

PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF RATU RACHMATUZAKIYAH DALAM PEMILIHAN ULANG BUPATI KABUPATEN SERANG 2025

Nia Komarudin¹, Agus Priyanto²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Terbuka

²Dosen Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Terbuka

Email Korespondensi: alkhafisyifaul@gmail.com¹, agus.priyanto@ecampus.ut.ac.id

ABSTRAK

Media sosial dapat dimanfaatkan untuk membuat dan menyimpan pengumuman dengan cepat dan mudah untuk memproyeksikan citra yang baik. Instagram adalah salah satunya. Selain membahas hal ini, tujuan khusus penelitian ini adalah untuk menyelidiki dan mengkarakterisasi bagaimana Instagram digunakan untuk mempromosikan Pejabat Daerah Ratu Rachmatuzakiyah dalam pemilihan ulang Bupati Kabupaten Serang tahun 2025. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan memberikan penjelasan deskriptif tentang temuannya. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memeriksa posting dan unggahan Instagram Ratu Rachmatuzakiyah dari masa menjelang pemilihan ulang Bupati Kabupaten Serang tahun 2025. Baik dokumentasi maupun prosedur wawancara digunakan untuk mendapatkan data dari informan. Seperti yang ditunjukkan oleh akun Instagram-nya, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram dapat membantu mempromosikan citra positif Ratu Rachmatuzakiyah. Dia telah menerima banyak suka pada posting-annya, yang mencakup foto-foto prestasinya sebagai pejabat daerah, seperti membangun infrastruktur di berbagai wilayah Indonesia. Lebih jauh, tampaknya citra Ratu Rachmatuzakiyah terus dibangun selama masa kampanye. Sikap Ratu Rachmatuzakiyah yang sangat blak-blakan dan penampilannya yang kasar saat menggunakan Instagram pribadinya untuk kampanye politik semakin menguatkan hal ini. Demi mencapai tujuan memenangkan pemilihan kembali Bupati Serang 2025, penggunaan Instagram oleh Ratu Rachmatuzakiyah selama masa kampanye terus berjalan lancar dan sukses.

Kata Kunci: *Media Sosial, Instagram dan Citra Positif*

ABSTRAK

Social media can be utilized to quickly and easily create and store announcements while projecting a positive image. Instagram is one such platform. In addition to addressing this aspect, the specific aim of this study is to investigate and characterize how Instagram was used to promote the regional official, Ratu Rachmatuzakiyah, during the 2025 re-election of the Regent of Serang Regency. This research employed a qualitative methodology and provided a descriptive explanation of its findings. The main objective of the study was to examine the posts and uploads on Ratu Rachmatuzakiyah's Instagram account in the period leading up to the 2025 re-election.

Both documentation and interview procedures were employed to collect data from informants. As evidenced by her Instagram account, the findings indicate that the use of Instagram helped promote a positive image of Ratu Rachmatuzakiyah. She received numerous likes on posts showcasing her achievements as a regional official, such as developing infrastructure in various regions of Indonesia. Furthermore, it appears that her public image continued to be strategically constructed throughout the campaign period. Ratu Rachmatuzakiyah's straightforward attitude and assertive style on her personal Instagram account further reinforced this image. In order to achieve the goal of winning the 2025 re-election for Regent of Serang, her use of Instagram during the campaign proceeded smoothly and successfully.

Keywords: Social Media, Instagram, and Positive Image

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan salah satu bentuk media baru yang meliputi situs web tempat kita dapat membuat akun profil untuk merepresentasikan diri kita dan berkomunikasi dengan orang lain. Pada saat yang sama, media sosial memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan banyak orang yang tinggal berjauhan tetapi merasa seolah-olah berada di tempat yang sama (Dewi & Janitra, 2018). Kemampuan media sosial yang dipandang oleh semua golongan tersebut dengan demikian dipromosikan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan dan mempertahankan popularitas partai. Dengan berpartisipasi aktif dalam media sosial, tujuannya adalah untuk memproyeksikan citra yang menguntungkan dengan cepat dan mudah (Kertamukti dalam Effendi, 2017). Media sosial Instagram merupakan fenomena baru di mana pemanfaatan jejaring sosial Instagram tidak lagi digunakan sebagai media untuk berkomunikasi dan berbagi karya visual, melainkan sebagai alat personal branding yang efektif. Hal ini karena Instagram lebih banyak digunakan untuk menciptakan citra positif diri sendiri daripada untuk berinteraksi dengan orang lain (Ramadhan dalam Morissan, 2019).

Suwandi (2016) mendefinisikan media sosial sebagai platform daring yang memungkinkan interaksi sosial, komunikasi, kerja sama tim, dan berbagi. 10 Sementara itu, Boyd menjelaskan bahwa media sosial adalah sekelompok program yang memungkinkan orang atau kelompok berkumpul, bertukar informasi, berinteraksi, dan terkadang bekerja sama atau bermain. "Media sosial (kata benda); situs web dan aplikasi komputer yang memungkinkan individu untuk terhubung dan berbagi informasi di internet menggunakan komputer atau ponsel" adalah bagaimana Kaplan dan Haenlein menggambarkan media sosial.¹¹ Salah satu cara untuk melihat media sosial adalah sebagai serangkaian aplikasi yang dapat digunakan orang di komputer atau perangkat seluler mereka untuk berkomunikasi dan bertukar informasi.

Kuswarno (2022) berpendapat bahwa media massa memiliki pengaruh yang signifikan dalam memengaruhi opini publik tentang masalah kewarganegaraan. Opini publik tentang topik kesejahteraan seperti politik, hak asasi manusia, dan budaya dapat dipengaruhi oleh berita dan informasi yang disajikan oleh media massa. Tujuan dari esai ini adalah untuk menyelidiki bagaimana media membentuk opini publik dalam

kaitannya dengan kewarganegaraan. Penulis mengkaji beberapa karya sastra yang relevan dengan subjek ini dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media dapat membentuk opini publik tentang masalah kewarganegaraan baik secara positif maupun negatif. Oleh karena itu, untuk menjamin bahwa informasi yang diberikan benar, berimbang, dan tidak membahayakan kepentingan publik, pelaporan media massa harus diawasi dan diatur.

Media massa memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran publik dan mempromosikan wacana produktif tentang masalah hak asasi manusia, klaim Djalal (2019). Di Indonesia, media dapat beroperasi sebagai pengawas yang tidak memihak, mengungkap pelanggaran hak asasi manusia dan memberikan tekanan pada pemerintah untuk menanggapi dengan tepat. Istilah "media massa" mengacu pada berbagai saluran komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi, berita, dan pesan lainnya kepada khalayak yang lebih luas. Surat kabar, majalah, radio, dan media lainnya adalah contoh dari banyak platform dan format yang membentuk media massa. Fungsi utama media massa adalah untuk memberi informasi kepada publik sehingga mereka dapat mengawasi kegiatan pemerintah atau lembaga terkait. Audiens yang luas dan beragam secara geografis dapat dijangkau melalui media massa. Seiring dengan kemajuan teknologi, media massa kini dapat menawarkan interaktivitas, yang memungkinkan pemirsa untuk mengambil bagian dalam percakapan, memberikan komentar, dan bahkan menghasilkan materi asli. Masyarakat yang lebih kritis, terbuka, dan berpengetahuan sangat dipengaruhi oleh media massa.

