

Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Politik @puterikomarudin melalui Instagram

Aldi Hardianto¹, Muhammad Adi Pribadi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: aldi.915200210@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: adip@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 10-10-2023, revisi tanggal : 15-11-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-01-2024

Abstract

Political communication through online media is important for an election candidate to achieve their goals. One of the political communication activities of political elites with the public is carried out by DPR member Puteri Komarudin. This study aims to determine how the role of symbolic interaction in political communication planning through Instagram social media @puterikomarudin aimed at Generation Z as election voters. This research uses qualitative research methods. The results showed that the symbolic interaction applied in @puterikomarudin's political communication planning was carried out by instilling clear identities and values. The strong role of symbolic interaction in the @puterikomarudin account has an impact on the political communication planning process in achieving the goal of the DPR RI general election and team performance.

Keywords: *political communication, political communication planning, symbolic interaction*

Abstrak

Komunikasi politik melalui media *online* merupakan hal penting dilakukan bagi seorang kandidat pemilu dalam mencapai tujuannya. Salah satu kegiatan komunikasi politik elit politik dengan masyarakat dilakukan oleh anggota DPR Puteri Komarudin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran interaksi simbolik dalam perencanaan komunikasi politik melalui media sosial Instagram @puterikomarudin yang ditujukan ke generasi Z sebagai pemilih pemilu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi simbolik yang diterapkan dalam perencanaan komunikasi politik @puterikomarudin dilakukan dengan menanamkan identitas dan nilai-nilai yang jelas. Kuatnya peran interaksi simbolik dalam akun @puterikomarudin berdampak pada proses perencanaan komunikasi politik dalam mencapai tujuan pemilihan umum DPR RI, dan kinerja tim.

Kata Kunci: interaksi simbolik, komunikasi politik, perencanaan komunikasi politik

1. Pendahuluan

Komunikasi faktual sesuai dengan kondisi di lapangan penting dilakukan menjelang pemilihan umum. Dengan demikian rakyat atau pemilih akan mampu memilih sesuai kualitas kandidat yang ditunjukkan saat berkomunikasi (Ahmadi, 2015). Dalam konteks ini, interaksi diekspresikan dalam bentuk simbol, yang kemudian dikenal sebagai interaksi simbolik menurut pandangan Blummer (Amir, 2020). Interaksi simbolik di media sosial Instagram ditunjukkan saat pengguna

berperan aktif menciptakan citra yang sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Seorang politikus yang berusaha mendapatkan dukungan publik dan menyebarkan informasi akan terus menampilkan gambaran diri yang mencerminkan citra positif dengan harapan mendapatkan simpati dari masyarakat (konstituen). Oleh karena itu, seseorang dalam melakukan tindakan selalu terikat pada penafsiran yang diberikan oleh orang lain serta keinginan untuk dipersepsikan oleh orang lain. Hal ini menjadi fokus bagi beberapa individu, termasuk politikus yang berusaha mempengaruhi opini generasi Z melalui aktivitas mereka di Instagram. Oleh karena itu, seorang politikus perlu membangun citra komunikasi politik yang sesuai dengan cara mereka berinteraksi.

Pemilih akan memilih calon legislatif secara langsung dalam sistem pemilihan umum. Hal ini menyebabkan model persaingan menjadi lebih rumit, dan taktik untuk menang sendiri juga akan lebih rumit. Organisasi partai harus memiliki rencana untuk menarik pemilih untuk memilih partai tersebut. Partai juga harus memiliki rencana untuk memperoleh kursi sebanyak mungkin. Serta setiap calon juga memerlukan strategi tersendiri agar memperoleh suara sebanyak-banyaknya untuk memperoleh sebuah kursi dalam parlemen (Heryanto, 2018). Untuk mendapatkan suara dalam pemilu legislatif, partai politik sering memanfaatkan kader-kader mereka, yang dikenal sebagai "kader jenggot" atau "kader dadakan". Kader jenggot ini seringkali memenangkan suara pada pemilu legislatif karena besarnya popularitas mereka. Namun, jika popularitas seorang kader tidak memadai sebagai calon anggota DPRD, kinerja dan kemampuan mereka akan kurang efektif ketika mereka duduk di kursi parlemen.

