



## Pencitraan Politik Wakil Walikota Medan (AR) Pada Akun Instagram @BAR

Abdulah Alfath Martial<sup>1</sup>, Annisa Saprianur<sup>2</sup>, Endi Hadian<sup>3</sup>, Natasya Sofia<sup>4</sup>, Rizki Ayu Ananda<sup>5</sup>

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Jl. Lap. Golf, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang,  
Sumatera Utara 20353

### Abstrak

Received: 22 Juni 2024  
Revised: 29 Juni 2024  
Accepted: 23 July 2024

*This study uses a qualitative study with a material accumulative system. Through the documentation method by collecting and viewing uploads from the Instagram account @bar. Image politics is common everyday language in print and electronic media. Indonesian people who follow the trend of the Instagram application display various daily activities via Instagram. The upload from this account started on November 28 2017, only getting 62 likes and 2 comments in 2020. On December 8 2022 this upload had 915 likes and several other uploads had up to 108 thousand viewers and received up to 8,385 thousand likes. This means that the political imagery on this account has received a lot of appreciation from netizens.*

**Kata Kunci:** Instagram, Political Imaging, Social Media

(\*). Corresponding Author: [natasyasofia200303@gmail.com](mailto:natasyasofia200303@gmail.com)

**How to Cite:** Martial, A., Saprianur, A., Hadian, E., Sofia, N., & Ananda, R. (2024). Pencitraan Politik Wakil Walikota Medan (AR) Pada Akun Instagram @BAR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 8-17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13847930>

## PENDAHULUAN

Teori citra berpandangan bahwa suatu citra dilirik atau dibuat melalui proses akseptasi tubuh (panca indra), masuk ke dalam saringan perhatian untuk menghasilkan suatu pesan yang dapat dihubungkan, dilihat dan dipahami (perceived message), kelak menjadi suatu tanggapan ditransformasikan. Dan hasilnya, bayangan menjadi bayangan. (Kamaruddin Hassan, 2019).

Citra adalah kesan yang diciptakan secara sadar terhadap suatu objek, orang atau organisasi. Pertama-tama, citra identik dengan hubungan masyarakat. Namun, terminologi ini bergerak ke arah kegiatan partai politik, sehingga dinamika partai sangat erat kaitannya dengan konsep pencitraan politik. Misalnya dalam konteks politik Indonesia. Politik citra adalah bahasa sehari-hari yang disediakan untuk media cetak dan elektronika. Istilah politik citra semakin diperdebatkan di masyarakat Indonesia karena digunakan oleh para sarjana dan praktisi dalam berbagai kesempatan sebagai bahan diskusi ilmiah. (Kertamukti, 2019)

Memfaatkan perkembangan politik citra dipanggung demokrasi Indonesia. Kata Gazali, politik citra pada tataran sederhana melibatkan pemasaran politik, karena calon dipasarkan dengan cara yang sama seperti menjual produk. Jika lebih maju, maka dapat digolongkan sebagai politik komunikasi yaitu politisi pada dasarnya mensosialisasikan politik dengan cara melibatkan periklanan. Sebagai elemen terpenting yang dipertimbangkan oleh pemilih untuk menentukan pilihannya, tidak mengherankan jika politikus menggunakan konsep pencitraan untuk mempertemukan kesenjangan antara perilaku pemilih sebagaimana yang

dipahami oleh politisi dengan apa yang sebenarnya tercermin dalam pola pikir yang harus diisi oleh pemilih.

Pencitraan dalam politik sebenarnya lebih dari sekadar strategi memperkenalkan kandidat kepada pemilih. Tapi juga menyangkut kesan pemilih, apakah dianggap benar atau tidak. Dengan kata lain, gambar bukan sekadar pesan dari seorang kandidat atau gambar pemilih. Namun pencitraan adalah penawaran, pandangan dan konstruksi antara kandidat dengan pemilih dan pemilih dalam upaya bersama. Artinya, keyakinan pemilih tentang kandidat didasarkan pada interaksi antara strategi kandidat untuk membuat kesan pribadi dan keyakinan yang sudah ada di hati pemilih. Padahal, pemilih tidak melihat calon karena realita yang sebenarnya. Tetapi karena proses kimiawi antara pemilih dengan citra calon (*imaginary image*). (Hasan, 2019).

