

***Dramaturgi Personal Branding* Andika-Hendrar dalam Membangun Citra Politik Melalui Instagram (Studi Kasus Kontestasi Calon Pilgub Jateng 2024)**

Rachel Tivara Idelia ^{1*}, Algooth Putranto ²

^{1*,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

Email: racheltifara01@gmail.com ^{1*}, algoothp@gmail.com ²

Histori Artikel:

Dikirim 15 Desember 2024; *Diterima dalam bentuk revisi* 25 Desember 2024; *Diterima* 5 Januari 2025; *Diterbitkan* 10 Januari 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi dramaturgi yang diterapkan oleh pasangan calon gubernur Jawa Tengah 2024, Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi, dalam membangun citra politik mereka melalui Instagram. Pendekatan dramaturgi menyoroti bagaimana pasangan calon menciptakan "panggung politik" melalui simbol, narasi, dan interaksi publik yang terstruktur untuk menarik perhatian pemilih. Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan analisis data dan analisis konten media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dramaturgi memainkan peran penting dalam membangun persepsi publik terhadap pasangan calon sebagai pemimpin yang tegas, merakyat, dan inklusif. Artikel ini juga menyajikan analisis tabel elemen dramaturgi yang digunakan oleh Andika dan Hendrar dalam berbagai konteks kampanye.

Kata Kunci: Dramaturgi; Personal Branding; Instagram; Citra Politik; Strategi Kampanye.

Abstract

This Study analyzes the strategic dramaturgy implemented by the 2024 Central Java Governor candidate pair, Andika Perkasa and Hendrar Prihadi, in building their political image via Instagram. The dramaturgical approach highlights how candidate pairs create a "political stage" through symbols, narratives and structured public interactions to attract voters' attention. This research uses a qualitative descriptive method with data analysis and social media content analysis. The research results show that dramaturgical strategies play an important role in building public perceptions of the couple as firm, popular and inclusive leaders. This article also presents a tabular analysis of the dramaturgical elements used by Andika and Hendrar in various campaign contexts.

Keyword: Dramaturgy; Political Image; 2024 Central Java Gubernatorial Election; Campaign Strategies.

1. Pendahuluan

Pemilihan Gubernur Jawa Tengah (Pilgub Jateng) 2024 merupakan bagian dari Pilkada Serentak 2024, yang akan diadakan di seluruh Indonesia. Momentum ini sangat penting, tidak hanya sebagai ajang pergantian kepemimpinan daerah tetapi juga sebagai refleksi dinamika politik nasional yang berpotensi memengaruhi arah pembangunan di masa depan. Pemilihan gubernur adalah proses demokratis di mana masyarakat memilih kepala daerah untuk masa jabatan tertentu, umumnya lima tahun. Gubernur, bersama wakil gubernur, memimpin pemerintahan provinsi dan bertanggung jawab atas pengelolaan wilayah tersebut sesuai dengan undang-undang yang berlaku (Tiopan & Negoro, 2024). Pemilihan Gubernur Jawa Tengah menjadi perhatian nasional karena wilayah ini tidak hanya memiliki populasi besar, tetapi juga memainkan peran strategis dalam menentukan arah politik Indonesia. Berdasarkan jumlah pemilih signifikan pada pemilihan DPR RI Jateng I periode 2014-2019, Jawa Tengah sering dianggap sebagai barometer keberhasilan partai politik dalam memenangkan suara di tingkat nasional (Purnama, 2019). Pada Pilkada Serentak 2024, persaingan antara Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi diprediksi akan berlangsung ketat. Kedua kandidat dihadapkan pada tantangan untuk menarik perhatian masyarakat dengan menggunakan strategi komunikasi politik yang efektif dan inovatif. Kampanye mereka diperkirakan akan melibatkan pendekatan personal, penggunaan media digital, serta program-program yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat lokal (Rizal, 2024; Defretes & Kleden, 2024). Pilkada Serentak 2024 bukan hanya soal visi dan misi, melainkan juga tentang persaingan dalam membangun citra politik yang kredibel dan menarik. Dalam hal ini, teori *dramaturgi* yang diperkenalkan oleh Erving Goffman pada tahun 1959 menjadi pendekatan relevan untuk menganalisis strategi komunikasi kandidat. Dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life*, Goffman mengibaratkan kehidupan sebagai panggung teater, di mana individu berperan sebagai aktor yang menampilkan citra tertentu di "panggung depan" untuk audiens, sementara aktivitas persiapan dilakukan di "panggung belakang". *Dramaturgi* menekankan bagaimana citra diri dibangun melalui simbol, narasi, dan interaksi, yang semuanya dirancang untuk memengaruhi persepsi publik (Tritintya, 2024; Saptanti, 2020).