Komunikasi politik melalui media *online* merupakan hal penting dilakukan bagi seorang kandidat dalam mencapai tujuan. Komunikasi politik yang dilakukan dengan baik dapat berdampak positif bagi kandidat tersebut. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah *voting* atau respon positif yang meningkat. Oleh karena itu, promosi ataupun kampanye kandidat pemilu harus direncanakan dengan baik agar dapat terlaksana dan menghasilkan dampak yang diharapkan kandidat. Perencanaan komunikasi politik tidak luput dari adanya komunikasi yang memiliki keterkaitan antar komunikasi dengan tujuan untuk membangun interaksi dan makna. Proses tersebut dimaknai para ahli melalui interaksi simbolik.

Interaksi simbolik adalah faktor penting yang mengikat individu yang sedang melaksanakan perencanaan komunikasi politik sebagaimana dilakukan oleh Puteri Komarudin selaku kandidat pemilu anggota DPR RI yang menjabat kembali untuk periode keduanya. Menjelang pemilu presiden dan legislatif 2024, banyak politisi Indonesia berkomunikasi melalui akun media sosial. Misalnya Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil melalui akun @ridwankamil, Gubernur Jawa Tengah melalui akun ganjar_pranowo, anggota DPR RI melalui akun @puterikomarudin, dan anggota DPD RI melalui akun @jjalyka.maharani. Para politisi memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan komunikasi politik, antara lain mengkomunikasikan program kerjanya, memberikan informasi kepada masyarakat dan mendengarkan keinginan masyarakat.

Puteri Anetta Komarudin adalah anggota Komite XI DPR RI. Pemilihan Puteri Komarudin sebagai agen politik mendapat sorotan karena ia sangat komunikatif dalam menyampaikan pemikirannya sebagai anggota DPR bahkan menyebut timnya "Golongan Puteriand". Komunikasi sang putri melalui akun Instagramnya dinilai berhasil meningkatkan reputasi lembaga DPR RI. Akun Instagram @puterikomarudin banyak diisi dengan pemikiran politik baik dalam bentuk video maupun artikel.

Sebagai anggota DPR, Puteri Komarudin patut dicontoh dalam aktivitas komunikasi politik karena pentingnya komunikasi antara masyarakat dan elit politik. Permasalahan masyarakat dapat dikurangi melalui komunikasi yang baik karena hanya dengan cara itulah politisi bisa memperhatikan keinginan masyarakat. Masyarakat juga memiliki kemampuan untuk melacak kinerja wakil rakyat yang dipilihnya. Wakil rakyat yang baik sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka mendengarkan keinginan masyarakat. Puteri Komarudin mampu berkomunikasi dengan baik dengan generasi milenial saat ini karena dia menyadari fakta bahwa media sosial sekarang menjadi bagian penting dari kehidupan setiap orang.

Lahir di Bandung pada tahun 1993, Puteri Komarudin adalah anggota parlemen Partai Golkar untuk periode 2019-2024 dengan suara 70.164 untuk Daerah Pemilihan Jawa Barat VII, yang mencakup Bekasi, Karawang, dan Purwakarta. Ia adalah anggota Komisi XI DPR RI yang berkonsentrasi pada keuangan, perbankan, dan perencanaan pembangunan nasional. Bekerja di komisi tersebut, Puteri Komarudin menerima penghargaan “Harapan Demokrasi” pada Oktober 2021; atas upaya proaktif untuk meningkatkan transparansi di badan legislatif. Penghargaan ini menunjukkan bahwa Puteri Komarudin telah menjadi harapan masyarakat di dunia legislatif, mendengarkan dan memperjuangkan aspirasi masyarakat demi kebaikan bersama.