Era globalisasi informasi yang semakin meningkat didukung oleh banyaknya pengguna internet saat ini, didukung oleh data yang tersedia. Agar media sosial dapat digunakan oleh para kandidat sebagai sarana komunikasi politik. Melalui dunia maya (*internet*), kampanye dapat dilakukan secara bersamaan dalam tiga segmen, yaitu massa, interpersonal, dan organisasional. Artinya, internet semakin menjadi alat kampanye pemilu yang efektif di Indonesia. Partai politik, caleg, cawapres, cawapres dan caleg unggulan wilayah kini menggantungkan media sebagai sarana promosi profil untuk menciptakan citra melalui media sosial karena media sosial dinilai cukup efektif untuk mendongkrak perolehan suara dimana-mana. Dalam jejaring sosial, iklan politik memainkan peran penting dalam membangun citra untuk mendapatkan popularitas, penerimaan, dan kekuatan elektoral.

Citra politik yang terdidik dihati masyarakat tidak selalu sesuai dengan realita yang ada, sebab bisa saja masyarakat menginterpretasikannya sesuai dengan realitas media atau realitas yang diciptakan oleh berbagai partai politik yang kini mulai berkembang. Kreativitas seseorang dalam mengimplementasikan imajinasi politiknya sendiri, bahkan terkadang melupakan etika politik. Menurut Nimmo, ada berbagai strategi visual yang tidak sejalan dengan etika politik. Salah satunya adalah *free-ride advertising*, yaitu iklan yang menggunakan akses atau lintasan pihak atau media lain untuk mempopulerkan dirinya. Contohnya termasuk berbicara di forum, menghadiri acara olahraga, mensponsori acara sosial, dll. (Adi Wardana, 2020)

Pencitraan paling berarti dalam politik di era digital informasi saat ini, di mana pencitraan politik yang dikonstruksikan oleh politisi melewati instagram seolah menjadi magnet yang menggerakkan opini publik pada saat pemilu. Melalui media arus utama dan instagram, berbagai bentuk opini publik seolah dimunculkan dan dimanipulasi melalui citra-citra yang dibentuk oleh para politisi dan kemudian diterima oleh publik. Membuat politisi membentuk citra diri yang berbeda terlepas dari kenyataan sebenarnya. (Matanasi, 2019).

Fragmentasi citra politik atas, politikus Indonesia terkait rapat dengan pernyataan Jon Simons. Dia berpendapat kalau politik demokrasi tren merupakan politikis citra, di mana kepribadian lebih penting dari pada esensi dan personalitas sangat berharga dari pada politik (Simon, 2006). Tetapi yang cukup menarik, dengan berkembangnya demokrasi di Indonesia, masyarakat sudah mulai banyak belajar tentang interpretasi proses kualitas dan citra yang dilakukan oleh elit politik.

Ada partai-partai yang makin lama makin pintar menyadari apa yang harus dilakukan calon saat pemilihan umum itu bentuknya gimmick dan batil. Keduanya dilakukan agar partai atau calon yang bersangkutan dipandang baik dan layak untuk dipilih. Ini sebenarnya demokrasi semu (pseudo-democracy). (Cindy & Sari, 2019).

Pencitraan dalam politik sebenarnya lebih sekedar strategi untuk mengembangkan berbagai kegiatan peningkatan citra. Tapi itu juga berkaitan dengan kesan pemilih, apakah dianggap benar atau tidak. Dengan kata lain citra bukan sekedar pesan dari kandidat atau citra pemilih, namun citra adalah penawaran, pandangan dan konstruksi atas calon atau pemilih dalam berupaya bersama. (Rumeen, 2018).