Ketika kita mengunggah foto diri kita di profil Instagram, kita mungkin menciptakan citra diri di media sosial. Instagram merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang dapat membantu seseorang mengembangkan mereknya. Persepsi dan pemahaman seseorang terhadap gambar yang telah diolah, disusun, dan disimpan dalam ingatannya menentukan bagaimana perasaan orang tersebut terhadap gambar tersebut (Effendi, 2022). Berdasarkan penjelasan di atas, sebuah gambar mungkin saja tidak konsisten dalam jangka waktu tertentu atau sebaliknya berubah secara dinamis sebagai akibat dari jutaan pengalaman dan alur pikir asosiatif yang berbeda. Instagram yang memiliki akun terverifikasi bernama @raturachmatuzakiah memiliki pengikut terbanyak di antara semua platform media sosial yang digunakan oleh Ratu Rachmatuzakiah. Hal ini sesuai dengan fakta bahwa Instagram merupakan aplikasi yang paling lama diakses oleh penggunanya dibandingkan dengan platform media sosial lainnya (Sandra dalam Herdiansyah, 2021).

Umumnya, spanduk, poster, stiker, dan berbagai media lainnya digunakan untuk melakukan kampanye. Sementara Ratu Rachmatuzakiah justru menggunakan media sosial sebagai "senjata" yang saat ini sudah jarang digunakan oleh para calon politikus. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial menjadi salah satu keunggulan Ratu Rachmatuzakiah dalam berkampanye. Ratu Rachmatuzakiah mengukir sejarah dengan memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi dan

penyebaran informasi pemerintahan, tidak hanya pada masa pemilihan umum, tetapi juga selama menjabat sebagai Pejabat Daerah. Publik pun mencari informasi mengenai kegiatan kampanye Ratu Rachmatuzakiyah sebagai calon Pejabat Daerah pada Pemilihan Bupati Kabupaten Serang 2025.

Ratu Rachmatuzakiyah menggunakan berbagai taktik kampanye, termasuk penggunaan media kampanye yang dipilih di samping model komunikasi tatap muka atau komunikasi tatap muka yang sebenarnya. Dalam masa kampanye, Ratu Rachmatuzakiyah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan rakyatnya dan menyebarkan gagasan politik. Di antara sekian banyak platform media sosial, Ratu Rachmatuzakiyah mengelola Instagram secara pribadi, terbukti dari fakta bahwa akunnya jauh lebih aktif selama masa kampanye daripada di waktu-waktu lainnya. Jika berbicara tentang dimensi temporal di mana ia membangun merek politiknya khususnya, selama musim kampanye untuk memenangkan suara rakyat Ratu Rachmatuzakiyah lebih urgen daripada politikus Indonesia lainnya. Menurut (Choirul, 2023), partai politik mengukur keberhasilannya berdasarkan kuantitas suara dan kekuasaan yang mereka terima daripada keuntungan finansial. Ratu Rachmatuzakiyah dapat secara langsung melakukan pencitraan politik dengan berkonsentrasi pada pencitraan mereknya sendiri di akun Instagram pribadinya, yang berfokus pada pesan yang ingin disampaikan.

Riset pencitraan kerap kali meneliti efek yang ditimbulkan. Dalam upaya membangun identitas merek, Ratu Rachmatuzakiyah membuat materi Instagram untuk kampanye pemilihan ulang Bupati Kabupaten Serang 2025. Riset ini unik karena akan mengupas lebih dalam tentang konten tersebut. Ada banyak peluang untuk pembuatan citra media sosial, khususnya pada masa kampanye pemilihan presiden. Instagram merupakan platform media sosial kampanye yang dapat digunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang aktivitas politikus yang mencalonkan diri sebagai presiden dan wakil presiden. Selain itu, Ratu Rachmatuzakiyah memiliki jutaan pengikut di Instagram, tempat akun tersebut didirikan sejak lama. Manajemen kesan positif akan mudah dilakukan dengan media sosial pribadi. Hal ini akan mendorong terbentuknya citra diri yang baik menjelang pemilihan ulang dengan memudahkan penerimaan puluhan ribu like (Mohammad Qadri, 2023). Selain alasan yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti juga membahas kampanye politik, yang mencakup topik-topik seperti penyebaran ide atau pesan, interaksi sosial yang difasilitasi teknologi, dan teknologi media. Peneliti dapat mengamati bagaimana reaksi masyarakat terhadap pemanfaatan media sosial Instagram dalam mempromosikan citra positif Pejabat Daerah Ratu Rachmatuzakiyah pada Pemilihan Umum Bupati Kabupaten Serang Tahun 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan citra pejabat daerah Ratu Rachmatuzakiyah dalam pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang tahun 2025. Penelitian ini berupaya untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam

penelitian ini, khususnya bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram oleh pejabat daerah Ratu Rachmatuzakiyah dalam meningkatkan citranya dalam pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang tahun 2025 dan seberapa efektif proses komunikasi dan interaksi di media sosial Instagram dalam membantu memenangkan pemilihan kembali.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana yang merupakan salah satu metode penelitian kualitatif. Teknik analisis wacana merupakan pendekatan analisis yang menganggap unsur-unsur bahasa sebagai komponen penting dalam mengamati dinamika sosial. Dapat dikatakan bahwa di balik wacana terdapat makna, gambaran yang diinginkan, dan kepentingan yang diperjuangkan, karena analisis wacana dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menafsirkan atau menginterpretasi teks-teks yang ada, dengan analisis yang terbentuk kemudian dipengaruhi oleh berbagai faktor (Uchjana, 2023; Satori & Komariah, 2019).

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Peneliti menggunakan prosedur wawancara (in depth interview) dengan beberapa informan dan key informan untuk memperoleh data primer. Pemanfaatan media sosial Instagram untuk promosi Pejabat Daerah Ratu Rachmatuzakiyah pada Pemilihan Bupati Kabupaten Serang Tahun 2025 merupakan salah satu contoh data sekunder, yaitu informasi dari dokumen atau literatur yang mendukung data primer yang diperoleh dari buku-buku yang sesuai dengan penelitian, artikel, kamus, internet, dan lain sebagainya.