Media sosial Instagram tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi untuk berbagi foto dan informasi, tetapi juga dapat digunakan untuk diskusi politik dan memengaruhi pemilihan Media *online* yang saat ini menjadi alternatif masyarakat dalam mencari informasi digunakan oleh berbagai pihak dalam membentuk suatu opini publik dengan menyebarkan berita dan informasi. Dengan berbagai informasi yang ada di media *online* yang dibentuk sedemikian rupa, akan membentuk suatu pemikiran pada masyarakat sehingga memilih kandidat tertentu yang telah melakukan perencanaan komunikasi politik yang tepat melalui media *online*.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti ingin mengetahui bagaimana anggota DPR RI yakni Putri Komarudin (@puterikomarudin) dalam melakukan perencanaan komunikasi politik dengan menggunakan interaksi simbolik melalui media sosial Instagram.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sukmadinata (dalam Alaftariasaujana dan Pribadi, 2023), penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan secara individu atau kelompok, yang bertujuan untuk menganalisis fenomena, aktivitas sosial, sikap, keyakinan, peristiwa, pengamatan dan pemikiran. Metode penelitian kualitatif digunakan karena tujuan penelitian adalah untuk mengetahui peran interaksi simbolik dalam perencanaan komunikasi politik melalui akun Instagram @puterikomarudin yang menyasar Generasi Z sebagai peserta pemilu.

Dalam penelitian ini, digunakan metode studi kasus yang bersikap deskriptif. Studi kasus dipilih dalam penelitian ini karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang membahas sebuah fenomena dalam batas waktu tertentu dan akan menghasilkan sebuah pembahasan atau solusi baru untuk diterapkan. Menurut Yin (2014), penelitian dengan menggunakan metode studi kasus dapat membantu dalam mendeskripsikan fenomena seperti kehidupan manusia, kegiatan organisasi dan manajerial, perubahan kehidupan sosial, hubungan personal hingga internasional, serta berbagai kematangan industri yang ada.

Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan Puteri Komarudin, observasi akun Instagram @puterikomarudin, dan dokumentasi. Menurut Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, pengolahan dan analisis data terdiri dari tiga tindakan yang dilakukan secara bersamaan (Putri, 2020). Peneliti akan menggunakan teknik seperti kecukupan referensi, pengecekan anggota, dan uraian rinci untuk bagian teknik keabsahan data (Sugiyono, 2019).

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Interaksi Simbolik Pada Media Sosial Instagram @puterikomarudin

Teori tentang hubungan simbolik dikembangkan oleh George Herbert Mead. Ketika Mead menjadi profesor filsafat di Universitas Chicago pada tahun 1920an (dalam Khoiroh, 2017; 1-167). Interaksi simbolik adalah cara memandang dunia, diri sendiri, dan masyarakat. Dalam membangun teori komunikasi, pemahaman ini sangat berperan. Interaksi simbolik menjelaskan bagaimana orang berbagi makna satu sama lain dalam jangka waktu dan cara tertentu (Morrisson, 2013; 74). Namun, setelah mahasiswanya menulis catatan dan kuliahnya, terutama melalui buku-buku seperti *Mind*, *Self*, dan *Society*, yang menjadi acuan utama teori interaksi simbolik, pemikirannya tentang teori tersebut berkembang pesat.

a) *Mind*

Mead menjelaskan hal ini sebagai kemampuan menggunakan simbol sebagai norma sosial. Ia percaya bahwa orang harus mengembangkan pikirannya melalui interaksi dengan orang lain. Menurut Mead, ada tiga bagian utama psikologi:

