elemen identitas visual seperti logo partai, nama penyelenggara. Visual ini diambil dengan teknik full shot, Gambar 4.45. Hasil Persentase Gaya Pengambilan Konten Pada Instagram @melly_goeslaw Berdasarkan diagram pie chard yang menunjukkan indikator wide, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 36% dari total pengambilan gambar yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan penggunaan gaya pengambilan gambar yang memberikan pandangan lebih luas, di mana ruang dan konteks di sekitar subjek ditampilkan secara menyeluruh. Teknik ini memungkinkan audiens untuk memahami dinamika yang lebih besar yang terjadi dalam suatu adegan, serta memberikan konteks yang lebih komprehensif terhadap pesan yang ingin disampaikan. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.46. Contoh Postingan Gaya Pengambilan Konten 2 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw Berdasarkan konten Instagram yang telah disebutkan, unggahan tersebut adalah publikasi mengenai acara bertajuk "Gebyar UMKM Merah Putih" yang diselenggarakan oleh Fraksi Partai Gerindra dalam rangka memperingati HUT ke-17. Acara ini berlangsung pada tanggal 3-7 Februari 2025 di Lobby Gedung Nusantara II DPR-RI. Dengan mengusung semangat Percepatan Kesejahteraan Masyarakat Menuju Indonesia Emas, acara ini melibatkan berbagai aktivitas, termasuk bazaar UMKM, pertunjukan seni budaya, pemotongan tumpeng, dan fashion show. Berdasarkan informasi yang telah disajikan mengenai teknik pengambilan video pada akun Instagram Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw, dapat disimpulkan bahwa Verrell Bramasta lebih mendominasi penggunaan gaya full shot, yang mencakup 90% dari total pengambilan video yang diteliti. Gaya ini memungkinkan Verrell untuk menampilkan keseluruhan subjek serta konteks ruang, memberikan gambaran yang lebih luas dan menyeluruh mengenai aktivitas atau pesan yang ingin disampaikan. Sebagai contoh, Verrell menerapkan teknik ini dalam unggahan

yang menunjukkan kegiatan reses bersama para guru dan siswa di Daerah Pemilihan Jawa Barat VII. Di sisi lain, Melly Goeslaw juga menerapkan full shot dalam 59% dari total kontennya, namun lebih sering memilih gaya wide shot (36%) untuk memberikan gambaran yang lebih luas dari ruang dan konteks acara, seperti pada acara "Gebyar UMKM Merah Putih" yang diadakan oleh Partai Gerindra. Verrell menerapkan gaya two shot sebanyak 7% dari total pengambilan video, yang menunjukkan interaksi antara dua individu, seperti saat berfoto bersama Fuji An di Gedung DPR RI. Sementara itu, Melly Goeslaw tidak menerapkan two shot sama sekali. Gaya selfie juga digunakan lebih sedikit oleh Verrell (2%), sedangkan Melly lebih sering menggunakan gaya selfie (5%), memberikan kesan yang lebih personal dan kedekatan dengan audiens. Secara keseluruhan, Verrell Bramasta lebih banyak menggunakan gaya pengambilan video yang menampilkan keseluruhan konteks dan kegiatan (full shot), sedangkan Melly Goeslaw lebih bervariasi dalam penggunaan gaya pengambilan video, dengan kecenderungan yang lebih besar menggunakan wide shot dan selfie.

4.2.7. Aktor Utama Dalam Konten Politik

Di Instagram @bramastavr1 dan @melly_goeslaw Tabel 4.14. Hasil Analisis Kategori Aktor Utama Dalam Konten Politik Di Instagram @bramastavr1

Dimensi Indikator	Jumlah
Aktor utama	23
Politikus	9
Selebriti	17
Warga negara anonim	5
Jurnalis	14

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Berdasarkan tabel di atas yang ditampilkan di atas, terlihat bahwa dimensi aktor utama dalam konten Verrell Bramasta didominasi oleh indikator politikus, yang mencakup 39% dari total keseluruhan dimensi aktor utama yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan peran Verrell sebagai seorang politisi yang aktif dalam menyampaikan pesan politik, mengartikulasikan kebijakan, serta berinteraksi dengan publik dalam kapasitasnya sebagai anggota legislatif. Hal ini menunjukkan bahwa identitas politikus adalah yang paling menonjol dalam konten tersebut, mencerminkan upaya untuk membangun citra dan kredibilitas dalam konteks politik. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.47. Contoh Postingan aktor utama 1 @bramastavr

l (Akun Instagram @ bramastavrl) Berdasarkan konten Instagram yang telah disebutkan, hal ini dapat dikategorikan termasuk ke dalam Politikus dikarenakan selaku pemilik akun menjadi aktor utama dalam konten, video tersebut menampilkan Verrell Bramasta, seorang legislator, yang menguraikan agenda kerjanya sebagai anggota Komisi X DPR RI. Ia menekankan perhatian pada pembahasan RUU Sistem Pendidikan Nasional dan RUU Kepemudaan yang akan menjadi prioritas dalam Prolegnas (Program Legislasi Nasional) 2025, serta memulai diskusi mengenai kemungkinan pengajuan RUU Perfilman. Gambar 4.48. Hasil Persentase Aktor Utama Konten Pada Instagram @Bramastavrl Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator politikus lainnya, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 29% dari total keseluruhan dimensi aktor utama yang dianalisis. Indikator ini menggambarkan keterlibatan aktor politik selain pemilik akun, yang juga berperan dalam mendukung pesan yang disampaikan, baik dalam konteks koalisi politik maupun kerja sama antar-anggota legislatif. Hal ini mencerminkan upaya untuk menampilkan kolaborasi politik dan memperkuat citra keterlibatan kolektif dalam agenda politik. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.49. Contoh Postingan aktor utama 2 @bramastavrl (Akun Instagram @ bramastavrl) Berdasarkan konten Instagram yang telah disebutkan, tampak bahwa Verrell Bramasta, yang merupakan pemilik akun sekaligus anggota DPR RI dari Fraksi Partai Amanat Nasional, mengunggah foto kebersamaannya dengan beberapa tokoh politik dan seniman lainnya yang juga terpilih sebagai anggota DPR RI untuk periode 2024-2029, di dalam ruang sidang utama Gedung DPR/MPR RI. Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator selebriti, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 8% dari total keseluruhan dimensi aktor utama yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan keterlibatan figur selebritas dalam konten yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas dan memperkuat pesan yang disampaikan. Peran selebritas dalam konten ini berfungsi untuk membangun kredibilitas tambahan melalui pengaruh besar yang mereka miliki dalam masyarakat, serta untuk menghubungkan