Dijelaskan secara rinci bagaimana analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengkaji informasi yang dikumpulkan dari hasil wawancara. Setelah itu, masing-masing teks berita yang digunakan dalam wawancara akan dikaji secara individual untuk analisis wacana. Analisis teks, analisis praktik wacana, dan analisis praktik sosial budaya merupakan bagian dari analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini, yang didasarkan pada pendekatan analisis wacana (Fairclough, 2012). Sementara itu, peneliti telah melakukan sejumlah tindakan untuk memverifikasi keakuratan data yang dikumpulkan untuk penelitian ini, termasuk memperpanjang durasi pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan melakukan triangulasi data. (2019, Bungin)

PEMBAHASAN

Kampanye Politik

Dengan menyebarkan isu-isu kampanye, kampanye politik merupakan

gabungan dari gerakan-gerakan yang saling berbisik. Kampanye, menurut Rice dan Paisley, merupakan upaya menggunakan daya tarik komunikasi untuk mengubah pendapat dan tindakan masyarakat. Kampanye politik merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu oleh individu, sekelompok individu, atau organisasi politik dengan tujuan untuk memperoleh dukungan masyarakat (Saputro & Haryadi 2018). Upaya peserta pemilu untuk membujuk pemilih dengan menyampaikan visi, misi, dan programnya didefinisikan sebagai kampanye berdasarkan Pasal 1 angka 26 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Pemilihan Kembali Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Kampanye merupakan serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi, yang dilakukan secara konsisten dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan untuk memberikan dampak tertentu kepada banyak orang (Ardha, 2024; Firmazah, 2017). Menurut sejumlah pakar komunikasi, definisi Rogers dan Storey merupakan definisi yang paling sering digunakan dan diterima oleh para ilmuwan komunikasi. Pada hakikatnya, kampanye adalah segala sesuatu yang dilakukan secara berkala. Bahkan terkadang ditemukan bahwa proses kampanye tidak dilakukan sesuai dengan kaidah yang disepakati bersama (Lees-Marshment, 2021).

Media Sosial

Berbagai media komunikasi telah berkembang sebagai dampak dari pesatnya perkembangan teknologi yang membantu mempercepat akses informasi dan komunikasi. Setiap orang dapat memperoleh berita dan informasi kapan saja dan dari mana saja dengan menggunakan jaringan internet untuk mengakses satu situs web. Selain data teks dan gambar, internet juga menyediakan data audio dan video. Istilah "media" dalam media sosial mengacu pada platform yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dan terlibat dalam interaksi sosial. Oleh karena itu, media sosial tidak sama dengan media tradisional seperti televisi, surat kabar, atau majalah. Padahal, media sosial telah ada sejak zaman dahulu, bahkan sebelum Masehi.

Sederhananya, berjejaring sosial lebih mudah dilakukan pada masa itu (Aditya 2023). Portal, situs web, radio daring, Facebook, Twitter, YouTube, dan masih banyak lagi tersedia di komputer dan internet. Media sosial kini dapat mengubah pengeluaran komunikasi yang mahal menjadi lebih murah karena semakin digital. Media sosial memungkinkan orang untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh waktu atau lokasi. Seseorang yang pendiam bisa tiba-tiba berteman dengan banyak orang di era digital, karena hubungan sosial dapat terbentuk dengan mudah.

Karena media disebut sebagai perpanjangan dari manusia, maka media dapat dipandang sebagai perpanjangan dari keinginan dan minat manusia itu sendiri, sebagaimana dinyatakan oleh Marshall McLuhan. Untuk menilai tingkat peradaban, manusia berevolusi dalam berbagai cara. Pada akhirnya, media adalah sistem pengetahuan yang memandu pengetahuan dan menyajikan serangkaian norma dan

peluang baru. Teknologi yang dikembangkan dan digunakan merupakan ciri khas dari semua tahap peradaban (Aditya 2023).

Instagram

Mengambil gambar atau video, mengeditnya, dan mengunggahnya ke halaman utama Instagram atau jejaring sosial lainnya dibuat sederhana oleh aplikasi Instagram, yang kompatibel dengan iOS, Android, dan Windows (Ramadhan, 2019). Pengguna menikmati betapa sederhana dan cepatnya berbagi gambar dan video, dan sejumlah filter bergaya retro menawarkan cara baru untuk terlibat dengan gambar dan video (Ma'ruf & Putra 2019). Selain menerima konten yang ditawarkan, pengguna Instagram memiliki opsi untuk menyukainya jika mereka menyukainya, mengomentarkannya, dan mengkritiknya. Kemampuan untuk mengunggah gambar dan video ke platform media sosial lainnya, termasuk Facebook dan Twitter, merupakan salah satu manfaat Instagram. Hal ini memungkinkan materi untuk dibagikan secara luas, tidak hanya di antara anggota Instagram. Instagram ideal untuk kampanye pemasaran, personal branding, dan produksi gambar karena memungkinkan terciptanya materi visual atau audiovisual yang mudah dipahami dan menarik minat pengikut untuk mempelajari lebih lanjut (Fauzia & Ihsan 2019).

Pengguna internet Indonesia tumbuh pada tingkat 1,5 jam per hari, menurut studi Nielsen yang dilakukan antara Januari dan April 2019. Temuan penelitian Cuponation menunjukkan bahwa 56 juta orang Indonesia, atau 20,97% dari seluruh populasi negara itu, memanfaatkan Instagram (Cindy & Sari 2019). Presentasi diri atau citra diri seseorang dalam kehidupan sehari-hari dapat terjadi melalui media perantara, khususnya media sosial, di samping kontak dan interaksi manusia. Citra diri seseorang dapat diekspresikan di media sosial melalui pembaruan status, gambar dan video, komentar, dan konten lain yang berkaitan dengan pengalaman atau emosi yang dapat dibagikan oleh pengguna lain. Cara umum lainnya yang digunakan orang untuk mengomunikasikan sentimen mereka adalah melalui media sosial, yang merupakan jenis citra diri. Misalnya, akun Instagram Pejabat Daerah Ratu Rachmatuzakiyah, yang hingga 9 Oktober 2020, memiliki 36 juta pengikut.

Political Branding

Karena konteks antarpolitis telah berkembang, kepribadian dan citra pemimpin telah menjadi dasar pembedaan selama kampanye. Selain membantu kandidat mempertahankan dan meningkatkan reputasi dan dukungan mereka, pencitraan merek juga dapat membantu membentuk citra dan kepribadian pemimpin (Lees-Marshment, 2019). Dalam penggambaran psikologis suatu produk atau organisasi, pencitraan merek adalah jenis baru politik pemasaran yang lebih mengandalkan simbol daripada nilai aktual (Scammell, 2017). Dengan memberi mereka identitas publik, konsep pencitraan merek itu sendiri lebih dari sekadar teori yang dapat diterapkan pada negara, kota, dan bahkan politisi.

Membangun nilai-nilai politik melalui pencitraan merek konsumen dikenal sebagai pencitraan merek politik. Scammell menegaskan bahwa merek yang kuat sama pentingnya bagi nama perusahaan, kandidat, atau produk karena pendekatan saat ini dapat dengan mudah membangun ikatan dengan konsumen dan memperlakukan kandidat politik seperti merek. Persepsi subjektif publik terhadap politisi adalah dasar dari pencitraan merek politik (Scammell, 2017). Penampilan kandidat, termasuk potongan rambut dan pakaian, memiliki efek yang nyata pada citra mereka di samping karakteristik pribadi mereka.