1) *Significant symbol*

Menurut Mead, bahasa dapat dibagi menjadi simbol signifikan, atau dalam kata lain, simbol yang memiliki makna yang sama untuk sekelompok orang tertentu, yang memungkinkan interaksi terjadi antara mereka. Menurut hasil wawancara bersama Puteri Komarudin selaku pemilik akun Instagram @puterikomarudin, ciri khas yang dikenal publik adalah simbol Salam Golongan Puteri, yang seperti simbol *Saranghae/Sarangheo* yang juga populer di kalangan anak muda. Simbol ibu jari dan jari telunjuk yang disilangkan dan membentuk simbol *finger heart* (tanda cinta). Awalnya simbol ini digunakan ketika masa Pemilu 2019 silam. Pada saat itu Puteri Komarudin mendapatkan nomor urut dua (2) dan muncullah simbol *Saranghae* dengan penamaan Salam Golongan Puteri. Namun seiring berjalannya waktu simbol tersebut makin melekat ketika Puteri Komarudin bertemu masyarakat di daerah pemilihan, juga audiens di media sosial. Hingga saat ini simbol tersebut terus melekat di setiap aktivitas yang dilakukan Puteri Komarudin bersama konstituen.

2) *Thought*

Seseorang melakukan interaksi dengan dirinya sendiri untuk mengidentifikasi, menamai, dan memaknai simbol saat mereka menerima dan menggunakan berbagai simbol yang ada. Pada @puterikomarudin, *thought* atau interaksi dengan simbol yang ada, dibuktikan melalui mendiskusikan ide bersama tim media dan pemilik akun dari @puterikomarudin yakni Puteri Komarudin. Hal ini membuat agar konten @puterikomarudin untuk tetap relevan dengan zaman dan

harus bisa beradaptasi secara medium komunikasi. Hal ini membuktikan adanya unsur *thought* dari teori interaksi simbolik.

3) *Role Taking*

Selama proses berpikir, manusia memasukkan makna ke dalam memori otak untuk memperkaya makna simbol-simbol yang dipelajarinya. Hal ini memungkinkan orang untuk melakukan tugas, yang memungkinkan mereka untuk berpikir tentang diri mereka sendiri dan menempatkan diri mereka dalam benak orang lain. Dalam melakukan pengoperasian akun @puterikomarudin, pemilik akun @puterikomarudin melakukan pembagian peran masing-masing antara tim media dan pemilik akun dalam pengoperasian akun @puterikomarudin. Dalam pembagian tugas ini, diharapkan agar peran dapat dijalankan sesuai dengan tujuan komunikasi politik Puteri Komarudin.

b) *Self*

Menurut Mead, daya untuk merefleksikan diri dari perspektif orang lain adalah perkembangan dari pengambilan peran khusus, yaitu ketika seseorang berpikir tentang bagaimana orang lain melihat diri mereka. Mead menjelaskan tiga konsep dalam *self*, yaitu:

1) *looking-glass self*

Konsep ini berdasarkan “cermin diri”, kemampuan seseorang untuk melihat dirinya sendiri dalam pandangan dari orang lain. Dilihat dari sisi generasi Z, tanggapan yang diberikan publik terhadap akun @puterikomarudin sudah cukup baik. Generasi Z selaku pengikut Instagram @puterikomarudin menilai bahwa sosok Puteri Komarudin adalah sosok yang paham akan kekuatannya untuk mempengaruhi gen Z lainnya sebagai anggota DPR RI, khususnya dalam segi keuangan. Banyak anak muda belum memiliki pemahaman mendalam mengenai keuangan, namun konten informatif yang disertai aksi dari Putri Komarudin sebagai bentuk komunikasi politik cukup membantu. Selain itu, ketika melihat konten yang ada di media sosial, Puteri Komarudin menunjukkan dirinya sebagai sosok yang dapat dijadikan motivasi khususnya anak muda. Konten yang dibuat juga *up to date* sesuai dengan yang dibutuhkan oleh setiap kalangan