isu-isu politik dengan audiens yang lebih beragam. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.50. Contoh Postingan aktor utama 3 @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Berdasarkan konten Instagram yang telah disebutkan, tampak bahwa Verrell Bramasta, yang merupakan pemilik akun sekaligus anggota DPR RI dari Fraksi Partai Amanat Nasional, mengunggah foto kebersamaannya dengan beberapa tokoh politik dan seniman lainnya yang juga terpilih sebagai anggota DPR RI untuk periode 2024-2029, di dalam ruang sidang utama Gedung DPR/MPR RI. Berdasarkan data yang disajikan dalam diagram pie chart mengenai indikator keterlibatan warga anonim dalam konten Instagram politik, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup sebesar 24% dari total keseluruhan contoh konten yang dianalisis. Persentase tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik melalui pelibatan individu yang tidak dikenal publik, atau warga anonim, menjadi salah satu pendekatan yang cukup dominan dan signifikan dalam praktik anggota DPR dari kalangan artis. Keterlibatan warga biasa sebagai aktor utama dalam konten tidak hanya mencerminkan upaya untuk menciptakan citra sebagai wakil rakyat yang merakyat dan responsif, tetapi juga memperlihatkan pola komunikasi yang bersifat partisipatif serta berorientasi pada kedekatan emosional dengan konstituen. Hal ini sejalan dengan tren komunikasi politik digital yang mengedepankan keterlibatan langsung masyarakat sebagai bagian dari narasi politik yang dibangun di media sosial. Gambar 4.51. Contoh Postingan aktor utama 4 @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl) Konten ini menunjukkan bagaimana Verrell Bramasta, selaku anggota DPR RI, memanfaatkan platform Instagram untuk membangun komunikasi politik yang bersifat partisipatif. Melalui keterlibatan seorang guru SMK Karawang sebagai tokoh utama dalam narasi visual, ia tidak hanya menampilkan aktivitas reses atau kunjungan kerja, tetapi juga menerapkan yang berlandaskan pada autentisitas. Hal ini sejalan dengan kategori konten politik di mana kandidat melibatkan masyarakat yang tidak dikenal dalam konten Instagram untuk memperkuat citra sebagai wakil rakyat dan memperluas jangkauan

emosional kepada pemilih. Tabel 4.15. Hasil Analisis Kategori Aktor Utama Dalam Konten Politik Di Instagram @bramastavrl . Dimensi Indikator Jumlah Aktor utama II II Politikus 40 Politisi Lainnya 40 Selebriti 1 II Warga negara anonim 4 Jurnalis Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas yang ditampilkan di atas, terlihat bahwa dimensi aktor utama dalam konten Melly Goeslaw didominasi oleh indikator politikus, yang mencakup 47% dari total keseluruhan dimensi aktor utama yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan peran Melly Goeslaw sebagai anggota legislatif, yang aktif dalam menyampaikan pesan politik, mengartikulasikan kebijakan, serta berinteraksi dengan publik dalam kapasitasnya sebagai wakil rakyat. Hal ini menunjukkan bahwa politik merupakan identitas utama yang ditonjolkan dalam konten tersebut, mencerminkan upaya untuk membangun citra dan kredibilitas politik secara lebih luas. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.52. Contoh Postingan Aktor utama 1 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @ melly_goeslaw Konten ini tergolong dalam kategori Politikus, karena pemilik akun, Melly Goeslaw, adalah tokoh utama yang sedang mengalami momen penting dan signifikan, yaitu pelantikan sebagai anggota DPR RI. Dalam konteks ini, Melly Goeslaw berfungsi sebagai figur politik yang terlibat langsung dalam proses legislatif, dengan konten tersebut berperan untuk memperkenalkan dan memperkuat posisinya dalam kapasitas barunya sebagai wakil rakyat. Gambar 4.53. Hasil Persentase Aktor Utama Pada Instagram @melly_goeslaw Berdasarkan diagram pie chard yang menunjukkan indikator politikus lainnya, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 47% dari total keseluruhan dimensi aktor utama yang dianalisis. Indikator ini mencerminkan keterlibatan aktor politik selain pemilik akun, yang juga berperan dalam mendukung pesan yang disampaikan melalui konten. Keterlibatan ini menunjukkan adanya koalisi politik atau hubungan antar- anggota legislatif yang memperkuat narasi yang dibangun dalam konten tersebut. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.54. Contoh