Alasan-alasan berikut sering digunakan untuk menetapkan signifikansi pencitraan merek politik: Pencitraan merek mencakup aspek sentimental, menawarkan indikator yang memfasilitasi pemilihan kandidat oleh pemilih. Pencitraan merek memiliki kemampuan untuk menumbuhkan hubungan dengan mereka yang sebelumnya tidak tertarik pada politik melalui kontak yang lebih terlibat dan produktif. Kategori branding politik meliputi penampilan (pakaian, gaya rambut, dan gerakan tangan), kepribadian (hubungan, orisinalitas, respons teknologi, dan nilai-nilai pribadi), dan pesan-pesan politik utama (harapan, dukungan publik, laporan kegiatan, dan nilai-nilai/ideologi politik) (Sandra, 2023).

Pencitraan

Menurut tesis Kotler, citra perusahaan merupakan reaksi konsumen terhadap keseluruhan penawarannya dan dicirikan oleh berbagai persepsi, pemikiran, dan keyakinan publik tentang perusahaan (Armstrong et al., 2024). Citra adalah persepsi, emosi, dan persepsi diri publik terhadap bisnis atau organisasi; citra merupakan kesan yang sengaja dibangun terhadap seseorang, sesuatu, atau organisasi (Simangunsong, 2019).

Agar partai politik menang dalam persaingan politik, strategi sangatlah penting. Gambaran tujuan, atau citra yang dimaksudkan, adalah apa yang disebut Schroder sebagai strategi citra. Setiap partai, organisasi, dan kandidat memiliki citra yang berbeda dalam masyarakat tempat mereka beroperasi. Ini adalah persepsi yang dimiliki masyarakat umum atau pemilih terhadap kelompok, partai, atau kandidat dalam kurun waktu tertentu. Citra ini terkadang masih kosong. Ini menunjukkan bahwa pemilih dan masyarakat umum belum mengenal kelompok atau kandidat tersebut, oleh karena itu mereka tidak dapat membentuk opini tentang mereka. Namun, kesan publik terhadap selebritas tentu saja bisa negatif. Benar atau tidak, beberapa aspek yang tidak menguntungkan bagi pelamar dapat merugikan usaha selanjutnya (Schroder 2021).

Penggunaan Media Sosial *Instagram* dalam Membangun Citra Positif Pejabat Daerah Ratu Rachmatuzakiyah Pada Pemilihan ulang Bupati Kabupaten Serang 2024

Dalam memenangkan persaingan, seperti pemilihan kembali Bupati Kabupaten

Serang tahun 2025, citra menjadi hal yang krusial. Ketika Pejabat Daerah Ratu Rachmatuzakiyah terpilih kembali sebagai Bupati Kabupaten Serang tahun 2025, pemanfaatan media sosial Instagram dapat membantu meningkatkan reputasinya. Para kandidat dapat menggunakan media sosial sebagai platform gratis untuk mempromosikan diri dan meningkatkan reputasi mereka. Situasi tersebut menunjukkan bahwa media sosial adalah panggung terdepan. Setiap anggota elit politik yang memiliki akun media sosial bebas mengunggah tulisan, gambar, atau video apa pun yang dianggap dapat meningkatkan atau menjaga reputasi mereka.

Dengan kata lain, bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram dalam menciptakan citra Ratu Rachmatuzakiyah yang baik di mata masyarakat pada masa pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang tahun 2025, berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan terkait citra yang terpatriti dalam ingatan informan dan kemampuan informan dalam mengidentifikasi atau mengenali suatu citra. Instagram sebagai alat manajemen citra diri. Dengan menggunakan akun Instagram miliknya, @budirustandi.official, dan kemeja putih yang terlipat di telapak tangannya, Ratu Rachmatuzakiyah menciptakan karakter yang khas. Tindakan tersebut dilakukan sebagai upaya agar karya dan interaksi sosialnya dapat diterima lebih luas. Interaksi dengan para pengikutnya di Instagram memberikan informasi yang membantu Ratu Rachmatuzakiyah dalam membangun citranya. Wawancara dengan para informan penting yang tergabung dalam Tim Kampanye Ratu Rachmatuzakiyah dapat mengungkap citra tersebut.

Sebagai anggota Dewan Direksi tim kampanye Ratu Rachmatuzakiyah-Agis, saya terlibat dalam kegiatan strategi digital, khususnya kampanye yang menggunakan Instagram untuk menciptakan citra positif Ratu Rachmatuzakiyah melalui gambar dan audiovisual. Di Instagram, terlihat jelas bahwa banyak orang menganggap Ratu Rachmatuzakiyah sebagai pemimpin yang baik dan lugas. (kutipan dari warga setempat yang beritanya disalin ke akun Instagram).

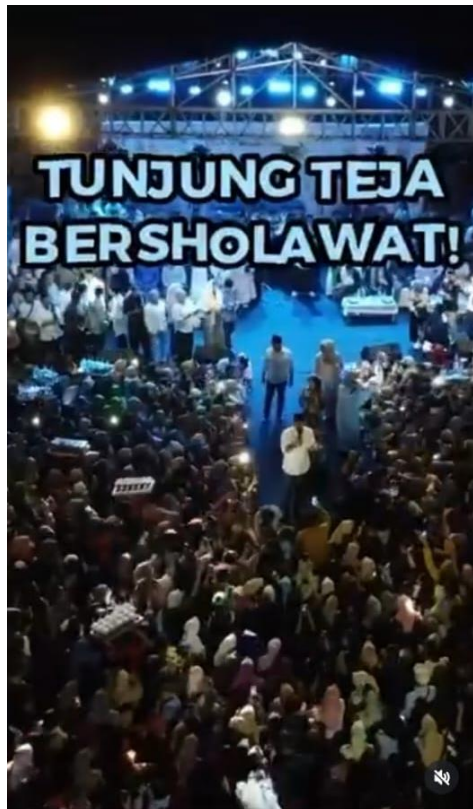


Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 2. Komentar Masyarakat

Dari ucapan warga sekitar, diketahui bahwa citra Ratu Rachmatuzakiyah semakin membaik dengan segala upaya untuk memberikan kesan terbaik. Kampanye sholat tengah berlangsung di Kabupaten Serang, seperti yang ditunjukkan dalam akun Instagram miliknya.



262 34 2

raturachmatuzakiyah ✨ TUNJUNG TEJA
BERSHALAWAT - MAULID AKBAR 2024...
selengkapnya
17 Oktober 2024

Gambar 3. Postingan Instagram



Gambar 4. Komentar

Sumber lain menguatkan pernyataan Ibu Rikza Fauzan M.Pd., Dosen Ilmu Sosial Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sekaligus salah satu pengamat politik Kabupaten Serang, tentang citra Ratu Rachmatuzakiyah. Mendukung pasangan calon Bupati Kabupaten Serang tahun 2024 dengan membuat postingan di feed Instagram tentang kampanye Ratu Rachmatuzakiyah dan ikut serta dalam kegiatan keagamaan Islam. Hal ini menunjukkan popularitas Ratu Rachmatuzakiyah dan keinginannya untuk berinteraksi dengan semua orang sebagai calon pejabat daerah. Tanggal wawancara adalah 10 April 2024. Terkait dengan perkembangan citra diri calon bupati kota di media sosial, Ratu Rachmatuzakiyah banyak memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan reputasinya. Ratu Rachmatuzakiyah mengunggah foto dirinya dan masyarakat saat bertemu langsung, sehingga memberikan kesan bahwa dirinya adalah calon bupati kota yang ramah masyarakat. Alhasil, mereka yang melihat postingan tersebut memiliki opini yang positif terhadap personal branding Ratu

Rachmatuzakiyah. Gambar 3 merupakan ilustrasi foto Ratu Rachmatuzakiyah yang menunjukkan kedekatannya dengan masyarakat.