2) *Pygmalion Effect*

Ketika harapan atau ekspektasi orang lain mempengaruhi perilaku dan perilaku seseorang, orang ingin memenuhi ekspektasi tersebut. Dalam pembuatan konten @puterikomarudin, generasi Z tidak terlibat langsung pada setiap konten politiknya. Namun, @puterikomarudin melakukan edukasi soal permasalahan ini untuk kebaikan masyarakat. Secara tidak langsung dari konten-konten tersebut terbentuklah citra Puteri Komarudin yang selalu memberi wawasan dan solusi secara substantif untuk persoalan keuangan di masyarakat. Disini dapat dilihat bahwa terjadi Efek Pygmalion

3) *I and Me*

Sebagai subjek, manusia dapat bertindak, dan sebagai objek, manusia dapat melihat dirinya dalam bertindak. Mead mengacu pada subjek atau diri sebagai *I*, dan objek atau melihat diri sebagai *Me*. *I* mempunyai sifat yang impulsif, spontan, dan kreatif. Pada saat yang sama, *Me* mempunyai sifat yang lebih reflektif dan sensitif secara sosial. Dalam

pembentukan konten pada akun @puterikomarudin, tim media @puterikomarudin melakukan riset untuk menentukan idenya serta menyaring setiap informasi dan data yang diperoleh. Hal ini berperan sebagai *I* dalam teori inetraksi simbolik. Sedangkan *Me*, @puterikomarudin tentu juga memikirkan isi konten yang sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan masyarakat agar dapat diterima oleh publik terutama generasi Z. Kedua hal ini membuktikan adanya *I* dan *Me* sesuai dengan konsep teori inetraksi simbolik.

c) *Society*

Mead mendefinisikan sebuah jejaring hubungan sosial. Masyarakat tercipta oleh manusia sendiri. Masing-masing manusia secara aktif dan sukarela berpartisipasi dalam masyarakat sesuai dengan perilaku yang mereka pilih. Oleh karena itu, masyarakat menggambarkan keterkaitan beberapa perilaku yang individu adaptasikan. Menurut Mead terdapat dua bagian krusial dari masyarakat yang mempengaruhi pemikiran dan diri, yaitu:

1) *Significant others*

Kesatuan tim @puterikomarudin dijaga dengan erat karena adanya kesadaran bahwa tim yang baik akan menghasilkan konten yang baik. Oleh karena itu, pemilik akun @puterikomarudin memiliki aturan untuk mencoba membangun citra sebagai sosok politisi yang peduli dengan masalah keuangan (sesuai bidang Komisi XI). Selain itu, juga memposisikan diri @puterikomarudin sebagai tokoh yang peduli soal perempuan dan kepemudaan. Profil @puterikomarudin sebagai salah seorang politisi perempuan muda di parlemen yang kemudian dianggap masyarakat sebagai daya tarik dan citra yang baik. Akun @puterikomarudin juga menyebarkan informasi-informasi terkait isu serta dukungan untuk anak muda dan perempuan Indonesia. Pada akhirnya, seluruh tim media akan melakukan hal-hal yang disepakati bersama. Hal ini dalam usaha untuk mencapai *significant others*.

2) *Generalized other*

Individu lain mengacu pada perspektif keseluruhan masyarakat atau kelompok budaya. Orang lain memberi informasi dan melaporkan norma, praktik, dan sikap masyarakat. Selain dalam pemikiran bagaimana permasalahan serta kebutuhan masyarakat dalam menentukan konten, @puterikomarudin tentu juga memiliki lingkungan luar yang berpengaruh dengan jalannya usaha ini. Tentu dalam pembuatan konten, @puterikomarudin menekankan tidak mengandung unsur SARA atau menyingung agar tetap memetahui peraturan daerah yang berlaku. Selain itu, @puterikomarudin tidak boleh merusak nama instansi pemerintah serta melakukan tindakan yang merugikan partai maupun anggota parlemen walaupun tidak berada dalam partai yang sama. Hal ini juga bertujuan agar hubungan antara konsumen dengan pihak @puterikomarudin terjaga dengan baik.