Postingan Aktor utama 2 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw Berdasarkan konten Instagram yang telah disebutkan sebelumnya, unggahan tersebut dengan jelas dapat dihubungkan dengan kategori Politikus Lainnya, di mana kandidat melibatkan anggota politik lainnya sebagai aktor utama dalam konten Instagram. Keterlibatan politisi lain dalam unggahan ini memperkuat narasi kolektif dan menunjukkan sinergi antara kandidat dengan rekan sejawat dalam konteks politik, baik dalam kegiatan legislatif maupun dalam membangun citra publik. Berdasarkan hasil analisis dimensi aktor utama dalam konten Instagram politik yang dimiliki oleh Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw, terdapat perbedaan yang signifikan dalam pola representasi yang ditunjukkan oleh masing-masing figur. Verrell Bramasta menempatkan dirinya sebagai aktor utama dalam 39% dari total konten yang dianalisis, sedangkan Melly Goeslaw sedikit lebih dominan dengan proporsi sebesar 47%. Hal ini menunjukkan bahwa keduanya secara konsisten membangun citra sebagai legislator aktif, namun Melly tampak lebih intensif dalam menampilkan perannya sebagai politikus utama, contohnya melalui unggahan yang berkaitan dengan pelantikan dan kegiatan formal di parlemen. Perbedaan yang mencolok terlihat pada indikator "politisi lainnya." Melly Goeslaw secara signifikan lebih sering menampilkan tokoh politik lain dalam kontennya, yaitu sebanyak 47%, dibandingkan dengan Verrell Bramasta yang hanya mencakup 29%. Representasi ini menggambarkan bahwa Melly lebih banyak menggunakan pendekatan kolektif, dengan menonjolkan jejaring dan relasi antaranggota legislatif sebagai bagian dari strategi komunikasi politiknya. Di sisi lain, Verrell cenderung mengedepankan pendekatan individual dan personal dalam menyampaikan pesan politik kepada audiensnya. Lebih lanjut, keterlibatan warga negara anonim sebagai aktor utama dalam konten juga menunjukkan kontras yang tajam. Verrell Bramasta menampilkan warga biasa sebagai tokoh sentral dalam 24% konten, sedangkan Melly Goeslaw hanya dalam 4% konten. Kecenderungan ini mengindikasikan bahwa Verrell secara aktif memanfaatkan strategi komunikasi politik yang partisipatif dan berbasis kedekatan emosional dengan masyarakat. Melalui keterlibatan warga yang tidak

dikenal secara publik, Verrell berusaha membangun citra sebagai wakil rakyat yang merakyat dan responsif. Pendekatan ini juga sejalan dengan kategori tematik dalam penelitian ini, yaitu kandidat yang melibatkan warga anonim sebagai aktor utama dalam konten Instagram. Sementara itu, keterlibatan selebriti sebagai aktor utama lebih banyak terlihat dalam konten Verrell (8%) dibandingkan dengan Melly (1%). Hal ini menunjukkan bahwa Verrell masih memanfaatkan latar belakang keartisannya untuk menarik perhatian publik dan menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Di sisi lain, Melly Goeslaw lebih memilih untuk menahan penggunaan identitas selebritasnya, dan lebih fokus pada rebranding dirinya sebagai sosok legislatif yang serius. Menariknya, baik Verrell maupun Melly tidak menampilkan jurnalis sebagai aktor utama dalam konten Instagram mereka. Ketiadaan unsur jurnalis ini mencerminkan bahwa komunikasi politik yang dibangun oleh keduanya bersifat langsung tanpa adanya mediasi dari media arus utama, sehingga lebih terfokus pada narasi personal yang dikendalikan oleh pemilik akun. Secara keseluruhan, perbandingan ini menunjukkan adanya perbedaan gaya komunikasi politik antara Verrell Bramasta yang lebih populis dan berorientasi partisipatif, dengan Melly Goeslaw yang cenderung formal dan institusional. Strategi keduanya memperlihatkan bagaimana artis-politisi membentuk citra dan kredibilitas politik melalui konstruksi narasi visual yang berbeda di media sosial, khususnya Instagram.

4.2.8. Interaksi yang Terjadi Pada Konten Politik di Instagram @bramastavrl dan @melly_goeslaw

Tabel 4.16. Hasil Analisis Kategori Interaksi yang Terjadi Pada Konten Politik di Instagram @bramastavrl

Dimensi Indikator	Jumlah Interaksi
Informasi dan promosi	33
Musyawarah dan diskusi	15
Partisipasi dan mobilisasi	11

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan diagram pie yang ditampilkan di atas, terlihat bahwa dimensi interaksi dalam konten Verrell Bramasta didominasi oleh indikator informasi dan promosi, yang mencakup 56% dari total keseluruhan dimensi interaksi yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan usaha Verrell dalam menyampaikan informasi yang relevan serta memperkenalkan dan mempromosikan

kegiatan atau agenda tertentu melalui konten yang diunggah. Hal ini menunjukkan bahwa informasi dan promosi menjadi elemen utama dalam strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Verrell. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.55. Contoh Postingan Interaksi 1 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl Berdasarkan diagram pie chard yang telah disajikan di atas, terlihat bahwa dimensi interaksi dalam konten Instagram yang telah dijelaskan sebelumnya, unggahan tersebut dengan jelas dapat dikategorikan ke dalam "Politikus Lainnya", di mana kandidat melibatkan anggota politik lainnya sebagai aktor utama dalam konten yang diunggah. Keterlibatan politisi lain dalam konten ini menunjukkan adanya sinergi politik yang memperkuat narasi dan memperluas jangkauan pesan yang disampaikan, baik dalam konteks kegiatan legislatif maupun dalam membangun citra kolektif di mata publik. Berdasarkan diagram pie chard yang menunjukkan indikator musyawarah dan diskusi lainnya, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 51% dari total keseluruhan indikator yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan upaya untuk memfasilitasi proses musyawarah dan diskusi yang melibatkan berbagai pihak, baik dalam konteks komunikasi politik maupun dialog sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk mencapai kesepakatan atau pemahaman bersama mengenai isu-isu yang relevan, serta memperkuat hubungan antara pemimpin dan konstituen. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.56. Contoh Postingan Interaksi 2 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl Berdasarkan konten Instagram yang telah dijelaskan, video tersebut menunjukkan aktivitas buka puasa yang dilakukan bersama masyarakat oleh Verrell Bramasta. Meskipun tidak menyajikan dialog verbal secara langsung atau forum diskusi formal, konten ini tetap dapat dihubungkan dengan bentuk musyawarah dan diskusi. Kegiatan ini mencerminkan upaya interaksi sosial dan komunikasi yang melibatkan partisipasi masyarakat, yang memungkinkan terjadinya pertukaran ide dan pendapat secara tidak langsung. Dengan demikian, meskipun tidak ada diskusi formal, kegiatan ini tetap