Gambar 5. *Postikan Story IG*

Dari pantauan gambar di atas, @raturachmatuzakiyah memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak di Instagram. Ratu Rachmatuzakiyah mendapatkan ratusan ribu like saat mengunggah foto atau video. Tentu saja, hal ini membuat Ratu Rachmatuzakiyah lebih mudah membangun reputasinya di Instagram miliknya. Sudah lama berkecimpung di Instagram, Ratu Rachmatuzakiyah sudah memiliki jutaan pengikut. Hal ini dilakukan agar akun Instagram pribadi Ratu Rachmatuzakiyah dapat membangun reputasi yang baik. Upaya ini dilakukan agar dapat bersaing dengan pendaftar lainnya dengan membuat gambar yang dibutuhkan.

Ratu Rachmatuzakiyah beserta tim suksesnya menyelenggarakan kampanye politik untuk mengajak masyarakat memilihnya dalam pemilihan Bupati Kabupaten Serang tahun 2025. Hal ini dikarenakan Instagram merupakan media sosial yang

dapat membangun citra positif. Bahkan, kampanye publik pun dianjurkan untuk dilakukan setiap hari (daily campaign). Budaya sosial masyarakat Indonesia yang gemar berkumpul dan menghabiskan waktu bersama tercermin dalam iklan tersebut. Penggunaan political branding untuk membangun reputasi di mata masyarakat. Selain kualitas pribadi calon, penampilan dan sikap calon juga menjadi faktor yang sangat memengaruhi reputasi calon. Para pemilih dapat lebih mudah memilih calon sesuai dengan pilihannya berkat pentingnya kampanye politik. Citra positif mampu membangun hubungan dengan masyarakat yang sebelumnya tidak tertarik dengan politik dan menarik perhatian mereka dengan percakapan yang lebih mendalam dan konstruktif. Berikut ini beberapa pemikiran tentang kampanye yang dijalankan Ratu Rachmatuzakiyah berdasarkan akun Instagram pendukung dan informan. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, terlihat bahwa Ratu Rachmatuzakiyah dipandang positif.

Kampanye politik di Indonesia mudah dilakukan dengan menggunakan media sosial. Agar aktivitas masyarakat dapat terhubung langsung dengan aktivitas calon bupati dan calon wakil bupati, Instagram kerap dimanfaatkan untuk berkampanye. Dari gambar-gambar di atas, terlihat jelas bahwa keterlibatan aktif calon bupati dan pendukungnya memberikan dampak yang besar. Dulu, kampanye dilakukan dengan unggahan foto dan video dari akun Instagram pribadi Ratu Rachmatuzakiyah. Kemudian menyebar ke daerah lain, sebelum akhirnya ditutup dengan kampanye besar-besaran dengan tagline Kabupaten Serang Bersholawat. Ratu Rachmatuzakiyah secara konsisten menyampaikan aksinya dari setiap kampanye. Hal ini dilakukan agar semua orang mengetahui kampanye tersebut dan mereka yang tidak dapat dihubungi dapat menyaksikan pesan dan kegembiraan dari mana saja. Kampanye yang dilakukan Ratu Rachmatuzakiyah dan telah memperoleh banyak penghargaan ini merupakan kampanye terbesar yang pernah ada. Dibandingkan dengan pasangan calon bupati kota lainnya, hal ini menjadi salah satu keunggulan mereka. sejalan dengan pandangan Komite Pengarah Tim Kampanye Ratu Rachmatuzakiyah.

Menurut perspektif kedua yang diungkapkan oleh kedua informan dan informan kunci, kampanye politik yang menggunakan Instagram sebagai platform media sosial sangatlah penting. Lebih lanjut, Ratu Rachmatuzakiyah kerap mengunggah foto dan video kegiatan blusukan kampanye dan mengajak para guru, petani, nelayan, dan semua kelompok lainnya untuk terus meningkatkan kualitas hidup mereka. Instagram merupakan platform media sosial yang digunakan Ratu Rachmatuzakiyah untuk berbagi pesan dan komunikasi yang mudah diakses dengan para penggemarnya dan masyarakat. "Media sosial merupakan media komunikasi yang dapat diakses dengan mudah oleh semua lapisan," tutur informan dalam wawancara tersebut. "Di Indonesia yang dari Sabang sampai Merauke, yang semuanya tidak dapat dijangkau dengan mudah untuk berkampanye, Instagram dapat menjadi alternatif." Tentu saja, saya akan menyarankan para pengikut Instagram saya untuk menyertakannya. (Wawancara dengan Eko Ribawati, M.Pd. di Universitas Sultan

Ageng Tirtayasa, Kabupaten Serang, 10 April 2024, pukul 13.00 WIB). Pada Pemilihan Bupati Serang Tahun 2024, kehadiran media sosial Instagram dapat mendorong inisiatif-inisiatif yang bertujuan untuk mengangkat nama Ratu Rachmatuzakiyah.

Interaksi Komunikasi yang Terjadi pada Media Sosial *Instagram* dalam Memenangkan Pemilihan Ulang Bupati Kabupaten Serang 2024

Media sosial akan digunakan sebagai media komunikasi pada pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang tahun 2025. Jejaring sosial merupakan media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, termasuk Instagram. Penggunaan media sosial dalam kampanye politik harus disesuaikan dengan program yang telah disusun oleh tokoh politik beserta timnya agar dapat meningkatkan kredibilitas partai atau tokoh politik yang bersangkutan. Media sosial merupakan media daring yang memungkinkan para penggunanya untuk saling terhubung, berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten dari media yang digunakan bersama-sama. Hampir setiap insan politik didorong untuk menggunakan media sosial guna meningkatkan reputasinya, terutama menjelang pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang tahun 2025.

Selain mengunggah foto dan video pembangunan infrastruktur yang berhasil dibuka dan dinikmati masyarakat, Ratu Rachmatuzakiyah juga mengunggah foto interaksi dengan pengguna media sosial. Positif atau negatif, Ratu Rachmatuzakiyah tidak pernah menanggapi komentar di Instagram miliknya. Hal ini menunjukkan bagaimana Ratu Rachmatuzakiyah, sebagai Pejabat Daerah sekaligus calon Pejabat Daerah, menjaga jarak dengan pengguna daring. “Di zaman sekarang ini, media sosial merupakan media yang sangat mudah diakses, apalagi hanya dengan kuota saja kita bisa mendapatkan informasi, khususnya kampanye pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang 2025, tanpa harus mengikuti orasi di lapangan,” ungkap narasumber kunci. (Wawancara dengan Ibu Eko Ribawati, M.Pd., di UNTIRTA pada tanggal 10 April 2020 pukul 16.30 WIB).