Komunikasi politik adalah seni dan praktik menyampaikan pesan politik secara efektif kepada publik dengan tujuan memengaruhi persepsi, opini, dan perilaku pemilih (Putranto, 2024). Dalam era digital yang semakin mendominasi ruang komunikasi, pendekatan konvensional seperti kampanye fisik atau media massa kini digantikan oleh komunikasi digital melalui platform media sosial (Salman, *et al.*, 2018). Instagram, sebagai salah satu media sosial populer, telah menjadi alat strategis bagi kandidat politik untuk memperkuat personal branding, menjangkau audiens muda, dan menyampaikan pesan secara visual dan naratif (Kanda, 2021; Joniarta, 2024). Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam membangun citra politik adalah *personal branding*. *Personal branding* adalah upaya memperkenalkan diri kepada publik dengan menonjolkan kompetensi inti atau nilai-nilai yang menjadi karakteristik utama seseorang. Berbeda dengan pencitraan yang cenderung bersifat jangka pendek, *personal branding* fokus pada pembangunan nilai yang lebih berkelanjutan (Yamin & Nurfadillah, 2024). Dalam politik, *personal branding* sering diwujudkan melalui komunikasi visual dan naratif yang terstruktur, terutama di platform media sosial seperti Instagram. Instagram memainkan peran sentral dalam kampanye politik modern, termasuk Pilgub Jateng 2024. Platform ini memungkinkan kandidat untuk mengelola "panggung depan" mereka melalui unggahan yang dirancang untuk menciptakan narasi tertentu, seperti kepedulian terhadap masyarakat, gaya kepemimpinan yang inspiratif, atau keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial (Nurhalimah & Turistiati, 2019). Andika Perkasa, melalui akun Instagram resmi @jenderalalniandikaperkasa, menampilkan citra sebagai pemimpin yang tegas namun merakyat. Unggahan-unggahannya banyak menonjolkan latar belakangnya sebagai prajurit TNI dengan simbol kedisiplinan dan keberanian, sekaligus memperlihatkan sisi humanis melalui interaksi dengan masyarakat. Hal yang sama dilakukan oleh Hendrar Prihadi melalui akun @hendrarprihadi, yang mengusung pendekatan lebih kasual dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Jawa Tengah. Unggahannya sering kali menampilkan keberhasilan pembangunan kota Semarang, tempat ia sebelumnya menjabat sebagai wali kota, serta

komitmennya untuk melanjutkan pembangunan berkelanjutan. Pendekatan ini memanfaatkan citra sebagai pemimpin lokal yang berpengalaman dan paham terhadap kebutuhan masyarakat. *Personal branding* melalui Instagram bukan hanya tentang memamerkan aktivitas kandidat, tetapi juga merupakan proses yang menggabungkan strategi *dramaturgi* dengan pemahaman tentang preferensi audiens (Seran, 2023). Penggunaan Instagram oleh Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat menjadi alat efektif dalam membangun citra politik dan memengaruhi persepsi publik. Strategi ini mencerminkan pergeseran dari kampanye politik tradisional menuju pendekatan yang lebih kreatif, inovatif, dan berbasis data, menjadikan Pilgub Jateng sebagai ajang komunikasi politik yang menarik untuk dianalisis.

Pendekatan *dramaturgi* Goffman juga relevan di era digital, di mana kandidat politik dapat mengelola "panggung depan" mereka melalui unggahan media sosial yang terkurasi, menampilkan momen-momen strategis seperti kunjungan lapangan, interaksi dengan masyarakat, dan pesan-pesan inspiratif. Di sisi lain, "panggung belakang" melibatkan aktivitas tim kampanye dalam merancang konten, menyusun narasi, dan memantau respons audiens untuk memastikan pesan yang konsisten (Goffman, 2022). Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi *dramaturgi* oleh Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi dalam membangun citra politik melalui Instagram. Dengan fokus pada simbol, narasi, dan interaksi publik, studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana kedua kandidat menciptakan dan memanfaatkan "panggung politik" mereka dalam Pilgub Jateng 2024. Penelitian ini juga mengisi kesenjangan literatur dalam penerapan teori *dramaturgi* di era digital, khususnya dalam kampanye politik lokal di Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis strategi *dramaturgi* yang diterapkan oleh pasangan calon Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi dalam membangun citra politik mereka melalui Instagram. Pendekatan ini relevan karena memungkinkan analisis mendalam terhadap fenomena kampanye politik sebagai "panggung" yang dirancang untuk membentuk persepsi publik. Studi kasus dipilih agar penelitian dapat menyoroti elemen-elemen spesifik dari Pilgub Jateng 2024 dan dinamika unik kedua kandidat (Sugiyono, 2018; Goffman, 2002). Pengumpulan data dilakukan dengan tiga teknik utama, yaitu observasi media sosial, analisis konten, dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan pada unggahan akun Instagram resmi kedua kandidat, @jenderalniandikaperkasa dan @hendrarprihadi, serta akun Instagram pendukung lainnya. Data yang diamati mencakup simbol visual, narasi dalam caption, penggunaan tagar, frekuensi unggahan, dan interaksi audiens melalui komentar atau tanda suka. Analisis konten diterapkan untuk mengidentifikasi pola-pola *dramaturgi* dalam unggahan Instagram, seperti penggunaan simbol, elemen naratif, dan interaksi publik. Konten ini dianalisis menggunakan kategori "panggung depan" dan "panggung belakang" berdasarkan teori *dramaturgi* Goffman.