Citra yang baik dapat mengembangkan ketenaran dan pemilih. Begitupun dengan sebaliknya, jadi tidak ada salahnya politik melaksanakan jungkir balik pencitraan politik. (Anwar, dkk. 2019).

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan menerapkan filter, lalu mempostingnya ke jejaring sosial, termasuk Instagram. Filter unik Instagram adalah tentang memotong foto menjadi bentuk persegi agar terlihat seperti hasil dari kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang biasa digunakan oleh kamera pada perangkat seluler. Instagram juga dikenal sebagai buku harian sosial cerdas interaktif tempat kami melacak aktivitas sehari-hari seseorang melalui timeline kami dan langsung berkomentar atau menambahkan emotikon ke aktivitas mereka. (Ramadani & Hilmiyah, 2019).

Manfaat Instagram yang dapat menjadi diary pribadi dan bersifat personal membuat Instagram menjadi tren terkini di masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan milenial. Masyarakat Indonesia yang menjejaki tren pemakai instagram menampilkan kegiatan sehari-hari melalui instagram. Kegiatan di instagram itulah yang nanti memperlihatkan perilaku pengguna Instagram, serta macam mana seseorang menggambarkan sosok atau identitas yang diinginkan atau biasa disebut dengan citra diri. Media Instagram menawarkan kepada setiap orang kesempatan untuk menjadi produser berita, terlepas dari latar belakang budaya, usia, status sosial, dan bahkan jenis kelamin. Tak heran jika media Instagram sangat populer di kalangan remaja. Hasil studi Nielsen menunjukkan bahwa mayoritas pengguna jejaring sosial berusia antara 18 hingga 34 tahun. Data tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar pengguna jejaring sosial instagram berusia antara 18 hingga 29 tahun. (Akbar, 2018).

## **METODE PENELITIAN**

Kajian jurnal ini penulis gunakan ialah Kajian Kualitatif. Kajian Kualitatif adalah suatu pengumpulan data dalam lingkungan alam dengan maksud untuk menginterpretasikan fenomena atau peristiwa sebagaimana yang terjadi dan peneliti adalah alat kuncinya, pengambilan sampel sumber daya berguna dan bola salju, teknik pengumpulan data menggunakan teknik gabungan, analisis data bersifat induktif, dan pemaknaan hasil kajian kualitatif lebih mementingkan pada pemaknaan di atas kesimpulan. (Albi Anggito dan Johan Setiawan, 2018).

Kajian kualitatif adalah bidang penelitian independen, kajian ini menyentuh berbagai disiplin ilmu, bidang dan topik. (Rukin, 2021). Kajian tersebut adalah kajian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan

pendekatan induktif. Penekanan pada proses ditampilkan dan landasan teori digunakan sedemikian rupa sehingga arah penelitian menyesuaikan dengan kondisi setempat.

Kajian kualitatif ini tidak memakai statistik melainkan pengumpulan, analisis, dan interpretasi data. Analisis yang dilakukan dalam kualitatif selalu muncul secara lisan atau tertulis dalam sebuah kajian. Dalam kajian tersebut menggunakan metode kajian deskriptif kualitatif. Seperti namanya, kajian ini memberikan penjelasan deskriptif dan validasi dari fenomena yang diteliti. Jika menggunakan kajian deskriptif, masalah mengandung nilai ilmiah, tidak terlalu luas, tujuan tidak boleh terlalu luas, dan menggunakan data berdasarkan fakta bukan opini. (Ramadhan, 2021)

Ada pula objek kajian ini adalah akun @bar dengan menggunakan teknik pengumpulan datanya yaitu dokumentasi. Dokumentasi adalah data yang berupa file, foto, serta data catatan yang dilakukan selama penelitian. Dalam penelitian ini metode dokumentasi dengan mengumpulkan dan melihat unggahan dari akun @bar.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Konsep Pencitraan**