Seperti yang terlihat dari sejumlah foto di akun Instagram <https://www.instagram.com/raturachmatuzakiyah/>, Ratu Rachmatuzakiyah kerap membagikan potret dirinya saat berinteraksi dengan masyarakat, berjabat tangan, dan mendengarkan pendapat mereka (Gambar 5). Selain menjabat sebagai pemimpin nasional dan calon kepala daerah, Ratu Rachmatuzakiyah juga memberikan arahan terkait pelestarian lingkungan hidup di Instagram miliknya. Tahap utama dalam pemanfaatan media sosial untuk membangun citra positif Ratu Rachmatuzakiyah adalah membangun citra seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, yang kemudian dilanjutkan dengan kampanye politik untuk memperkuat citra dan memberikan kesan yang baik di mata masyarakat. Terakhir, yang tidak kalah pentingnya adalah kerukunan. Jika citra yang dibangun dapat bertahan lama, terutama hingga Bupati Kabupaten Serang terpilih kembali pada tahun 2025, citra tersebut dapat dikatakan baik.

Kemajuan teknologi telah mengubah cara calon pejabat daerah membangun personal branding mereka. Para politikus memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan reputasi mereka dalam pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang tahun 2025. Sejak tahun 2024, Ratu Rachmatuzakiah melihat peluang untuk menggunakan platform media sosial terkemuka yang berorientasi pada anak muda, seperti Instagram. Selama masa kampanye, akun Instagram pribadi Ratu Rachmatuzakiah memiliki 502 unggahan yang merinci beberapa prestasinya sebagai Pejabat Daerah, termasuk berkampanye di berbagai daerah, bertemu langsung dengan masyarakat umum, dan menunjukkan kedekatannya dengan keluarganya. Hal ini menjelaskan bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat memengaruhi cara calon pejabat daerah dilihat atau dievaluasi. Orang-orang dapat mengaitkan dan mendukungnya dengan menyaksikannya secara visual dalam gambar dan film. Keunggulan Instagram adalah kemampuannya untuk memberikan dan memengaruhi pemirsa dengan cepat. Instagram sangat populer di kalangan anak muda karena menawarkan informasi audiovisual, jumlah karakter tak terbatas, dan kebebasan untuk menyukai, mengomentari, dan memposting ulang konten sehingga orang lain dapat membacanya atau mempelajarinya (berita terbaru).

Dalam penelitian ini, teks-teks yang ada dapat diinterpretasikan melalui analisis wawasan. Berdasarkan analisis yang dikembangkan kemudian, makna, citra, dan kepentingan yang diperjuangkan tersebut tersembunyi di balik wacana yang ditawarkan. Akun Instagram resmi Ratu Rachmatuzakiah dan akun Instagram pendukungnya akan digunakan untuk membahas analisis wacana hasil wawancara dalam bentuk teks berita. Berdasarkan hasil penelitian dan gambar-gambar yang ditampilkan sebelumnya, Ratu Rachmatuzakiah memiliki sejumlah gambar yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi masyarakat luas. Gambar di atas paling menonjol menggambarkan dirinya berinteraksi dengan anggota kelas bawah, santri di pondok pesantren, dan individu lain yang membantu orang nomor 1 di Kabupaten Serang tersebut menjadi dekat dan disukai oleh masyarakatnya. Selain itu, ia menggunakan Instagram sebagai platform untuk memproyeksikan citra positif dirinya dengan memanfaatkan prestasinya sebagai Pejabat Daerah, yang meliputi membangun infrastruktur, mendengarkan aspirasi masyarakatnya, khususnya masyarakat kelas bawah, dan menunjukkan hubungan yang baik dengan keluarganya. Salah satu foto yang diunggah di akun Instagram miliknya memperlihatkan Ratu Rachmatuzakiah dan istrinya bekerja sama dengan harmonis selama masa kampanye. Dengan asumsi bahwa ia memiliki hubungan yang baik dengan keluarga dan rakyatnya, hal ini mengundang simpati dari masyarakat. Persepsi positif terhadap Ratu Rachmatuzakiah ini merupakan persepsi yang juga dimiliki oleh masyarakat umum.

Bahasa Indonesia: Upaya politiknya yang luas di semua kalangan, termasuk kampanye besar-besaran yang dijalankan oleh Ratu Rachmatuzakiah, adalah satu kesatuan yang digaribawahi dalam banyak gambar yang telah dirilis. Selama

kampanye ini, orang-orang dari semua lapisan masyarakat keluar untuk mendukungnya dan mengungkapkan rasa terima kasih kepada Calon Pejabat Daerah, Ratu Rachmatuzakiyah. Informan utama penelitian ini, Ratu Rachmatuzakiyah, yang memposting di akun Instagram pribadinya dan menjadi anggota Tim Pemenangan untuk Pasangan Calon Pejabat Daerah, juga dapat membuktikan hal ini. Dia menyatakan kebanggaannya menjadi anggota kelompok pendukung Ratu Rachmatuzakiyah dan memujinya karena begitu baik kepada duo kandidatnya. Orang-orang tertarik pada Ratu Rachmatuzakiyah karena ini. Kadang-kadang, gambar ini memberi instruksi kepada para pemilih atau masyarakat umum untuk mempelajari lebih lanjut tentang kandidat untuk memilih yang paling mereka sukai. Ini menjelaskan mengapa menciptakan citra yang baik di Instagram begitu sukses.

Lebih jauh, hasil penelitian tersebut membahas tentang kampanye politik Ratu Rachmatuzakiyah. Para kandidat secara alamiah berinteraksi untuk memproyeksikan citra kepemimpinan yang positif dalam konteks pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang tahun 2025. Kampanye politik dapat menyediakan salah satu gambaran tersebut. Selain itu, kampanye politik yang bertujuan untuk menciptakan citra dengan tujuan utama memengaruhi pemilih dikenal sebagai manajemen citra politik. Meskipun menjadi orang paling populer di Indonesia, Ratu Rachmatuzakiyah menunjukkan kedekatannya dengan rakyat dalam gambar dan video yang diunggah di Instagram selama kampanye. Gambar di atas, yang menggambarkan Ratu Rachmatuzakiyah selama kampanye di beberapa tempat, memberikan kredibilitas pada pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan sifat-sifat unggul Ratu Rachmatuzakiyah, yang meliputi kecerdasan, kekuatan, energi, kreativitas, dan pertahanan diri sekaligus, sehingga terciptalah dua gambar.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi, terhubung, berkomunikasi, berbagi, dan menghasilkan konten. Pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang pada tahun 2024 akan sangat terbantu dengan pemanfaatan media sosial Instagram untuk mempromosikan Ratu Rachmatuzakiyah. Berdasarkan penelitian terdahulu, media sosial memiliki peran yang signifikan dalam menumbuhkan demokrasi di Indonesia, khususnya dalam hal keterlibatan dalam ekspresi pikiran dan ide seseorang (Dewi & Janitar, 2018). Media sosial Instagram sangat efisien dalam menciptakan personal branding selama kampanye, menurut penelitian lain (Ma'aruf & Putra 2019). Meskipun jadwalnya sangat padat, Cindy (2019) mengklaim bahwa Ratu Rachmatuzakiyah sangat aktif di Instagram. Selain itu, Ratu Rachmatuzakiyah menampilkan wajahnya di setiap unggahan Instagram. Demi membangun citra baik untuk pemilihannya kembali sebagai Bupati Kabupaten Serang pada tahun 2025, Ratu Rachmatuzakiyah sukses memanfaatkan Instagram sebagai platform media sosial.