memiliki nilai dalam memperkuat hubungan antara politisi dan masyarakat melalui dialog informal. Gambar 4.57. Hasil Persentase Interaksi Pada Instagram @bramastavrl Berdasarkan diagram pie chard yang menunjukkan indikator partisipasi dan mobilisasi, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 19% dari total keseluruhan indikator yang telah dianalisis. Indikator ini merepresentasikan upaya untuk mendorong keterlibatan aktif serta penggerakan masyarakat dalam kegiatan politik atau sosial. Melalui partisipasi dan mobilisasi, konten ini berfungsi untuk menggerakkan audiens dalam mendukung suatu tujuan atau agenda tertentu, serta memperkuat ikatan sosial antara pemimpin dan konstituen. Salah satu contoh konten yang mencerminkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.58. Contoh Postingan Interaksi 3 Instagram @bramastavrl (Akun Instagram @bramastavrl Berdasarkan konten Instagram yang telah disebutkan, video tersebut menunjukkan Verrell Bramasta yang hadir dan berinteraksi secara langsung dengan kelompok dalam sebuah kegiatan sosial, termasuk dalam kegiatan distribusi bantuan. Hal ini sangat relevan untuk dihubungkan dengan bentuk partisipasi dan mobilisasi. Tabel 4.17. Hasil Analisis Kategori Interaksi yang Terjadi Pada Konten Politik di Instagram @melly_goeslaw Dimensi Indikator Jumlah Interaksi Informasi dan promosi 46 Musyawarah dan diskusi 10 Partisipasi dan mobilisasi 29 Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa dimensi interaksi dalam konten Melly Goeslaw didominasi oleh indikator informasi dan promosi, yang mencakup 54% dari total keseluruhan dimensi interaksi yang dianalisis. Indikator ini mencerminkan usaha Melly Goeslaw dalam menyampaikan informasi serta mempromosikan kegiatan atau agenda tertentu kepada audiens. Dengan memanfaatkan informasi yang relevan dan strategi promosi yang efektif, konten ini berfungsi untuk memperkuat pesan yang disampaikan, meningkatkan visibilitas, dan memperluas jangkauan audiens. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.59. Contoh Postingan Interaksi 1 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw Berdasarkan konten Instagram yang

g telah diuraikan, unggahan mengenai Festival HD-Keun Bandung, yang direncanakan berlangsung pada 10 November 2024 di Lapangan Monumen Tegalega, merupakan suatu bentuk informasi dan promosi dalam konteks komunikasi politik. Unggahan ini bertujuan untuk menyebarkan informasi terkait acara tersebut serta memperkenalkan program-program yang akan dilaksanakan, dengan maksud untuk memperkuat citra politisi dan membangun hubungan dengan audiens melalui kegiatan yang bersifat sosial dan kultural.

Gambar 4.60. Hasil Persentase Interaksi Pada Instagram @melly_goeslaw Berdasarkan diagram pie chart yang menunjukkan indikator musyawarah dan diskusi lainnya, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 12% dari total keseluruhan indikator yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan upaya untuk memfasilitasi diskusi dan musyawarah yang melibatkan berbagai pihak, baik dalam konteks komunikasi politik maupun dialog sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk mencapai kesepakatan atau pemahaman bersama mengenai isu-isu yang relevan, serta memperkuat hubungan antara pemimpin dan konstituen. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar 4.61. Contoh Postingan Interaksi 2 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw Berdasarkan konten Instagram yang telah disebutkan, unggahan tersebut menggambarkan kegiatan Reses Perorangan Masa Sidang I Tahun 2024–2025 yang dilakukan oleh Melly Goeslaw, seorang anggota Komisi X DPR RI dari Fraksi Partai Gerindra, Dapil Jawa Barat I (Kota Bandung & Cimahi). Kegiatan ini memiliki hubungan yang sangat dekat dengan bentuk musyawarah dan diskusi. Berdasarkan diagram pie yang menunjukkan indikator partisipasi dan mobilisasi, dapat diketahui bahwa tema ini mencakup 34% dari total keseluruhan indikator yang telah dianalisis. Indikator ini mencerminkan upaya untuk mendorong keterlibatan aktif serta penggerakan masyarakat dalam kegiatan politik atau sosial. Melalui partisipasi dan mobilisasi, konten ini bertujuan untuk mengarahkan audiens menuju suatu tujuan atau agenda tertentu, sekaligus memperkuat ikatan sosial antara politisi dan konstituen. Salah satu contoh konten yang menggambarkan tema ini dapat dilihat pada unggahan berikut. Gambar

4.62. Contoh Postingan Interaksi 3 Instagram @melly_goeslaw (Akun Instagram @melly_goeslaw Berdasarkan informasi yang terdapat dalam konten Instagram di atas, tampak bahwa Melly Goeslaw, yang merupakan anggota DPR RI, ikut serta dalam acara serah terima bantuan kemanusiaan untuk Palestina bersama komunitas Wanita Filantropi Indonesia dan disambut oleh perwakilan legislatif di Jakarta. Konten ini dapat dihubungkan dengan bentuk partisipasi dan mobilisasi. Berdasarkan data yang telah dipaparkan mengenai dimensi interaksi dalam konten Instagram Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw, dapat disimpulkan bahwa keduanya dominan menggunakan informasi dan promosi dalam komunikasi politik mereka. Verrell Bramasta mengunggah 33 konten (56%) dengan dimensi ini, yang menunjukkan bahwa ia lebih fokus pada menyampaikan informasi relevan dan mempromosikan kegiatan atau agenda tertentu, seperti dalam video yang menampilkan dirinya berbicara tentang RUU Pendidikan Nasional dan RUU Kepemudaan. Begitu pula dengan Melly Goeslaw, yang mengunggah 46 konten (54%) dengan tujuan serupa, misalnya dalam mempromosikan Festival HD-Keun Bandung, yang bertujuan untuk memperkenalkan program acara dan memperkuat citra politiknya. Meski keduanya memanfaatkan informasi dan promosi, Melly sedikit lebih banyak menggunakan dimensi ini untuk kampanye sosial dan kegiatan kultural, sementara Verrell lebih sering berfokus pada agenda legislatif. Selain itu, Verrell Bramasta juga banyak menggunakan musyawarah dan diskusi (15 konten atau 25%), yang mencerminkan interaksi sosial dan komunikasi dengan audiens melalui kegiatan informal, seperti buka puasa bersama dengan masyarakat. Kegiatan ini meskipun tidak menyajikan diskusi formal, tetap memiliki nilai dalam memperkuat hubungan dengan audiens. Di sisi lain, Melly Goeslaw lebih sedikit menggunakan dimensi ini (10 konten atau 12%), dengan lebih banyak berfokus pada dialog langsung dengan masyarakat melalui reses sebagai cara untuk mendengarkan aspirasi rakyat. Terakhir, Verrell Bramasta menggunakan partisipasi dan mobilisasi sebanyak 11 konten (19%), berfungsi untuk menggerakkan audiens dalam mendukung agenda sosial atau politik, seperti dalam kegiatan distribusi bantuan. Sebaliknya, Melly Goeslaw lebih banyak