Pencitraan yang sudah dipaparkan oleh Rendro Dhani. Manusia bisa melakukannya dengan perkembangan peradaban. Misalnya, pimpinan suku primitif mempunyai keinginan untuk menjaga ketenaran mereka dengan mengendalikan pengikut mereka melalui penggunaan simbol, kekuasaan, sihir, tabu atau okultisme. Di Mesir kuno, struktur seperti piramida dan sphinx dibangun untuk mempertahankan kesan publik akan keagungan raja dan menjadikan raja sebagai dewa. Selama perkembangan peradaban Yunani dan Romawi, kesadaran akan pentingnya opini dan citra publik juga sangat kuat. Pada masa itu, karya seni dan sastra bertujuan terutama untuk meningkatkan wibawa raja. Bangsawan istana pada umumnya adalah ahli persuasi dan retorika yang sangat baik. Dalam pidato Cicero, penulis sejarah Julius Caesar, bangunan dan ritual banyak digunakan sebagai media opini dan citra publik pada masa itu. Citra yang semula identik dengan aktivitas kehumasan dalam bisnis, bergeser menjadi aktivitas politik, sehingga dinamika politik sangat erat kaitannya dengan konsep citra. (Riskia Malonda, 2020).

Tujuan komunikasi politik adalah membangun reputasi baik di mata masyarakat. Pencitraan muncul dari informasi yang diperoleh langsung atau tidak langsung, misalnya dari media. Pencitraan bermula dari kata image, yang didefinisikan secara berbeda oleh para ahli dan pada dasarnya memiliki arti yang sama. Makna sebuah citra adalah sesuatu yang abstrak karena sebuah citra tidak dapat diukur secara sistematis, meskipun bentuknya dapat dipersepsikan baik secara positif maupun negatif. Penerimaan dan umpan balik telah positif dan negatif dari khalayak atau masyarakat. (Kertamukti, 2018)

Pencitraan muncul sebagai akumulasi tindakan dan perilaku individu yang kemudian melalui proses untuk membentuk opini publik yang luas. Pada hakekatnya, citra berakar pada nilai-nilai kepercayaan yang sebenarnya diberikan secara individual dan merupakan sudut pandang atau persepsi. Seorang tokoh populer (public figure) dapat memiliki citra baik atau buruk. Keduanya berasal dari citra konvensional dan dibentuk oleh tindakan positif dan negatif para tokoh.

Gambaran orang terkenal, misalnya, dibingkai dari potret mental diri yang sengaja dipaparkan sedemikian rupa. Tujuan dari pencitraan ini adalah untuk memproyeksikan citra positif di antara masyarakat secara keseluruhan. Namun, persepsi publik terhadap citra-citra tersebut tidak selalu sejalan dengan persepsi pencipta citra. Citra yang dibangun dapat dipengaruhi oleh asal usul, status sosial, efisiensi ekonomi, perbedaan pengalaman, dan faktor lainnya. (Riskia Malonda, 2020)

Citra tersebut dapat sepenuhnya dibentuk oleh kemampuan agensi untuk membangun wawasan berdasarkan realitas yang muncul. Semua proses yang ada tentunya dibangun atas kehandalan perusahaan, lembaga atau organisasi. Citra juga dapat dipahami sebagai representasi sosial dan persepsi individu, kelompok atau institusi dalam hubungannya dengan pekerjaan mereka di masyarakat. Seperti yang dijelaskan Kaid, pencitraan dalam politik diciptakan melalui efek visual yang disampaikan melalui tayangan media agar informasi tertanam di benak masyarakat. (Hartina, 2018)