Perencanaan Komunikasi Politik @puterikomarudin

Menurut buku Larry Percy dan Richard Rosenbaum-Elliott "*Strategic Advertising Management 4th Edition*", perencanaan adalah pernyataan tertulis tentang apa yang akan atau harus dilakukan. Perencanaan selalu berfokus pada masa depan. Perencanaan komunikasi adalah pernyataan tertulis tentang langkah-langkah apa yang

harus dilakukan dalam suatu kegiatan komunikasi untuk mengubah perilaku yang kita inginkan. Perencanaan komunikasi, menurut Fergusson (Sani, 2021), pada dasarnya adalah dokumen penting untuk menyelesaikan masalah di lapangan dan menyediakan rencana strategis organisasi untuk menjalankan program bisnisnya. Menurut Fergusson, ada tiga tahap yang diperlukan untuk memulai perencanaan komunikasi:

- a) Proses Perencanaan harus meliputi *who*, *how*, dan *when*.

Khususnya, siapa yang akan bertanggung jawab untuk menyusun perencanaan komunikasi? Setelah perencanaan komunikasi dibuat, siapa yang akan menjadi komunikator yang tepat untuk menyampaikan pesan adalah *who*. Menurut Kinkead & Winokur (dalam Sani, 2021), orang yang tepat sebagai komunikator adalah orang yang dapat mempengaruhi lingkungan organisasi baik di dalam maupun di luarnya. Hal ini juga berkaitan dengan prinsip-prinsip untuk menulis perencanaan, seperti mempertimbangkan jangka waktu, menulis perencanaan sesuai dengan perspektif organisasi, dan memilih waktu yang tepat untuk menyusun perencanaan komunikasi.

Bagi Puteri Komarudin selaku pemilik akun @puterikomarudin, saat merencanakan komunikasi politik, hal yang paling pertama diperhitungkan adalah kepentingan masyarakat. Ia akan terlebih dahulu mengumpulkan dan menimbang usulan atau permintaan masyarakat, agar bisa dikomunikasikan dengan pihak pusat dan pada akhirnya bisa diwujudkan. Sebagai pemimpin, Puteri Komarudin akan memberikan gambaran besar dalam perencanaan kepada tim. Namun seperti layaknya rekan kerja, Puteri Komarudin memberikan kebebasan kepada tim medianya, jika ada masukan atau saran dalam perencanaan komunikasi politik.

- b) Perencanaan komunikasi memiliki prinsip penyesuaian

Hal ini menjelaskan bahwa rencana komunikasi harus memperhitungkan waktu, kebutuhan dan perkembangan di bidang internal dan eksternal organisasi. Dengan kata lain, rencana komunikasi komunikator harus mampu beradaptasi dengan perubahan. Puteri Komarudin sebagai pemilik akun Instagram @puterikomarudin membuat perencanaan komunikasi dengan mempertimbangkan citra yang berhubungan dengan generasi Z selaku khalayak audiens, seperti membahas isu yang sedang terjadi atau dialami, kesehatan mental, putus asa dengan cita-cita dan masih banyak hal yang bisa dibahas agar generasi Z atau masyarakat merasa kalau @puterikomarudin hadir dan dekat dengan kehidupan masyarakat. Secara internal, perencanaan komunikasi politik dengan tim pemenang tentunya dengan melakukan pertemuan rutin dan berdiskusi tentang apa yang paling menjadi kebutuhan tim @puterikomarudin. Selain itu Puteri Komarudin juga terbuka dengan strategi dan masukan lain yang diberikan oleh tim pemenang @puterikomarudin

- c) Proses perencanaan komunikasi melibatkan analisis situasi, pemahaman tentang lingkungan internal dan eksternal, tujuan komunikasi, pesan, medium, dan anggaran biaya.