menggunakan dimensi ini (29 konten atau 34%), yang tercermin dalam partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan sosial-politik seperti serah terima bantuan kemanusiaan untuk Palestina. Secara keseluruhan, meskipun keduanya mendominasi dengan informasi dan dan promosi, Melly lebih banyak melibatkan mobilisasi audiens, sementara Verrell lebih banyak berfokus pada dialog sosial dan penghimpunan dukungan. Tabel 4.18. Perbandingan Unggahan Konten @bramastavrl dan @melly_goeslaw DIMENSI INDIKATOR VERRELL BRAMASTA (@BRAMASTAVRL) MELLY GOESLAW (@MELLY_GOESLAW) TEMA PESAN Kegiatan Legislatif & Kinerja Dominan (66%) – Fokus pada sidang, rapat, dan an legislasi Tinggi (44%) – Rapat resmi, pembahasan RUU Hak Cipta Dukungan Program Pemerintah/Part ai 14% – Tidak dominan, lebih banyak tampil netral Dominan (52%) – Konser, kampanye, program Gerindra Interaksi Masyarakat 17% – Sosialisasi, dialog dengan warga 2% – Minim interaksi langsung dengan publik Kegiatan Partai 3% – Kegiatan sosial partai i (PanRun) 2% – Konsolidasi, perayaan ulang tahun partai PESAN POLITIK Kebijakan Politik Dominan (86%) – Sosialisasi, aspirasi, dan RUU Dominan (76%) – Edukasi publik, kunjungan kerja, revisi UU Strategi Politik 12% – Narasi politis halus 18% – Ajakan langsung dan dukungan kandidat Politik Identitas 0% – Tidak ada konten yang termasuk politik identitas 0% – Tidak ada konten yang termasuk politik identitas BENTUK PESAN Informatif 88% – Edukatif dan faktual 75% – Edukasi publik dan partai Persuasif 12% – Narasi simbolik dan ada ajakan untuk mendukung 25% – Ajakan eksplisit, kampanye langsung Koersif 0% – Tidak ada konten yang termasuk koersif 0% – Tidak ada konten yang termasuk koersif FORMAT KONTEN Video Reels Dominan (85%) – Utama sebagai media kampanye visual Dominan (73%) – Digunakan untuk pesan partai dan kampanye Carousel 15% – Edukasi legislatif dan partisipasi 14% – Dokumentasi agenda dan massa Foto Tunggal 0% – verrel Tidak ada konten yang termasuk foto tunggal 13% – Sorot momen simbolik INTERAKSI Informasi & Promosi Dominan – Edukasi publik, publikasi agenda Dominan – Promosi konser, acara resmi partai Musyawarah & Diskusi Moderat – Dialog dengan pemuda, tokoh, ata

u masyarakat Rendah – Jarang tampilkan forum diskusi Partisipasi & Mobilisasi
i Ada – Ajak pemuda terlibat, kampanye ringan Tinggi – Ajak dukungan aktif, kampanye massa langsung GAYA VISUAL Full Shot Dominan (90%) – Format formal dan utuh Tinggi (59%) – Konteks kegiatan dan simbol partai Wide Shot Rendah (2%) Tinggi (36%) – Sorot skala kegiatan dan keramaian Selfie 2% – selfie didekat gedung DPR 5% – Membangun kedekatan kepada anggota lainnya selfie didalam gedung DPR Two Shot 7% – Kolaborasi dengan figur publik 0% – melly Tidak ada konten yang termasuk two shot AKTOR UTAMA Politikus Dominan (39%) – Citra sebagai legislator Dominan (53%) – sebagai wakil rakyat dan figur partai Politisi Lain 29% – Kolaborasi dengan tokoh parlemen 17% – Musisi-politisi dan kader partai Selebriti & Warga 32% – Figur publik dan masyarakat umum 30% – Fans, selebriti, dan warga Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025 Berdasarkan tabel perbandingan, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam cara Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw mengemas konten politik di media sosial Instagram. Pada dimensi tema pesan, Verrell menempatkan kegiatan legislatif dan kinerja sebagai konten dominan (66%), yang tercermin dari dokumentasi aktifitas sidang, rapat kerja, dan penyampaian aspirasi di DPR. Hal ini menampilkan citra Verrell sebagai legislator muda yang aktif dan substansial dalam menjalankan fungsi representasi. Sementara itu, Melly menempatkan dukungan terhadap program pemerintah atau partai sebagai tema paling dominan (52%), melalui kegiatan konser, kampanye, dan promosi program Partai Gerindra. Hal ini menunjukkan bahwa Melly lebih menekankan loyalitas dan partisipasinya terhadap agenda partai politik, bukan sekadar fungsi legislatif formal. Interaksi langsung dengan masyarakat juga lebih banyak ditemukan pada konten Verrell (17%) dibanding Melly (2%). Dalam dimensi pesan politik, keduanya menunjukkan kecenderungan dominan terhadap pesan berbasis kebijakan politik— Verrell sebesar 86% dan Melly sebesar 76%. Ini menandakan bahwa kedua tokoh sama-sama memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyosialisasikan program dan aktivitas kebijakan yang mereka usung. Namun, Melly cenderung lebih menonjol dalam