Lebih lanjut dapat dipahami bahwa yang harus diketahui dalam kaitannya dengan pencitraan adalah persepsi yang berkembang di benak masyarakat terhadap realitas yang muncul di media. Dengan demikian, mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat disimpulkan dari sikap seseorang terhadap objek tersebut. Semua sikap berasal dari organisasi kognitif, informasi dan pengetahuan yang dimiliki setiap orang. Tidak mungkin ada teori sikap atau tindakan sosial yang tidak didasarkan pada penelitian landasan kognitif. Efek kognitif komunikasi memiliki pengaruh besar pada proses generasi citra. Citra terdidik berlandaskan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang. Ini karena perhatian orang dipengaruhi oleh gambar yang ada dari pada kondisi sebenarnya di dunia sekitar mereka. Pengetahuan atau efek kognitif yang dialami seseorang mempengaruhi sikapnya, seperti ingin menyukai atau tidak menyukai suatu karakter yang merupakan citra dirinya. (Dianingtyas, 2018).

## **B. Pencitraan Politik**

Citra politik merupakan sesuatu yang mentah dan diharapkan oleh masyarakat maupun politisi dan partainya. Tujuan utama dari pencitraan politik adalah untuk membangkitkan simpati publik dan membuat orang memilih untuk mendapatkan dukungan. Dalam pengertian ini, simpati berarti bahwa masyarakat bersedia memilih tokoh atau partai politik dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat sesuai dengan citra yang ingin diciptakannya. (Mustiqowati, 2021)

Di masa lalu, citra hanya diasosiasikan dengan hubungan masyarakat yang terkait dengan bisnis, tetapi dalam beberapa tahun terakhir telah meluas hingga mencakup politik. Saat ini, tada disebut sebagai komunikasi politik, dan secara khusus membahas proses pembentukan citra politik yang baik di masyarakat. Tindakan dan perilaku individu bertambah untuk membentuk sebuah gambar. (Mandey, 2019)

Citra politik juga terkait dengan keberadaannya sendiri, semua itu dapat dibentuk oleh pihak yang membentuk dan membangun opini publik sesuai dengan apa yang terjadi. Citra politik diciptakan melalui penyajian visual, dan citra ini kemudian disebarluaskan melalui media untuk membentuk gagasan di ranah publik. Citra diperlukan untuk memperoleh legitimasi kekuasaan dalam pemerintahan dan

konstituennya, termasuk partai politik yang beranggotakan kelompok-kelompok dengan tujuan yang sama (Haffar & Rusmulyadi, 2018).

Citra adalah jejak yang menciptakan secara sadar dari suatu objek, orang atau organisasi. Awalnya, citra identik dengan aktivitas kehumasan perusahaan. Namun, terminologi ini bergerak ke arah kegiatan partai politik, sehingga dinamika politik sangat erat kaitannya dengan konsep pencitraan politik. Dalam konteks politik Indonesia, misalnya, politik visual menjadi bahasa umum media cetak dan elektronik. Istilah politik citra semakin diperdebatkan di masyarakat Indonesia karena digunakan oleh para sarjana dan praktisi dalam berbagai kesempatan sebagai bahan diskusi ilmiah. (Kertamukti, 2018)

Citra sangat penting bagi politisi untuk meningkatkan popularitasnya sehingga bisa mendapatkan suara dalam pemilihan umum. Citra politik tidak terlepas dari kemampuan aktor politik untuk mempengaruhi pandangan dan keyakinan politiknya sendiri. Citra politik dapat membantu untuk memahami nilai-nilai dan mengidentifikasi peristiwa, ide, atau tujuan politisi. Citra positif dapat memenangkan simpati basis penggemar dan mengubah mereka yang saat ini berada di grup Juventus menjadi pendukung. Citra politik tercipta atas dasar informasi yang diterima secara langsung atau melalui Twitter yang merupakan salah satu efek dari komunikasi politik saat ini. Citra politik tidak terlepas dari kemampuan aktor politik untuk mempengaruhi pandangan dan keyakinan politiknya sendiri. Citra politik dapat membantu untuk memahami nilai-nilai dan mengidentifikasi peristiwa, ide, atau tujuan politisi. Citra positif dapat memenangkan simpati basis penggemar dan mengubah mereka yang saat ini berada di grup Juventus menjadi pendukung. Citra politik muncul dari informasi yang diperoleh secara langsung atau melalui Twitter yang merupakan salah satu efek dari komunikasi politik saat ini. (Kahar, 2019)