Data yang terkumpul dianalisis secara tematik untuk menemukan pola-pola strategi *dramaturgi*. Analisis ini dilakukan dalam dua tahap utama. Tahap pertama adalah identifikasi elemen *dramaturgi*, di mana elemen-elemen seperti simbol visual, gaya bahasa, dan interaksi audiens diklasifikasikan berdasarkan kategori panggung depan dan belakang. Tahap kedua adalah interpretasi kontekstual, di mana data diinterpretasikan dalam politik lokal dan budaya digital Indonesia untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana strategi tersebut memengaruhi persepsi publik. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi memanfaatkan Instagram sebagai "panggung politik" yang efektif dalam membangun citra mereka sebagai calon pemimpin Jawa Tengah.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Pada bagian ini, disajikan hasil temuan yang diperoleh melalui analisis data yang terkumpul dari observasi, analisis konten, dan wawancara mendalam. Hasil-hasil ini menggambarkan penerapan strategi *dramaturgi* oleh Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi dalam membangun citra politik mereka melalui Instagram. Temuan ini akan diuraikan berdasarkan elemen-elemen simbol visual, narasi, serta interaksi publik yang teridentifikasi dalam unggahan masing-masing kandidat, serta bagaimana elemen-elemen tersebut berkontribusi terhadap persepsi publik selama kontestasi Pilgub Jateng 2024.

Tabel 1. Hasil Analisa Dramaturgi Konten Media Instagram Calon Gubernur Jateng 2024

| Aspek | Andika Perkasa | Sumber |
|-------------|---|---|
| Dramaturgi | | |
| Aktor | Andika Perkasa (Calon Gubernur) | |
| Audiens | Masyarakat Jawa Tengah | |
| | | https://www.instagram.com/p/C_SbKpsvpwL/ (Mas Rambo Pulang Kampung, ke Magelang) |
| | | https://www.instagram.com/reel/DAGBOEPPAOh/ (Kunjungan UMKM) |
| | | https://www.instagram.com/reel/DAqLxNzvSo-/ (Bicara isu industri dan tenaga kerja) |
| | 1) Saat bertemu masyarakat. | https://www.instagram.com/reel/DAXhtfrvQJh/ |
| | 2) Isu Dunia Industri dan Tenaga Kerja. | (Kunjungan isu kenapa orang Jateng Merantau dengan alasan kurangnya lapangan kerja di Jateng) |
| Front Stage | 3) Isu perkembangan Ketahanan dan Keamanan. | https://www.instagram.com/pdiperjuangan/p/C7gISxBvJkD/?img_index=1 (Dukungan Partai PDIP) |
| | 4) Bersama partai. | https://www.instagram.com/jenderalniandikaperkasa/reel/DAvZBUTs7p0/ (Isu militer, perkembangan |
| | | https://www.instagram.com/jenderalniandikaperkasa/p/Cxah4ZKPdAw/?img_index=1 (Rapat tim pemenang Ganjar) |
| | 1) Rapat tim untuk mengidentifikasi isu lokal yang relevan bagi masyarakat lokal. | https://www.instagram.com/melihatindonesia.id/p/DBbMPk-SrOM/ (Narasi dukungan agraris dan peduli petani) |
| | 2) Penyusunan narasi agraris dan peduli petani. | https://www.instagram.com/p/DBvp3TUP4u3/ (konten ditemani sang Istri) |
| Back Stage | 3) Sayang dengan keluarga, meminta dukungan dan doa. | https://www.instagram.com/reel/DCn1fv9vJ7q/ (persiapan debat ke-3 Gubernur Jateng) |

| | | |
|-------------------|--|--|
| Impresi Manajemen | 1) Konten "pemimpin yang dekat dengan rakyat" dan peduli sektor pertanian. | https://www.instagram.com/jenderaltniandikaperkasa/reels/ (Reels Andika Perkasa) |
| | 2) Komentar positif dari netizen. | |
| | 3) Like dan tontonan reels mencapai ratusan ribu. | |

