

BAB V

PENUTUPAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “*Narasi Politik Mahyeldi pada Masa Kampanye Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2024 (Analisis Political Branding terhadap Akun Instagram @Mahyeldisp Periode 25 September – 23 November 2024)*”, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kesimpulan ini menjadi rangkuman dari temuan penelitian sekaligus menjawab rumusan masalah yang diajukan sejak awal penelitian.

1. Penelitian ini menemukan bahwa narasi memiliki peran yang signifikan dalam membangun *political branding* Mahyeldi melalui media sosial Instagram @mahyeldisp. Narasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan politik, melainkan juga sebagai strategi komunikasi yang dirancang untuk membentuk citra diri, memperkuat legitimasi politik, serta meneguhkan kedekatan Mahyeldi dengan masyarakat. Dalam konteks ini, narasi yang dihadirkan konsisten dengan prinsip *coherence* (koherensi) dan *fidelity* (fidelitas) sebagaimana dikemukakan oleh Walter Fisher dalam teori naratif. Koherensi ditunjukkan melalui alur narasi yang teratur, selaras, serta mudah dipahami oleh audiens, sementara fidelitas terlihat dari keterhubungan pesan dengan nilai-nilai lokal masyarakat Minangkabau yang berlandaskan filosofi *Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah* (ABS-SBK). Dengan demikian, pesan politik yang dibangun melalui narasi tersebut tidak sekadar bersifat persuasif, tetapi juga mampu

menyentuh aspek emosional dan kultural masyarakat Sumatera Barat sehingga meningkatkan penerimaan dan legitimasi politik Mahyeldi di ruang publik digital.

2. Penelitian ini mengidentifikasi tema-tema utama dalam narasi kampanye Mahyeldi di Instagram yang secara konsisten digunakan untuk memperkuat identitas politiknya. Tema-tema tersebut antara lain: (a) citra sebagai pemimpin humanis dan peduli rakyat yang ditunjukkan melalui narasi keterlibatan langsung dengan masyarakat; (b) gaya komunikasi kolaboratif dan terbuka yang terlihat dari interaksi dengan berbagai kelompok sosial; (c) citra pemimpin religius yang berbasis pada nilai-nilai lokal ABS-SBK, sehingga meneguhkan kedekatan dengan budaya Minangkabau; (d) narasi pemimpin dengan visi serta program nyata yang digambarkan melalui unggahan program kerja dan agenda pembangunan; serta (e) narasi kepemimpinan yang akuntabel dan berintegritas yang ditampilkan melalui sikap konsisten, transparan, serta menegakkan nilai keadilan. Keseluruhan tema tersebut saling berkelindan membentuk kerangka identitas politik Mahyeldi yang kuat, sehingga menciptakan *political branding* yang kredibel, berakar pada nilai lokal, namun tetap relevan dengan tuntutan masyarakat kontemporer.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa narasi politik di Instagram tidak hanya sekadar media promosi, melainkan telah menjadi instrumen strategis dalam membangun *political branding*. Dalam kasus Mahyeldi, narasi yang konsisten, bernilai, dan berbasis lokalitas terbukti mampu meneguhkan citra

kepemimpinan serta memperkuat posisinya dalam kontestasi Pilkada serentak 2024.

5.2 Saran

1. Bagi praktisi komunikasi politik dan tim kampanye, penelitian ini menegaskan pentingnya konsistensi narasi dalam membangun citra politik. Narasi yang berakar pada nilai-nilai lokal, religiusitas, serta kedekatan dengan rakyat terbukti relevan dalam konteks Sumatera Barat. Ke depan, strategi ini perlu lebih diperkaya dengan inovasi visual, pemanfaatan fitur interaktif, serta penyampaian program yang lebih konkret agar dapat meningkatkan keterlibatan pemilih, khususnya generasi muda pengguna media sosial.
2. Bagi Mahyeldi dan timnya, narasi politik yang dibangun melalui media sosial hendaknya tetap dijaga konsistensinya meskipun momentum kampanye telah berakhir. Hal ini penting untuk mempertahankan citra politik yang positif dan membangun kepercayaan jangka panjang. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat kampanye temporer, tetapi juga sebagai sarana komunikasi berkelanjutan dengan masyarakat.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas lingkup kajian dengan melakukan perbandingan lintas kandidat atau lintas platform media sosial. Selain itu, penelitian juga dapat menggali bagaimana narasi politik yang dibangun di ruang digital berinteraksi dengan realitas politik di tingkat akar rumput. Dengan begitu, pemahaman mengenai efektivitas strategi *branding* politik digital akan semakin komprehensif, tidak hanya dari sisi

representasi di media sosial, tetapi juga dampaknya terhadap perilaku dan persepsi pemilih.