Menurut Dewi dan Janitra (2018). Citra politik terkait dengan pembentukan opini publik, karena opini publik sebagian besar dibentuk oleh citra politik yang ada. Kerangka politik, di sisi lain, dibentuk oleh konsekuensi dari pengetahuan komunikasi politik. Pencitraan memiliki empat fase, yaitu:

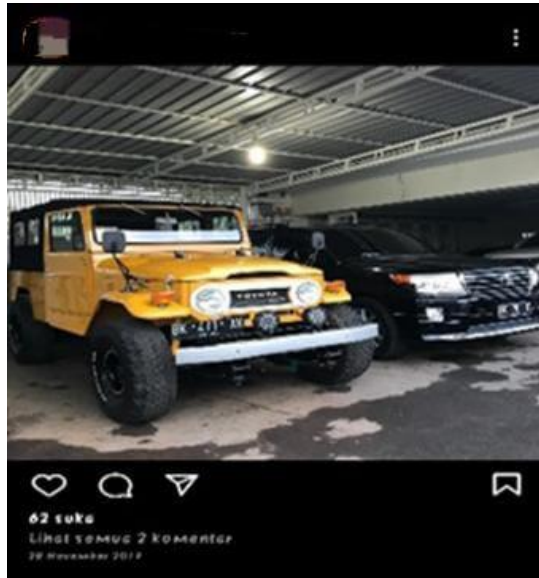
- Representasi, citra yang terbentuk merupakan cerminan dari realitas yang ada.
- Ideologi, citra yang menyampaikan pemahaman realitas yang keliru atau berbeda.
- Gambar dapat mengaburkan realitas dan berpura-pura tidak ada yang nyata.
- Gambaran itu sama sekali tidak bergantung pada realitas yang sebenarnya.

Menanggapi perkembangan politik citra di kancah demokrasi Indonesia, Gazali berpendapat bahwa politik citra melibatkan pemasaran politik dalam tataran sederhana, karena dipasarkan dengan cara yang sama seperti penjualan suatu produk. Jika lebih menuntut, maka dapat dikategorikan sebagai politik komunikasi, bahwa politisi pada hakikatnya mensosialisasikan politik dengan cara yang melibatkan publik. Sebagai elemen terpenting yang dipertimbangkan oleh pemilih dalam mengambil keputusan memilih, tidak mengherankan jika politisi menggunakan konsep pencitraan untuk memperantarai kesenjangan antara apa yang dipahami politisi sebagai perilaku memilih dan apa yang sebenarnya tersimpan dalam benak pemilih yang tertutup. . (Manado.2019)

Media sosial banyak di dimanfaatkan untuk menaikkan citra diri bagi perindividual dan banyak juga dimanfaatkan sebagai panjat sosial (pansos).

Pengunggahan aktifitas yang baik tentunya mendapatkan sorotan yang baik dari viewers atau masyarakat yang menggunakan media sosial. Citra yang baik meningkatkan popularitas dan kelayakan dan sebaliknya. Maka tidak salah jika politisi melakukan jungkir balik dengan citra politik melalui media sosial di Instagram.

Pada akun @bar, Wakil Walikota Medan yaitu (AR). Unggahan awal pada akun ini dimulai dari tanggal 28 November 2017 sebelum beliau menjadi wakil walikota dalam unggahan ini hanya terdapat foto dua mobil dan hanya mendapatkan 62 like dan 2 komentar.



*Gambar 1*

Pada tahun 2020, warga net mulai bersinggahan keakun ini, terlihat pada unggahan 21 Agustus 2020. Yang pada unggahan itu wakil ketua DPRI yang menyatakan bahwa BN & AR menang dalam pemilihan. Dan unggahan ini tayang sebanyak 4.605.