Akun Instagram @puterikomarudin melakukan perencanaan komunikasi politik dimulai dengan memberikan gambaran besar dalam perencanaan. Selain itu juga memberikan masukan atau saran dalam perencanaan komunikasi politik. Tim media beserta tim pemenang @puterikomarudin mengadakan pertemuan secara rutin untuk merencanakan serta

menguraikan kebutuhan dalam perencanaan komunikasi politik yang akan dilakukan. Dalam membuat konten komunikasi politik, guna untuk menjangkau generasi Z, @puterikommarudin membuat konten-konten yang dekat dengan permasalahan di kalangan masyarakat terutama generasi Z. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan kepada masyarakat, bahwa ada sosok di dalam batang tubuh pemerintahan yang peduli dengan persoalan masyarakat. Pada tahapan akhir dalam komunikasi politik melalui media sosial Instagram @puterikommarudin, tim beserta Puteri Komarudin juga aktif berkomunikasi melalui membalas komentar dan pesan dari para pengikut agar menunjukkan komunikasi terjadi secara dua arah, sehingga masyarakat juga bisa ikut menyampaikan masukan, kritik, dan aspirasi lainnya melalui media sosial.

4. Simpulan

Interaksi simbolik yang diterapkan dalam perencanaan komunikasi politik @puterikommarudin dilakukan dengan menanamkan identitas dan nilai-nilai yang jelas dapat membentuk dasar untuk citra diri bagi Putri Komarudin. Ciri khas yang dikenal publik adalah simbol Salam Golongan Puteri, yang seperti simbol ibu jari dan jari telunjuk yang disilangkan dan membentuk simbol tanda cinta (*finger heart*, kemudian simbol *Saranghae* itu digunakan dengan penamaan Salam Golongan Puteri yang juga mewakili nomor urut pemilihan umum yakni nomor dua milik Puteri Komarudin.

Kuatnya peran Interaksi Simbolik dalam @puterikommarudin berdampak pada proses perencanaan komunikasi politik dalam mencapai tujuan pemilihan umum DPR RI. Selain itu, peran Interaksi Simbolik dalam @puterikommarudin berdampak dalam kinerja tim yang bekerja dan memiliki sinergi yang baik sehingga dapat melaksanakan proses perencanaan komunikasi politik untuk mencapai tujuan.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Ahmadi. (2015). Analisis Konstruksi Hukum Konstitusionalitas Pemilu Serentak Pada Tahun 2019. *Jurnal Al-'Adi*, 8.
- Alaftariasaujana, W.;& Pribadi, M. A. (2023). The Role of Symbolic Interaction In The Planning Of The Marketing Communication Through Social Media (A Case Study of Instagram @Kulinertanjungpinang). *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(1)
- Amir, M. (2020). Kesenjangan Pemilu 2024 yang Paling Ideal Berdasarkan Berdasarkan Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia. *Depok: AL-ISHLAH: Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 23, No 2, 116.
- Heryanto, G. G. (2018). Media Komunikasi Politik, Dilema Antara Idealitas dan Realitas Politik (Pertama). *IRCiSoD*.

- Khoiroh, Umatul. 2017. Instagram Sebagai Media Interaksi Simbolik Dalam Menciptakan Gaya Hidup (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Fitur pada Konsumen Secret Garden Coffee & Chocolate Yogyakarta)
- Morrison. (2013). *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Percy, L.; & Rosenbaum-Elliott, R. (2012). *Strategic Advertising Management* (4th Edition p.). Oxford University Press.
- Putri, Shania Dwi. (2020). Strategi Pengelolaan Komunikasi Dalam Membentuk Authentic Personal Branding Dalam Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Seleb Tiktok).
- Sani, N. (2021). Perencanaan Komunikasi Pemasaran Pada PT. Agung Automall Cabang Harapan Raya Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Program Toyota Ada Untuk Anda. *Jurnal Repository UIN-Suska*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, Robert K. (2014). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.