Setiap orang berusaha menampilkan citra dirinya kepada orang lain selama interaksi sosial. Upaya ini menunjukkan bagaimana orang secara sengaja

memanfaatkan komunikasi untuk membentuk persepsi yang mereka inginkan dari orang lain. Seluruh masyarakat dapat berpartisipasi secara bebas dan transparan dalam pertumbuhan demokrasi Indonesia melalui media sosial. Melalui akun resmi yang dikelola oleh calon pejabat daerah atau organisasi lain di Indonesia, pembaruan status di media sosial sangat energik dan cepat dalam mengomunikasikan berbagai keluhan dan tujuan. Hal ini konsisten dengan hipotesis media baru, yang menyatakan bahwa media berkontribusi pada masyarakat yang lebih terbuka saat ini. Karena media tidak dapat memberikan informasi politik yang tidak memihak, dapat dikatakan bahwa media arus utama dapat menyampaikan pengetahuan publik secara akurat. Akibatnya, setiap masyarakat harus memilih dan mengklasifikasikan informasi yang dapat diterima dengan baik dan berhasil.

Berdasarkan hasil kajian sejak masa kampanye hingga Bupati Kabupaten Serang terpilih kembali pada tahun 2025, Ratu Rachmatuzakiah kerap mengunggah di Instagram tentang interaksinya dengan masyarakat, termasuk potret dirinya saat berbincang dengan pengemudi Gojek, serta interaksi dari para pendukungnya yang menyatakan dukungan kepadanya. Di Instagram, Ratu Rachmatuzakiah membagikan lebih dari 50 foto dirinya saat dekat dengan masyarakat, dan menurut pantauan, foto-foto tersebut disukai oleh ratusan ribu orang. Hal ini menunjukkan adanya komunikasi interpersonal yang terjadi antara pemirsa yang merupakan penggemar akun Ratu Rachmatuzakiah dengan pemilik akun Instagram lainnya.

Terpilihnya kembali Bupati Kabupaten Serang pada tahun 2025 merupakan hasil yang diharapkan, dan untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan perolehan suara lebih dari separuhnya. Oleh karena itu, keterlibatan media sosial di Instagram menjadi hal yang krusial dalam membangun citra. Sepanjang masa kampanye, terdapat 502 unggahan di akun Instagram Ratu Rachmatuzakiah. Hal ini merupakan upaya Ratu Rachmatuzakiah untuk membangun reputasi dan menyebarkan kampanye atau informasi secara ringkas dan mudah dipahami oleh seluruh masyarakat dalam satu waktu. Karena khalayak menerima banyak pesan tentang kampanye, maka informasi yang disediakan Instagram dapat menjadi alat untuk memengaruhi opini publik. Cara seseorang menampilkan diri di hadapan calon pemilih dapat menjadi penentu menang atau kalahnya seseorang dalam proses pemilihan ulang, oleh karena itu membangun citra tersebut menjadi hal yang krusial.

Pada saat yang sama, pertumbuhan media sosial memudahkan orang untuk menciptakan citra diri mereka sendiri. Media massa tradisional tidak lagi diperlukan bagi para politisi. Setiap orang dapat menciptakan citra mereka sendiri dan menjadi komunikator massa berkat media sosial. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, informan kunci dan informan memberikan ringkasan tentang media sosial, yang menyatakan bahwa Instagram adalah platform yang paling populer. Saat ini, Instagram sangat mudah digunakan, dan hanya dengan sedikit uang, kita dapat memperoleh informasi kampanye, khususnya informasi terkini tentang pemilihan kembali Bupati Kabupaten Serang 2025.

Demi memancing rasa penasaran dan simpati atas kiprahnya, Ratu Rachmatuzakiyah secara konsisten membagikan beragam aktivitas di akun Instagram miliknya. Di Instagram miliknya, Ratu Rachmatuzakiyah berperan sebagai pemimpin keluarga sekaligus pemimpin negara, selain sebagai calon kepala daerah. Dalam cuitannya, Ratu Rachmatuzakiyah juga menyinggung kedekatannya dengan keluarga, khususnya dengan sang istri, Iriana Widodo, yang mendampingi saat kampanye. Akunnya pun banyak yang mengikuti dan menyukai, sebagai buktinya. Hal ini didukung oleh penelitian Sandra (2023) yang menyatakan bahwa platform media sosial seperti Instagram memiliki kekuatan untuk memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap keseluruhan hidupnya. Melalui penggambaran yang efektif dan sesuai dengan harapan masyarakat, media seperti ini mampu memengaruhi dan memperkuat opini publik.

Dalam setiap unggahan fotonya di Instagram, Ratu Rachmatuzakiyah mengenakan kemeja putih dengan lengan baju yang dilipat ke atas. Sejak menyingsingkan lengan baju dan menunjukkan kesediaannya untuk bekerja dengan sepenuh hati demi kepentingan rakyat Indonesia, warna putih pun menjadi warna yang identik dengan Ratu Rachmatuzakiyah. Hal ini sesuai dengan motto Ratu Rachmatuzakiyah: kerja, kerja, dan kerja. Hal ini juga didukung oleh pandangan narasumber penting yang sangat senang menjadi bagian dari tim pendukung kemenangan nasional Ratu Rachmatuzakiyah yang memberikan kesan atau gambaran untuk menginspirasi orang lain. Terpilihnya kembali Bupati Kabupaten Serang pada tahun 2025 ini dapat terwujud dengan adanya citra positif di mata publik.

Namun, kemampuannya untuk dioperasikan menentukan keberhasilannya. Orang-orang yang memiliki kemampuan untuk tampil di depan publik dapat memanfaatkan media sosial untuk mengubah citra mereka menjadi pemilih. Media sosial memiliki peran yang sangat signifikan atau vital di Indonesia. Orang-orang menjadi lebih mudah menggunakan media sosial untuk mencari informasi. Selain itu, bermanfaat untuk menggantikan komunikasi tatap muka. Karena ratusan juta orang Indonesia tidak dapat ditemui oleh elit politik. Instagram adalah platform jejaring sosial yang memungkinkan pengguna memposting video dan gambar tanpa batasan. Akun lain memiliki kemampuan untuk mengikuti dan diikuti oleh pengguna. Di mana unggahan sendiri atau akun lain memiliki kemampuan pencarian, komentar, dan favorit. Sehingga tujuan pemenangan pemilihan Bupati Kabupaten Serang kembali 2025 dapat tercapai dengan mudah dan efektif melalui penggunaan media sosial Instagram untuk komunikasi.