menyampaikan pesan dengan strategi politik secara eksplisit (18%) dibandingkan Verrell (12%), seperti terlihat dalam ajakan kampanye atau dukungan terhadap calon tertentu. Tidak ditemukan indikasi kuat akan penggunaan politik identitas pada kedua akun. Dalam dimensi bentuk pesan, Verrell menunjukkan dominasi yang lebih besar dengan penggunaan pesan informatif (88%), yang bersifat edukatif dan netral. Di sisi lain, Melly juga memiliki kekuatan dalam bentuk informatif (75%), tetapi ia lebih signifikan dalam memanfaatkan bentuk persuasif (25%), dengan menampilkan narasi ajakan dan kampanye yang jelas. Ini menunjukkan bahwa Melly mengintegrasikan fungsi edukasi dan mobilisasi secara bersamaan, sementara Verrell lebih fokus pada edukasi publik yang cenderung netral. Mengenai format konten, keduanya mengandalkan video Reels sebagai format utama (Verrell 85%; Melly 73%). Namun, Melly menunjukkan variasi yang lebih luas dengan menampilkan konten dalam bentuk foto tunggal (13%) dan carousel (14%), sedangkan Verrell tidak menggunakan foto tunggal dan lebih konsisten dengan hanya dua format utama. Hal ini menunjukkan bahwa Melly berusaha menjangkau berbagai gaya komunikasi visual untuk memperkuat narasi politiknya. Dalam dimensi interaksi, baik Verrell maupun Melly sama-sama dominan pada indikator informasi dan promosi, tetapi Melly lebih unggul dalam partisipasi dan mobilisasi, dengan konten yang secara langsung mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik atau memberikan dukungan kepada tokoh atau partai tertentu. Sebaliknya, Verrell lebih menekankan pada diskusi dan musyawarah, seperti keterlibatannya dalam forum pendidikan, sosialisasi empat pilar, dan diskusi publik. Dari segi gaya visual, Verrell hampir sepenuhnya menggunakan full shot (90%) yang mencerminkan suasana formal dan menekankan integritas kelembagaan. Di sisi lain, Melly lebih adaptif, menggunakan wide shot (36%) untuk menunjukkan massa atau skala kegiatan, serta beberapa selfie (5%) untuk menciptakan kesan kedekatan personal dengan audiens. Hal ini menunjukkan bahwa gaya visual Melly cenderung lebih komunikatif dan emosional, sedangkan Verrell lebih profesional dan representatif. Terakhir, dalam dimensi aktor utama,

Verrell lebih banyak menampilkan dirinya sebagai politisi (39%), tetapi juga memberikan ruang bagi politisi lain (29%) dan warga atau selebritas (32%) sebagai bagian dari narasi kolaboratif. Sementara itu, Melly lebih menonjolkan dirinya sebagai figur utama (53%) dengan peran sebagai wakil rakyat dan kader partai, serta melibatkan kader partai dan musisi-politisi lain (17%) dalam konteks simbolik dan kolektif. bab V PENUTUP 5.1.

Kesimpulan Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengemasan konten politik oleh anggota DPR RI yang berasal dari kalangan artis, dengan studi kasus pada akun Instagram @bramastavr1 milik Verrell Bramasta dan @melly_goeslaw milik Melly Goeslaw selama periode 1 Oktober 2024 hingga 31 Maret 2025. Penelitian ini didasari oleh fenomena meningkatnya jumlah selebritas yang terpilih menjadi anggota DPR RI dalam Pemilu 2024, yang memicu perdebatan publik mengenai kemampuan dan fungsi representatif mereka. Dalam konteks ini, media sosial, terutama Instagram, memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi politik dan alat untuk membangun citra sebagai wakil rakyat. Penelitian ini memilih dua tokoh, Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw, sebagai subjek kajian. Selain berasal dari latar belakang artis, mereka juga mewakili dua generasi yang berbeda generasi milenial dan generasi X, yang menawarkan pendekatan komunikasi politik yang berbeda dalam pengemasan konten di Instagram selama enam bulan pertama masa jabatan mereka sebagai anggota DPR RI. Landasan konsep dari penelitian ini mengacu pada komunikasi politik. Media sosial seperti Instagram dianalisis sebagai saluran untuk menyampaikan pesan politik yang dikemas dalam berbagai bentuk konten visual. Penelitian ini juga menggunakan konsep tentang pengemasan pesan, bentuk konten, dan gaya komunikasi politik digunakan untuk memahami bagaimana politisi yang berasal dari kalangan artis membangun narasi politik, memperkuat citra diri, serta menjalin komunikasi dengan konstituen. Penelitian ini juga mengkaji literatur yang berkaitan dengan aktor politik dari kalangan artis serta perbedaan pendekatan yang diterapkan berdasarkan generasi politik. 19 32 57 Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi. Unit analisis yang

