

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Pengaruh Political Branding Anies Baswedan Terhadap Peningkatan Elektabilitas Di Instagram Menjelang Pemilihan Umum Presiden 2024

Nabilla

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77922&lokasi=lokal>

Abstrak

Political branding merupakan sebuah strategi dan langkah taktis yang digunakan oleh tokoh politik dalam menghadapi kontestasi pemilihan umum. Dalam perkembangan zaman, political branding tidak hanya menggunakan media konvensional, tetapi juga menggunakan dan memanfaatkan media sosial yang memiliki interaktivitas tinggi dan jangkauan yang lebih luas, salah satunya yaitu instagram. Instagram digunakan oleh tokoh politik untuk membagikan aktivitas dan kegiatannya yang bermuatan politis untuk menanamkan kesan di dalam benak masyarakat sesuai dengan tujuannya.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh political branding Anies Baswedan Terhadap Peningkatan Elektabilitas Di Instagram Menjelang Pemilihan Umum Presiden 2024 dengan menggunakan konteks komunikasi politik, teori S-O-R, dan kognitif respon. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, perspektif postivistik, metode survei asosiatif yang menjelaskan hubungan (korelasi) antar variable. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik probability sampling random sebanyak 100 responden dengan penyebaran yang dilakukan pada bulan oktober 2023. Hasil penelitian data yang di uji berdistribusikan normal sehingga menunjukkan pengaruh Political Branding berada pada kategori sedang cenderung tinggi dan untuk Elektabilitas Di Instagram berada pada kategori tinggi cenderung sedang.

Hasil Uji Korelasi Non Parametric menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r) senilai 0.929 berada pada kategori cukup tinggi, nilai signifikansi pada 0.01. penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Political Branding Anies Baswedan Terhadap