*Gambar 2*

Pencitraan politik terus diperlihatkan dari hari kehari, segala aktivitas yang dilakukan oleh wakil walikota medan di unggah. pada akun ini nampak unggahan sebagai mewujudkan visi misi yaitu Menuju Medan Berkah. Hingga pada unggahan sampai pada saat ini yaitu pada tanggal 8 Desember 2022 pada unggahan ini disukai sebanyak 915 dan beberapa unggahan lainnya yang sampai 108 ribu viewersnya dan dan mendapatkan like hingga 8.385 ribu.

Like, viewers, dan flowers semakin bertambah begitu juga komentar-komentar yang positif mulai bertebaran pada setiap unggahan. Semakin Anda dapat menunjukkan citra yang baik, semakin besar kemungkinan Anda mendapatkan dukungan. Namun dalam konteks konstruksi citra, banyak orang yang kehilangan daya perhatiannya (eye-catcher). Dengan cara ini, citra politik dapat menghasilkan kejutan, rangsangan, dan terobosan informasi yang tidak terduga (entropi).

Unggahan itu dipost diberanda akun instagram ini memperlihatkan semua aktifitas yang baik, pencapaian yang diperoleh dari hari kehari dan tidak hanya itu dalam beberapa unggahan terlihat momen dari keluarga bapak walikota yaitu pada unggahan 17 Oktober 2022 bahwasanya dalam unggahan ini ada momen haru yaitu atas kepergian dari istri wakil walikota dan dalam postingan ini mendapat sorotan support dari warganet.

Pencitraan sosial yang diunggah melalui akun ini pastinya ada pro dan kontra nya. Salah satu kontra yang terjadi dalam unggahan ini salah satunya ada beblah unggahan pada tanggal 25 November 2022 pada saat perayaan hari guru nasional, terlihat dalam postingan ini ada beberapa komentar yang menyatakan untuk membuka arus jalan atau pengalihan arus jalan karena memang terlihat keramaian di arus jalan sehingga menyebabkan kemacetan.

Jadi pencitraan politik yang dilakukan akan mendapatkan berbagai sikap dari warganet, yang mana akan ada netizen yang tidak menyukai dari postingan unggahan kegiatan yang dilakukan.

## **SIMPULAN**

Di akun Instagram @bar, akun tersebut berfokus pada citra politik selama masa jabatannya. Dalam postingan Instagramnya, ia kerap memperkenalkan dirinya kepada masyarakat Kota Medan sebagai sosok pemimpin yang ideal untuk membantu masyarakat Kota Medan. Akun Instagramnya banyak diisi dengan kegiatan sosial wakil walikota, seperti kegiatan sosial di mana wakil walikota mengunjungi daerah kumuh dan pertemuan wakil walikota dengan tokoh-tokoh negara. Unggahan tersebut pada dasarnya adalah postingan yang dirancang untuk mengangkat profil wakil walikota dan memberi tahu pengikut Instagramnya tentang kebijakan saat ini. Instagram @bar juga menampilkan kilasan kehidupan politik pribadi, seperti foto bersama keluarga, foto sebelum acara politik dengan latar panggung dan foto hobi tertentu.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. (Cv. Jejak: Sukabumi.
- Anwar, Putri Azahra, dkk. 2019. Media Massa dan Citra Politik di Indonesia. Makassar: Universitas Muslim Indonesia
- Burhan, Bungin. 2018. Komunikasi Politik Pencitraan. Jakarta: Prenada media.
- Chaffe, Steven. 2019. Studying the New Communication Of Politics. Political Communication Jurnal.
- Cindy C. & Sari W. P. 2019. Citra Diri Dalam Instagram Jokowi. Jurnal Koneksi Volume 3 Nomor 2.
- Dahlan, M. Alwi. 2018. Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bidang Kajian. Jurnal Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: SecondAccount Di
- Dianingtyas M. Putri. 2018. Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa. Jakarta. Universitas Bakrie.
- Fadiyah, Dina dan Jimmy Simorangkir. 2021. Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. Journal of Political Issues Volume 3, Nomor 1.
- Fitriyyah, Mustiqowati Ummul, dkk. 2021. Implikasi Demokrasi Semu dan Politik Pencitraan Berbingkai Islam Terhadap Good Governance. Politea Vol. 4 No. 1
- Gazali, Afandi. 2018. Hand Book Mata Kuliah persuasi dan Manajemen Pencitraan. M.Kompol UI
- Haffiar, Hanny dan Rusmulyadi. 2018. Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial. Jurnal Profesi Humas. UIN Sunan Gunung Djati dan Universitas Padjajaran. Volume 3.
- Haffiar, Hanny dan Rusmulyadi. 2018. Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial. Jurnal Profesi Humas. UIN Sunan Gunung Djati dan Universitas Padjajaran. Volume 3.
- Hartina, Rini, dkk. 2018. Komunikasi dan Media Sosial. Makassar : Universitas Muslim Indonesia.
- Hartina, Rini, dkk. 2018. Komunikasi dan Media Sosial. Makassar : Universitas Muslim Indonesia.

