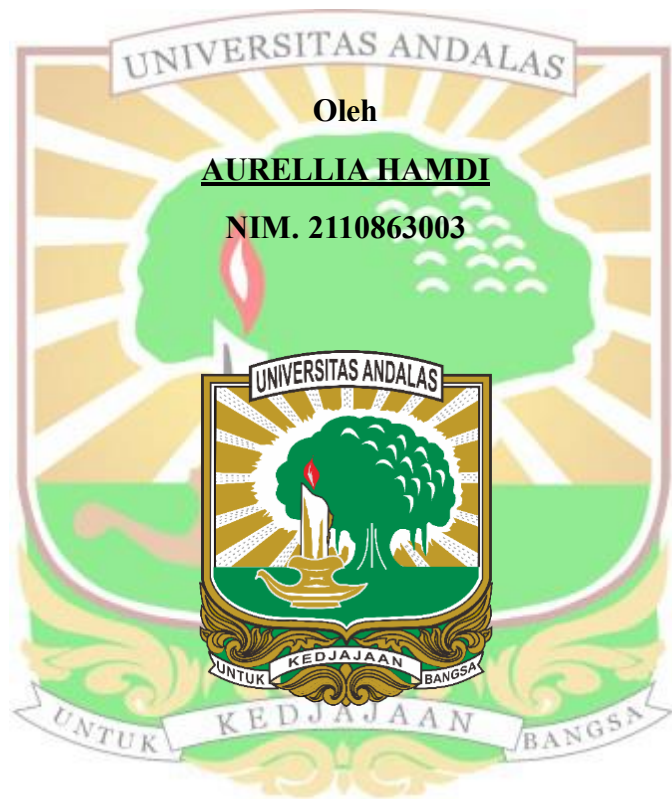


**Narasi Politik Mahyeldi pada Masa Kampanye Pemilihan Kepala
Daerah Serentak 2024**

**(Analisis *Political Branding* terhadap Akun Instagram
@Mahyeldisp Periode 25 September – 23 November 2024)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

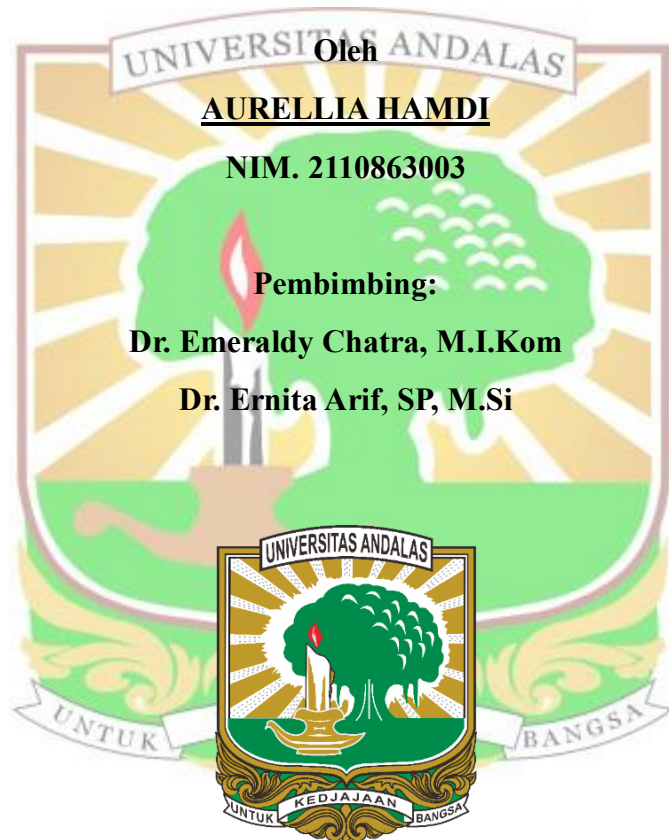
**Narasi Politik Mahyeldi pada Masa Kampanye Pemilihan Kepala
Daerah Serentak 2024**

**(Analisis *Political Branding* terhadap Akun Instagram
@Mahyeldisp Periode 25 September – 23 November 2024)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas


Acc ujian Skripsi
Pembimbing 1
28 September 2025



Acc ujian skripsi
28/9/2025

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ABSTRAK

NARASI POLITIK MAHYELDI PADA MASA KAMPANYE PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK 2024

(Analisis *Political Branding* terhadap Akun Instagram @Mahyeldisp Periode 25
September – 23 November 2024)

Oleh:

Aurellia Hamdi

2110863003

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M. I. Kom

Dr. Ernita Arif, S.P., M.Si

Penelitian ini menganalisis narasi politik Mahyeldi pada masa kampanye Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak 2024 dengan fokus pada akun Instagram @mahyeldisp. Media sosial, khususnya Instagram, berfungsi sebagai ruang strategis bagi kandidat politik untuk membangun *political branding* melalui narasi yang terstruktur dan interaktif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menelaah peran narasi dalam membentuk citra politik Mahyeldi serta mengidentifikasi tema-tema narasi yang muncul selama kampanye. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif studi kasus. Data diperoleh melalui observasi unggahan Instagram Mahyeldi pada periode 25 September–23 November 2024, wawancara dengan tim kampanye dan pengamat politik, serta dokumentasi pendukung. Analisis dilakukan dengan menggunakan *Narrative Paradigm Theory* Walter Fisher yang menilai kualitas narasi melalui aspek *coherence* (koherensi) dan *fidelity* (fidelitas). Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasi berperan sebagai instrumen utama dalam memperkuat citra politik Mahyeldi, baik melalui konsistensi pesan maupun kesesuaiannya dengan nilai yang dianut publik. Narasi tersebut membentuk lima tema dominan, yaitu: (1) pemimpin humanis dan peduli rakyat, (2) gaya komunikasi kolaboratif dan terbuka, (3) citra religius dan berbasis nilai lokal, (4) pemimpin dengan visi serta program nyata, dan (5) pemimpin akuntabel serta berintegritas. Kelima tema ini saling melengkapi sehingga menciptakan narasi yang kohesif dan memperkuat citra Mahyeldi sebagai sosok religius, merakyat, visioner, dan berintegritas. Dengan demikian, narasi politik yang dikonstruksi di Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana kampanye digital, tetapi juga sebagai strategi branding yang memperkuat legitimasi politik Mahyeldi di mata masyarakat Sumatera Barat.

Kata Kunci: Instagram, Mahyeldi, Narasi Politik, Pilkada, *Political Branding*.

ABSTRACT

MAHYELDI'S POLITICAL NARRATIVE DURING THE 2024 SIMULTANEOUS REGIONAL HEAD ELECTIONS CAMPAIGN

(Political Branding Analysis of the Instagram Account @Mahyeldisp for

the Period September 25 – November 23, 2024)

By:

Aurellia Hamdi

2110863003

Supervisor:

Dr. Emeraldy Chatra, M. I. Kom

Dr. Ernita Arif, S.P., M.Si

This study analyzes Mahyeldi's political narrative during the 2024 Simultaneous Regional Election (Pilkada) campaign, focusing on the Instagram account @mahyeldisp. Social media, particularly Instagram, serves as a strategic space for political candidates to build political branding through structured and interactive narratives. The purpose of this research is to examine the role of narrative in shaping Mahyeldi's political image and to identify the narrative themes that emerged during the campaign. This research employs a constructivist paradigm with a qualitative case study method. Data were collected through observation of Mahyeldi's Instagram posts from September 25 to November 23, 2024, interviews with campaign teams and political observers, and supporting documentation. The analysis applied Walter Fisher's Narrative Paradigm Theory, which evaluates the quality of narratives through the aspects of coherence and fidelity. The findings show that narrative plays a crucial role in strengthening Mahyeldi's political image, both through message consistency and its alignment with public values. The narratives constructed can be categorized into five dominant themes: (1) a humanist leader who cares for the people, (2) a collaborative and open communication style, (3) a religious image rooted in local values, (4) a visionary leader with concrete programs, and (5) an accountable and integrity-driven leader. These themes complement one another to create a cohesive narrative that reinforces Mahyeldi's image as a religious, people-oriented, visionary, and integrity-based figure. Thus, the political narrative constructed on Instagram functioned not only as a digital campaign tool but also as a branding strategy that strengthened Mahyeldi's political legitimacy in the eyes of the people of West Sumatra.

Keywords: *Instagram, Mahyeldi, Political Narrative, Political Branding, Regional Election,*