digunakan adalah konten yang diunggah di Instagram dari akun resmi @bramastavrl dan @melly_goeslaw dalam rentang waktu 1 Oktober 2024 hingga 31 Maret 2025. Kategori yang dianalisis mencakup tema pesan, bentuk konten, bentuk pesan, aktor utama, gaya pengambilan gambar, dan jenis interaksi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi arsip digital, dan pengujian data menggunakan rumus reliabilitas Holsti. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mencakup dua tokoh dari kalangan artis dan periode waktu yang relatif singkat. Hasil analisis terhadap 144 unggahan dari kedua akun Instagram menunjukkan bahwa pengemasan konten politik yang diterapkan oleh Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw memiliki kesamaan dalam bentuk pesan yang dominan, namun berbeda dalam pendekatan visual serta gaya komunikasi. Tema pesan yang paling menonjol adalah kegiatan legislatif dan kinerja, yang mencerminkan upaya keduanya untuk menampilkan diri sebagai wakil rakyat yang aktif dalam menjalankan tugas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun berasal dari latar belakang selebritas, keduanya berusaha untuk menyesuaikan diri dengan identitas politik yang diharapkan oleh publik. Dalam hal bentuk konten, fitur Reels menjadi format yang paling sering digunakan oleh kedua tokoh. Verrell Bramasta cenderung mengunggah video pendek dengan gaya selfie dan close-up, yang memberikan kesan personal dan mendekatkan dirinya kepada audiens secara emosional. Di sisi lain, Melly Goeslaw lebih banyak menampilkan wide shot dan interaksi kolektif dengan masyarakat, yang menunjukkan pendekatan yang lebih komunal dan terstruktur. Carousel dan foto tunggal juga digunakan secara selektif untuk konten yang bersifat informatif dan dokumentatif. Bentuk pesan yang paling dominan adalah informatif, yaitu menyampaikan kegiatan politik secara faktual. Namun, pesan persuasif juga digunakan, terutama untuk mengajak partisipasi masyarakat, sementara pesan koersif hampir tidak ditemukan, yang menandakan bahwa gaya komunikasi politik mereka lebih bersifat mengajak daripada memaksa. Dari sisi aktor utama dalam konten, keduanya cenderung menempatkan diri sebagai subjek utama dalam unggahan mereka, meskipun Melly lebih sering menyertakan figur

masyarakat dalam kontennya. Gaya pengambilan gambar yang diterapkan juga mencerminkan preferensi generasi. Verrell Bramasta, yang merupakan bagian dari generasi milenial, memanfaatkan close-up, selfie, dan sudut pandang untuk menciptakan keterhubungan yang lebih dekat. Sementara itu, Melly Goeslaw dari generasi X mengandalkan pengambilan gambar wide shot dan two shot untuk menggambarkan hubungan sosial serta kegiatan kolektif. Dalam konteks interaksi, konten yang mereka sajikan didominasi oleh bentuk informasi dan promosi, tanpa banyak dialog langsung dengan audiens. Interaksi deliberatif maupun bentuk partisipasi digital yang lebih mendalam masih jarang terlihat. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh kedua tokoh tersebut masih cenderung bersifat satu arah, dengan tujuan utama untuk memperkuat citra dan menyampaikan agenda politik mereka secara visual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Verrell Bramasta dan Melly Goeslaw sama-sama memanfaatkan Instagram sebagai alat komunikasi politik dengan karakteristik yang berbeda sesuai dengan gaya generasinya masing-masing. Verrell tampil lebih personal dan emosional, sedangkan Melly menonjolkan kedekatan sosial dan kolektivitas. Media sosial berperan penting sebagai medium politik kontemporer, terutama dalam membentuk citra politisi dari kalangan artis di era digital.

5.2. Saran Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta berbagai temuan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, saran akademis dan saran praktis yang dipaparkan berikut ini:

5.2.1. Saran Akademis

Dalam menyumbang berbagai pengetahuan lanjutan, Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan survei atau wawancara untuk mengetahui persepsi publik terhadap konten politik yang diunggah pada akun anggota DPR berlatar belakang selebritas. Ataupun penelitian lanjutan dapat menganalisis perbandingan pengemasan konten politik pada partai politik serta tingkat interaksi pada tiap konten menggunakan banyak media sosial seperti TikTok, YouTube, atau X/Twitter, khususnya pada periode kampanye.

5.2.2. Saran Praktis

Adapun saran praktis ditujukan untuk praktisi yang bekerja membantu Artis politisi dalam mengemas konten

REPORT #27512105

politik agar memfokuskan pengemasan konten yang berkaitan dengan pelaksanaan fungsi legislatif, representatif, dan pengawasan, sehingga publik dapat memahami kinerja mereka sebagai wakil rakyat.



REPORT #27512105

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	4.07% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9318/9/9.%20BAB%202.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	2.27% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9424/9/BAB%20II.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.77% journal.unpas.ac.id https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/13068/5840	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.49% repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/11919/1/Anna%20Karenina_Kinerja%20Anggot...	● ●
INTERNET SOURCE		
5.	0.29% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9244/11/11.%20BAB%204.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.27% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9473/28/Skripsi_Tedo%20Benaya%20Steffa_2..	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.22% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9329/9/9.%20BAB%202.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
8.	0.22% repository.paramadina.ac.id https://repository.paramadina.ac.id/1077/1/Dr.%20Edison%20-%20Komunikasi%20...	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.18% journal.universitaspahlawan.ac.id https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/3246..	●



REPORT #27512105

INTERNET SOURCE		
10. 0.17%	kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/18052/13/BAB_III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.17%	katadata.co.id https://katadata.co.id/berita/nasional/61bbe87cb70b2/tugas-dan-wewenang-dp..	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.17%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9356/17/BUKTI%20LOLOS%20PLAGIARISME.p...	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.17%	digilibadmin.unismuh.ac.id https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/40564-Full_Text.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
14. 0.15%	eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2020/G.311.20.0038/G.311.20.0038-...	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.14%	www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5900831/memahami-apa-arti-hak-angke...	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.14%	penerbitadm.pubmedia.id https://penerbitadm.pubmedia.id/index.php/iso/article/download/1992/2226/1...	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.14%	ejurnal.unisri.ac.id https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/download/10340/5609/30927	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.13%	www.jurnalp4i.com https://www.jurnalp4i.com/index.php/cendekia/article/download/3831/3100/26..	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.13%	repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/22389/1/AI%20FAZZATIL%20A%60LA%2C%201...	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.12%	etd.umy.ac.id https://etd.umy.ac.id/50699/4/Bab%20I.pdf	●