Tabel 2. Hasil Analisa Dramaturgi Konten Media Instagram Calon Wakil Gubernur Jateng 2024

| Aspek Dramaturgi | Andika Perkasa | Sumber |
|-------------------|---|---|
| Aktor | Andika Perkasa (Calon Gubernur) | |
| Audiens | Masyarakat Jawa Tengah. | |
| Front Stage | 1) Bicara isu politik | https://www.instagram.com/p/DBU9iDmy3cx/ (bicara di ruang public) |
| | 2) Postingan kunjungan ke sawah. | https://www.instagram.com/p/DCTJk7YS NX8/ (Konten turun ke sawah) |
| | | https://www.instagram.com/p/DCTJk7YS NX8/ (Konten turun ke sawah) |
| | | |
| Back Stage | 1) Postingan dengan dukungan kepada kawula muda. | https://www.instagram.com/p/DBgqbM_y pXP/ (Kampanye dan kunjungan kota tegal. |
| | 2) Konten kesederhanaan (mincing) | https://www.instagram.com/p/DBa7Qz5S Y5o/ (Bicara isu santri) |
| | 3) Dekat dengan keluarga | https://www.instagram.com/p/DBXzfjDS M7W/ (konten mancing) |
| | | https://www.instagram.com/p/DEPYN5sSrdT/?hl=id (bersama keluarga) |
| Impresi Manajemen | 1) Komentar positif dari netizen. | |
| | 2) Like dan tontonan reels mencapai ratusan ribu. | https://www.instagram.com/hendrarprihadi/reels/ (Reels Andika Prihadi) |

3.1.1 Analisis Strategi Dramaturgi pada Kampanye Politik Andika-Hendrar

Dalam kampanye politik Pilgub Jateng 2024, pasangan calon Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi menerapkan strategi *dramaturgi* yang efektif dengan menggunakan Instagram sebagai "panggung politik." Berdasarkan teori *dramaturgi* Erving Goffman, analisis ini dibagi menjadi dua elemen utama: panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*).

1) Panggung Depan

Pada panggung depan, Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi memanfaatkan unggahan Instagram untuk menampilkan citra yang sesuai dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Dalam unggahan yang menonjolkan latar belakang militer Andika, citra pemimpin

yang tegas dan disiplin diperkuat. Simbol-simbol seperti seragam militer dan kunjungan ke lokasi strategis digunakan untuk menekankan visi pembangunan berbasis keamanan. Di sisi lain, Andika juga memperlihatkan keterlibatan aktif dalam kegiatan masyarakat, seperti mengunjungi UMKM, yang menguatkan narasi kepedulian terhadap ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat kecil. Hendrar Prihadi sering kali menggunakan pendekatan yang lebih kasual untuk menciptakan kedekatan dengan masyarakat, misalnya melalui kegiatan olahraga bersama warga atau diskusi tentang isu-isu lokal yang relevan. Visual dan narasi pada panggung depan dirancang untuk menciptakan daya tarik emosional yang memperkuat kepercayaan pemilih, dengan penekanan pada kedekatan dengan masyarakat, terutama generasi muda yang aktif di media sosial.