SIMPULAN

Penggunaan Instagram sebagai platform media sosial dapat membantu meningkatkan reputasi Ratu Rachmatuzakiyah. Hal ini dibuktikan dengan akun Instagramnya yang mewah, yang digunakannya untuk memberi kesan kepada publik dengan mengunggah foto-foto prestasinya sebagai kepala negara, membangun infrastruktur di berbagai lokasi di Indonesia, dan mengunggah banyak konten yang sama di setiap unggahannya. Lebih jauh, tampaknya citra Ratu Rachmatuzakiyah telah dibangun secara konsisten selama masa kampanye. Citra ini menggambarkan Ratu Rachmatuzakiyah sebagai sosok yang memiliki sifat dominan, superior, kuat, cerdas, dinamis, modern, dan membumi seperti kesederhanaan atau relaksasi.

Karena Ratu Rachmatuzakiyah lebih vokal dan provokatif di Instagram, ia pun menjalankan kampanye politik di akunnya sendiri. Dibandingkan dengan pasangan calon Pejabat Daerah lainnya, ia lebih aktif di Instagram. Hal ini dilakukan untuk mengajak masyarakat Indonesia mendukung Ratu Rachmatuzakiyah dalam pemilihan Bupati Kabupaten Serang Tahun 2024. Media sosial Instagram dipilih untuk interaksi komunikasi karena memungkinkan calon Pejabat Daerah menjangkau khalayak yang lebih luas dan menghilangkan kekhawatiran akan filter media. Hal ini membuat penggunaan media sosial Instagram untuk interaksi komunikasi menjadi lebih mudah dan efektif guna mencapai tujuan memenangkan pemilihan Bupati Kabupaten Serang Tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, A., Bevly, B., Haryanto, D., Yulwardian, E., Nasution, E., Rachman, F., & Hartono,
- Y. (2023). *Social Media Nation: 15 Inspirasi Berjejaring Sosial: Bertumbuh Besar Bersama Komunitas Online dan Sukses Berbisnis*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- Ardha, B. (2024). Social Media sebagai Media Kampanye Partai Politik 2024 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105-120. <http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v13i1.383>
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2024). *Principles Of Marketin*. Jakarta: Erlangga.
- Ahmad Aridho, Ture Ayu Situmeang, Dewi Romantika Tinambunan, Kania Nova Ramadhani, Murni Wati Lase, Julia Ivanna. Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik: Demokratisasi Pasca-Reformasi. *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research*. Vol. 2 No. 1 Januari 2024 (206-210)
- Bungin, B. (2019). Analisis Penelitian Data Kualitatif. *Jakarta: Raja Grafindo*.
- Chairun Nisa Zem pi1, Ana Kuswanti2, Siti Maryam. 2023. ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN PENGETAHUAN POLITIK MASYARAKAT. Ekspresi dan Persepsi: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 1, Januari 2023 (116-123)
- Cindy C. & Sari W. P. 2019. Citra Diri Dalam Instagram Ratu Rachmatuzakiyah. *Jurnal Koneksi* 3(2): 44– 50. <http://dx.doi.org/10.24912/kn.v3i2.6380>
- Dwi Apriliani, N. A., Chairudin, M., Hariyanti, S., Puteri Ramadhanti, E., Afriza Aprilian, M., Nuur Fauzaan, M., & Santoso, G. (2022). Peran Media Massa dalam Membentuk Opini Publik dalam Konteks Kewarganegaraan. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(2), 156–164. <https://doi.org/10.9000/jpt.v1i2.325> (Original work published October 8, 2023)
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 340-347. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/5671>
- Djalal, H. (2019). Pengawasan Media Massa dalam Perspektif Hukum dan Hak Asasi Manusia. In *Hukum, Media dan Kedaulatan Negara* (pp. 111-137). Prenada Media Group.
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal*

- Penelitian Humaniora*, 18(2), 12-24.
<https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>
- Effendi, O. (2022). Dinamika Media Massa. Remaja Rosdakarya.
- Fairclough, N. (2022). Discourse and Text: Linguistic and Intertextual Analysis Within Discourse Analysis. *Discourse & society*, 3(2), 193-217.
<https://doi.org/10.1177/0957926592023002019>
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Bandung. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), 151-160.
<https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Firmanzah, M. P. (2017). Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas. *Jakarta: Yayasan Obor Indonesia*.
- Herdiansyah Amanu, L. (2021, Januari). Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik di Indonesia. *Jurnal Balayudha*, vol.no 1, 01-08.
- Kertamukti, R. (2020). Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 8(1).
<http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1101>
- Kuswarno, E. (2022). Media dan Hak Asasi Manusia. Kencana. Haryanto, I. (2022). Media dan Kebijakan Publik. Prenada Media.
- Lees-Marshment, J. (2021). *Political marketing and British political parties: The party's just Begun*. London: Manchester University Press.
- Ma'aruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Ratu Rachmatuzakiyah Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 15(2), 1-18.
<http://dx.doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2129>.
- Morissan, 2024, Teori Komunikasi Individu Hingga Massa, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Muhammad Qadri.2023. PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN OPINI PUBLIK. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*. (49-63)
<https://qaumiyyah.org/index.php/qaumiyyah/article/download/4/4/>
- Ramadhan, M. G. J. 2019. Efektifitas Sosial Media Instagram @budirustandi.official Dalam Membentuk Personal Branding Pada Kampanye Pemilihan ulang Bupati

- Kabupaten Serang 2024. Universitas Muhammadiyah Tangerang 2(1).
<http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/arn48>
- Sandra, L. J. (2023). Political Branding Ratu Rachmatuzakiyah Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di Media Sosial Twitter. *Jurnal E-komunikasi: 1(2)*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/912>
- Saputro, G. E., & Haryadi, T. (2018). Edukasi Kampanye Anti Hoax melalui Komik Strip. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan, 3(02)*, 238-255. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1550>
- Satori, D. A., & Komariah, A. (2019). Metodologi penelitian kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Scammell, M. (2017). Political brands and consumer citizens: The rebranding of Tony Blair. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 611(1)*, 176-192. <https://www.jstor.org/stable/25097916>
- Suwandi, I. (2016). *Pengaruh Media terhadap Partisipasi Politik Warga*. Media dan Demokrasi:
- Schroder, Peter. 2021. *Strategi Politik.: Frierdrich-Nauman-Stiftung Fur Diefreihet*. Jakarta
- Simangunsong, B. (2019). *Negara, demokrasi, dan berpolitik yang profesional*. Jakarta:
- Kharisma Virgo Print.
- Uchjana, O. (2023). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. *Bandung: PT Citra Aditya Bakti*.