- Hasan, Kamaruddin. 2019. Komunikasi Politik dan Pecitraan (Analisis Teoritis Pencitraan Politik di Indonesia) Volume 2, No. 4.
- Instagram Sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 8 Nomor 3.
- Kahar, Suyatno. 2019. PENCITRAAN Politik Partai Nasdem Melalui Iklan Di Televisi, *Jurnal Humanity*, Volume 9, Nomor 2
- Kertamukti, Rama. 2018. Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Accountinstagram. *Jurnal Komunikasi Profetik* Vol. 09 No.02.
- Malonda, Riskia. 2020. Opini Publik Terhadap Pencitraan Politik Dalam Meningkatkan Tingkat Elektabilitas Politik Pada Pemilu Presiden Tahun 2019 Di Kabupaten Minahasa Jurusan Ilmu Pemerintahan Program Studi Ilmu Politik Fisip Unsrat
- Manado, Detik 2019. Jokowi jadi datang, tapi tidak berkampanye karena untuk menghormati minggu sengsara.
- Mandey, Skivo M. 2019. Prabowo : Kirimlah Putra Minahasa ke istana di Jakarta. KSKPU Kabupaten Minahasa
- Matanasi, Petrik 2019. Mengapa Prabowo Kalah di Minahasa, kampung halaman nenek moyangnya?.
- Ramadani, Rahayu dan Mifda Hilmiyah. 2019. Pembentukan Citra Politik di Media Sosial TwitterKomunida: *Media Komunikasi dan Dakwah* Volume 09 Nomor 02.
- Ramadhan, Muhammad. 2021. *Metode Penelitian, Cipta Media Nusantar (CMN) : Surabaya*.
- Rukin, 2021 *Metedologi Penelitian Kualitatif EdisiRevisi*, CV. Jakad Media Publishing: Surabaya.
- Rumeen, Angel 2018. Caleg wajib sosialisasi Jokowi – Ma’ruf. *Manado Post*.
- Septiana, Al Hamdi. 2019. Pencitraan politikus. *Jurnal Ilmu Sosial dan politik* Volume 10 Nomor 2
- Solihah, Ratnia. 2018. *Peluang dan Tantangan Pemilu Serentak 2019 Dalam Perspektif Politik*. Bandung: Universitas Padjajaran
- Triantoro, D.A. 2019. *Praktik Politik Identitas Dalam Akun Media Sosial Anies Sand*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 16 Nomor 1
- Wardana, Ady. 2020. *Pencitraan Politik Pasangan Calon Presiden Joko Widodo Dan Ma’ruf Amin (Studi Kasus Pada Masa Kampanye Melalui Kompas.Com)* Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri (Uin) Raden Fatah Palembang 1442h / 2020