2) Panggung Belakang

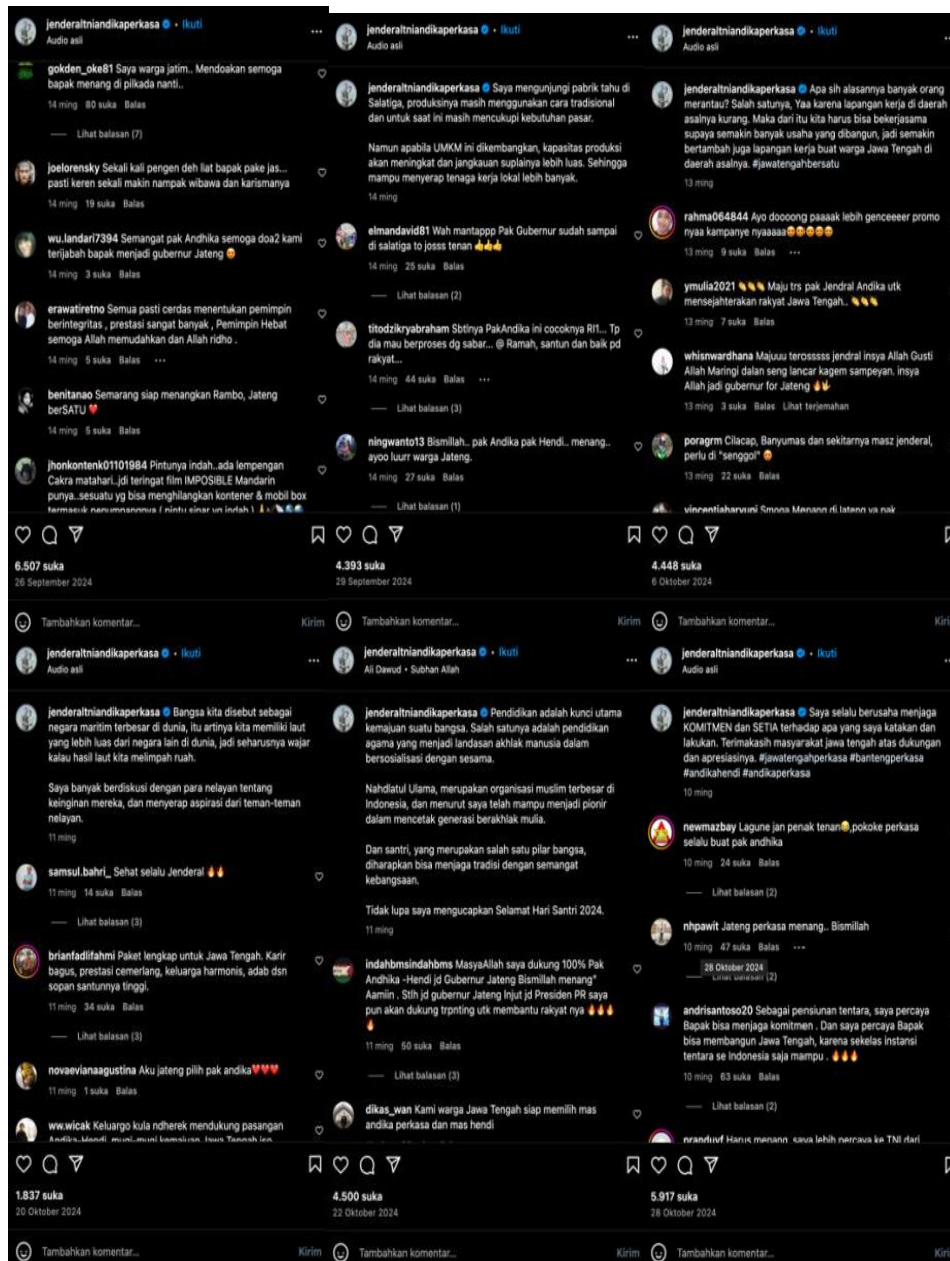
Panggung belakang mencakup persiapan yang dilakukan oleh tim kampanye untuk memastikan konsistensi citra yang ditampilkan. Aktivitas ini termasuk merumuskan pesan utama yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal, seperti narasi agraris yang menekankan pentingnya kesejahteraan petani di Jawa Tengah. Selain itu, data interaksi seperti komentar dan jumlah likes digunakan untuk mengevaluasi efektivitas pesan yang disampaikan dan memengaruhi strategi unggahan berikutnya. Unggahan yang menampilkan kehidupan keluarga memberikan dimensi humanis yang menonjolkan sisi empati para kandidat, menjadikan mereka lebih relatable kepada audiens.

3.1.2 Efektivitas Pendekatan Dramaturgi dalam Membangun Citra Politik

Pendekatan *dramaturgi* yang diterapkan oleh pasangan Andika-Hendrar sangat relevan dalam strategi politik mereka untuk Pilkada. Dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti reels, stories, dan caption naratif, pasangan ini berhasil memaksimalkan citra mereka sebagai pemimpin yang tidak hanya tegas dan inklusif, tetapi juga humanis. Strategi ini menunjukkan bagaimana panggung depan dapat digunakan secara efektif untuk menciptakan narasi politik yang menarik bagi audiens digital, terutama generasi muda yang menjadi target utama. Andika-Hendrar sering menggunakan simbol visual yang kuat, seperti foto dan video mereka di tengah masyarakat, mengenakan pakaian tradisional, atau terlibat dalam kegiatan sosial. Simbol-simbol ini menciptakan hubungan emosional dengan audiens. Narasi yang mengiringi unggahan tersebut memberikan konteks yang mendorong diskusi publik. Sebagai contoh, unggahan saat mereka menghadiri acara budaya lokal dengan tagar relevan, yang secara langsung meningkatkan partisipasi pemilih dalam diskusi *online*. Citra sebagai pemimpin yang humanis dan inklusif terintegrasi dengan narasi panggung depan mereka. Andika-Hendrar kerap mengunggah konten yang menunjukkan interaksi langsung dengan warga, seperti membantu pedagang pasar atau mendengarkan aspirasi masyarakat. Pendekatan ini membangun persepsi publik bahwa mereka memahami kebutuhan rakyat, sesuai dengan pesan kampanye mereka. Pengelolaan persepsi tidak hanya terjadi di panggung depan, tetapi juga melibatkan panggung belakang. Tim kampanye Andika-Hendrar memastikan bahwa setiap unggahan melalui proses kurasi yang ketat, untuk memastikan pesan yang disampaikan tetap relevan dengan isu-isu terkini. Sebagai contoh, ketika ada isu nasional yang sensitif, mereka berhati-hati dalam merilis konten agar tetap selaras dengan persepsi positif yang ingin mereka bangun.