REPORT #27512105

INTERNET SOURCE		
21. 0.12%	repository.uki.ac.id http://repository.uki.ac.id/11591/2/HukumdanTeoriKonstitusi.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.11%	id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Dewan_Perwakilan_Rakyat_Indonesia	● ●
INTERNET SOURCE		
23. 0.11%	rechtsvinding.bphn.go.id https://rechtsvinding.bphn.go.id/ejournal/index.php/jrv/article/view/139	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.11%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6593/10/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.11%	digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/61765/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...	●
INTERNET SOURCE		
26. 0.1%	eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2016/G.331.16.0086/G.331.16.0086-...	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.1%	digilib.uinsa.ac.id http://digilib.uinsa.ac.id/39622/2/Siti%20Muyasyaroh_C95216141.pdf	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.09%	pdfs.semanticscholar.org https://pdfs.semanticscholar.org/f851/ee9b24d6dc821698c8cd8d13d9f82fd8682...	●
INTERNET SOURCE		
29. 0.09%	ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id https://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/j-kis/article/download/975/560/	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.09%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/63136/1/RIZKI%20F...	●
INTERNET SOURCE		
31. 0.09%	repository.metrouniv.ac.id https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/9497/1/TESIS%20Emy%20Nurbaet..	●



REPORT #27512105

INTERNET SOURCE		
32. 0.08%	journal.unindra.ac.id https://journal.unindra.ac.id/index.php/gandiwa/article/download/1837/1341	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.08%	journal.stisipolrajahaji.ac.id https://journal.stisipolrajahaji.ac.id/index.php/jisipol/article/download/69/63/41..	●
INTERNET SOURCE		
34. 0.08%	www.kompasiana.com https://www.kompasiana.com/muhammadrafi9963/677eaaca34777c5ae0516c2...	●
INTERNET SOURCE		
35. 0.08%	jdi.kpu.go.id https://jdi.kpu.go.id/data/data_pkpu/2023pkpu019.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
36. 0.08%	eprints2.undip.ac.id https://eprints2.undip.ac.id/23719/2/BAB%20I%20.pdf	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.08%	eprints2.undip.ac.id https://eprints2.undip.ac.id/34640/6/S_INHUM_Cahyo%20Budi%20Setyawan_B...	●
INTERNET SOURCE		
38. 0.07%	ejournal.hukumunkris.id https://ejournal.hukumunkris.id/index.php/binamulia/article/download/950/231..	●
INTERNET SOURCE		
39. 0.07%	journal.appisi.or.id https://journal.appisi.or.id/index.php/konsensus/article/download/464/742/2681	●
INTERNET SOURCE		
40. 0.07%	repository.usni.ac.id http://repository.usni.ac.id/repository/cb3301bf1c8492a4c2458d27867872b7.pdf	●
INTERNET SOURCE		
41. 0.06%	www.brainacademy.id https://www.brainacademy.id/blog/karakteristik-generasi-boomers-x-y-z-alpha	●
INTERNET SOURCE		
42. 0.06%	journal.appisi.or.id https://journal.appisi.or.id/index.php/sosial/article/download/596/846/3334	●



REPORT #27512105

INTERNET SOURCE		
43.	0.06% journal.unnes.ac.id https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/integralistik/article/download/11814/...	●
INTERNET SOURCE		
44.	0.06% journal.iapa.or.id https://journal.iapa.or.id/proceedings/article/view/1059	●
INTERNET SOURCE		
45.	0.06% ettheses.uin-malang.ac.id http://ettheses.uin-malang.ac.id/75636/1/210101110139.pdf	●
INTERNET SOURCE		
46.	0.05% pdfs.semanticscholar.org https://pdfs.semanticscholar.org/466c/201f1f7eeeb5f29e5811ea2d3f3fdc6bee0f...	●
INTERNET SOURCE		
47.	0.05% jurnal.sttkd.ac.id https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/download/110/89/	●
INTERNET SOURCE		
48.	0.05% mkri.id https://mkri.id/public/content/persidangan/putusan/putusan_mkri_9136_16907..	●
INTERNET SOURCE		
49.	0.04% pustaka.ut.ac.id https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/MSIM4310-M1.pdf	●
INTERNET SOURCE		
50.	0.04% akupintar.id https://akupintar.id/info-pintar/-/blogs/membangun-kedekatan-dan-hubungan...	●
INTERNET SOURCE		
51.	0.04% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/18084/9/BAB_III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
52.	0.04% digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/90/3/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
53.	0.04% id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z	●



REPORT #27512105

INTERNET SOURCE		
54.	0.04% jurnal.unigal.ac.id https://jurnal.unigal.ac.id/dinamika/article/download/1412/1159	●
INTERNET SOURCE		
55.	0.04% jdih.kpu.go.id https://jdih.kpu.go.id/peraturan-kpu/download/45	●
INTERNET SOURCE		
56.	0.04% digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/33531/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...	●
INTERNET SOURCE		
57.	0.03% ejurnal.stikpmedan.ac.id https://ejurnal.stikpmedan.ac.id/index.php/JIKQ/article/download/122/62/	●
INTERNET SOURCE		
58.	0.03% oatekno.com https://oatekno.com/sejarah-instagram/	●
INTERNET SOURCE		
59.	0.02% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5847952/fungsi-identitas-sosial-memaha...	●
INTERNET SOURCE		
60.	0.01% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9424/	●
INTERNET SOURCE		
61.	0.01% adm.fisip.unpatti.ac.id https://adm.fisip.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/10/BAHAN-AJAR-Kom...	●
INTERNET SOURCE		
62.	0% kc.umh.ac.id https://kc.umh.ac.id/id/eprint/36456/2/BAB_I.pdf	●

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1.	0.08% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9424/	



REPORT #27512105

INTERNET SOURCE

2. **0%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9424/9/BAB%20II.pdf>