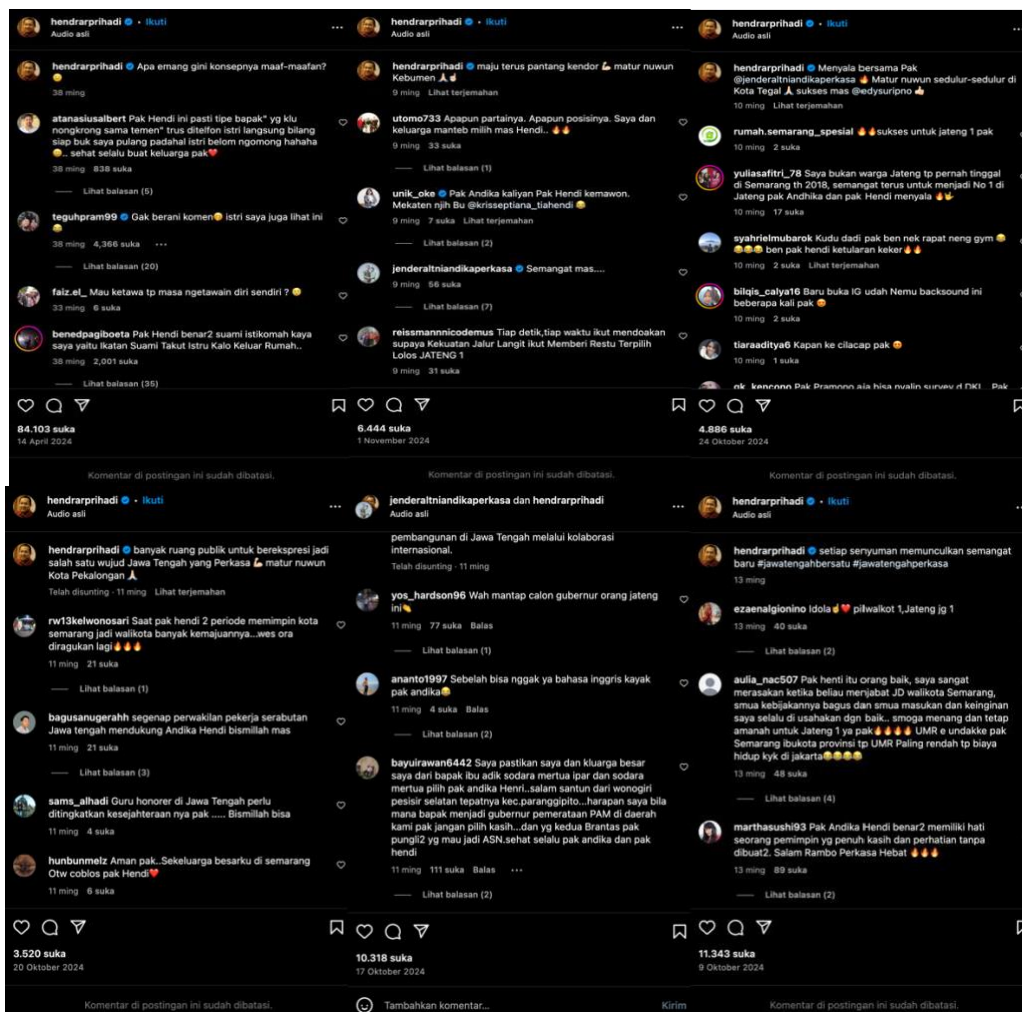
3.1.3 Dampak pada Persepsi Publik

Andika Perkasa dipandang sebagai pemimpin yang tegas namun memiliki empati, berkat latar belakang militer yang memberikan kesan kekuatan, serta kemampuan untuk menyeimbangkan antara ketegasan dan kelembutan dalam menghadapi tantangan kepemimpinan. Pendekatan ini sangat menarik bagi pemilih yang menginginkan seorang pemimpin yang dapat membuat keputusan tegas tetapi tetap peduli terhadap kebutuhan masyarakat. Kampanye yang menonjolkan karakter Andika sebagai sosok yang memahami kesulitan rakyat, serta memiliki keberanian dalam mengambil keputusan penting, berperan penting dalam membangun citra positifnya. Selain itu, banyak komentar netizen yang menyoroti sikapnya yang "santun, sopan, dan komitmen," yang semakin memperkuat persepsi positif publik terhadapnya.



Gambar 1. Persepsi Publik melalui akun @jenderalniandikaperkasa

Hendrar Prihadi dipersepsikan sebagai seorang inovator yang merangkul semua golongan. Gaya kepemimpinan Hendrar yang inklusif dan terbuka terhadap ide-ide baru berhasil meningkatkan daya tariknya, terutama di kalangan pemilih muda dan mereka yang menginginkan perubahan progresif dalam pemerintahan. Kampanye digital yang mengangkat inovasi dan pencapaiannya dalam sektor pembangunan turut memperkuat citra Hendrar sebagai sosok yang mampu mendorong kemajuan. Kepercayaan publik juga mempersepsikan Hendrar sebagai orang yang “baik,” yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat. Integritas dan ketulusan dalam berkomunikasi dengan publik menjadikannya lebih mudah diterima oleh berbagai kelompok, terutama mereka yang mencari pemimpin yang tidak hanya berfokus pada kekuasaan, tetapi juga pada kemanusiaan. Dengan pendekatan ini, Hendrar berhasil membangun citra sebagai pemimpin yang dapat diandalkan, mampu mendorong kemajuan, dan menciptakan perubahan positif dalam masyarakat.



Gambar 2. Persepsi Publik melalui akun @hendraprihadi

Kampanye ini tidak hanya mengandalkan media konvensional, tetapi juga memperluas jangkauan melalui platform digital yang memungkinkan interaksi langsung dengan publik. Meskipun dalam implementasinya masih kalah dibandingkan dengan pasangan calon lainnya, keberhasilan strategi ini tercermin dalam meningkatnya jumlah respon positif terhadap kedua pasangan calon, dengan penekanan pada pesan yang disampaikan secara personal dan relevan melalui media sosial dan platform digital lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa citra yang dibangun melalui strategi *dramaturgi* yang kuat, didukung oleh narasi yang menarik dan tepat sasaran, mampu meningkatkan kepercayaan publik dengan meminimalkan konten negatif dan komentar yang merugikan.

3.2 Pembahasan

Pendekatan *dramaturgi* yang diterapkan dalam kampanye ini menunjukkan bahwa penggunaan platform digital seperti *Instagram* dapat memperkuat citra kandidat, dengan menonjolkan narasi yang menarik dan relevan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Rizal (2022) yang menunjukkan bahwa pemilu serentak 2024 menjadi ajang penting untuk mengukur efektivitas kampanye digital. Penggunaan fitur seperti reels dan stories di *Instagram* memungkinkan pasangan calon untuk menjangkau audiens yang lebih muda dan lebih digital-savvy, yang merupakan kelompok pemilih dominan di Indonesia. Strategi ini juga menggarisbawahi pentingnya integrasi antara simbol visual dan narasi yang kuat, seperti yang dibahas oleh Saptanti (2020), di mana citra yang dibangun melalui narasi yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan publik. Kampanye Andika Perkasa dan

Hendrar Prihadi menunjukkan bahwa strategi *dramaturgi* yang diterapkan dengan baik, melalui panggung depan dan belakang yang terkoordinasi dengan baik, sangat efektif dalam membangun citra politik yang kuat dan relevan di era digital. Meskipun tantangan dari media konvensional masih ada, penggunaan media sosial sebagai platform untuk menyampaikan pesan secara langsung dan personal telah terbukti memperkuat hubungan emosional dengan pemilih dan meningkatkan kepercayaan publik. Kampanye ini mencerminkan pergeseran penting dalam strategi komunikasi politik yang lebih mengutamakan keterlibatan digital dan pengelolaan citra yang transparan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengungkapkan peran penting strategi *dramaturgi* yang diterapkan oleh Andika Perkasa dan Hendrar Prihadi dalam membangun citra politik mereka pada Pilgub Jawa Tengah 2024 melalui Instagram. Pendekatan *dramaturgi*, sebagaimana dikemukakan oleh Erving Goffman, memberikan kerangka yang kuat untuk memahami bagaimana kedua kandidat mengelola citra diri mereka dengan memanfaatkan media sosial sebagai "panggung" untuk menampilkan narasi yang terstruktur dan mengelola interaksi publik secara strategis. Hasil analisis menunjukkan bahwa Instagram digunakan oleh kedua kandidat tidak hanya untuk menampilkan sisi kepemimpinan mereka, tetapi juga untuk menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Andika Perkasa, dengan citra seorang pemimpin yang tegas dan berdisiplin, memanfaatkan simbol-simbol TNI dan keberanian untuk menunjukkan komitmennya terhadap masalah ketahanan dan keamanan. Sebaliknya, Hendrar Prihadi menonjolkan citra dirinya sebagai pemimpin lokal yang dekat dengan masyarakat, sering kali mengangkat isu pembangunan kota Semarang dan komitmennya terhadap masa depan Jawa Tengah yang berkelanjutan.

Penggunaan elemen-elemen *dramaturgi* yang efektif ini menunjukkan bagaimana kedua calon mengontrol narasi mereka melalui konten yang dibangun. Di "panggung depan," mereka menyajikan citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap masalah lokal dan rakyat, sedangkan di "panggung belakang," mereka mengelola strategi komunikasi, merancang konten yang relevan, dan mempersiapkan langkah-langkah kampanye dengan dukungan tim yang solid. Hasil penerapan strategi ini sangat terlihat dalam interaksi positif yang diterima oleh keduanya, serta tingkat keterlibatan tinggi pada unggahan mereka yang mencapai ratusan ribu likes dan tontonan. Ini menandakan bahwa kedua kandidat berhasil memanfaatkan Instagram sebagai alat komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan diri mereka kepada pemilih dengan cara yang lebih personal, manusiawi, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat Jawa Tengah. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa *dramaturgi*, yang pada awalnya merupakan teori dalam sosiologi, kini menjadi alat yang sangat efektif dalam membangun citra politik dalam kampanye digital, khususnya di platform media sosial seperti Instagram. Pendekatan ini memberikan wawasan baru mengenai bagaimana politik di Indonesia semakin bergantung pada strategi komunikasi yang inovatif dan berbasis media sosial, yang tidak hanya mengandalkan kekuatan simbolisme politik, tetapi juga interaksi langsung dengan audiens untuk membentuk persepsi publik yang positif.

5. Daftar Pustaka

- Defretes, D. A., & Kleden, K. L. (2023). *Efektivitas Pemilihan Umum Serentak Tahun 2024*. *Jhp17*, 8 (2), 49–58.
- Goffman, E. (2023). The presentation of self in everyday life. In *Social theory re-wired* (pp. 450-459). Routledge.

- Joniarta, I. W. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN CALON DALAM MENINGKATKAN DUKUNGAN ELEKTORAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF ADMINISTRASI PUBLIK. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 11(2), 28-32. <https://doi.org/10.56015/gjiklp.v11i2.309>.
- Kanda, A. (2021). Personal branding melalui Instagram. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 17(1), 45-66. <https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol17.Iss1.218>.
- Nurhalimah, N., & Turistiati, A. T. (2019). Instant Personal Branding Calon Legislatif Melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(2), 174-189. <https://doi.org/10.24815/jkg.v8i2.14971>.
- Purnama, A. A. D. (2019). Strategi Menjaga Konstituen: Studi Kasus Anggota DPR RI 2014-2019 Daerah Pemilihan Jawa Tengah I. *POLITIKA*, 10, 2.
- Putranto, A. (2024). *Komunikasi Politik*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Rizal, A. (2022, June). Pemilukada Serentak 2024: Dinamika, Urgensi dan Tantangan. In *Indonesian Annual Conference Series* (pp. 136-140).
- Salman, A., Yusoff, M. A., Salleh, M. A. M., & Abdullah, M. Y. H. (2018). Penggunaan media sosial untuk sokongan politik di Malaysia [The use of social media for political support in Malaysia]. *Journal of Nusantara Studies (JONUS)*, 3(1), 51-63. <https://doi.org/10.24200/jonus.vol3iss1pp51-63>.
- Saptanti, E. I. (2020). Analisis Manajemen Impresi Ma'ruf Amin dalam Debat Pilpres 2019. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 262-284. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1573>.
- Seran, H. E. (2023). Dramaturgi: Presentasi Diri Ganjar Pranowo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(2), 188-201. <https://doi.org/10.35508/jikom.v12i2.9186>.
- Tiopan, D., & Negoro, T. (2023). Menyongsong Pesta Pemilihan Umum 2024 Bagi Generasi Milenial dan Gen Z. *P rosiding S endima S*, 8(1), 296-301.
- Tritintya, N. P. D. E. (2024). Dramaturgi Presentasi Diri Ni Luh Djelantik Pada Media Sosial Instagram Jelang Pilkada 2024. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 8(2), 94-103.
- Yamin, B., & Nurfadilah, M. (2024). The Influence of Digital Personal Branding Strategy and Supporting Political Party Reputation on the Electability of DPR-RI Legislative Candidates Mediated by Public Trust. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 7(3), 6571-6596. <https://doi.org/10.31538/ijse.v7i3.5064>.