ANALISIS STRATEGI ERI CAHYADI DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENJELANG PILWALI PERIODE 2025-2030

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial

Bidang Ilmu Politik

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Oleh :

Muhammad Iryasa Andreti

NIM :

I91219096

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2025

PERTANGGUNGJAWABAN PENELITIAN SKRIPSI

PERTANGGUNGJAWABAN PENELITIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Muhammad Iryasa Andreti
NIM	: I91219096
Program Studi	: Ilmu Politik
Judul Skripsi	: Analisis Strategi Eri Cahyadi Dalam Membangun Citra Politik di Media Sosial Instagram Menjelang PILWALI Periode 2025-2030

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan maupun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 23 Juli 2025



(M. Iryasa Andreti)
NIM I91219096

Dipindai dengan CamScanner

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah memeriksa dan memberikan arahan terhadap Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Iryasa Andreti

NIM : I91219096

Program Studi : Sosiologi

Berjudul ***"Analisis Strategi Eri Cahyadi Dalam Membangun Citra Politik di Media Sosial Instagram Menjelang PILWALI Periode 2025-2030"***, saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan agar mahasiswa yang bersangkutan memperoleh izin untuk melanjutkan ke tahap penelitian skripsi.

Surabaya, 23 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Moh. Fathoni Hakim, M.Si.

NIP 198401052011011008

PENGESAHAN

PENGESAHAN

Skripsi oleh Muhammad Iryasa Andreti dengan judul Analisis Strategi Eri Cahyadi Dalam Membangun Citra Politik Di Media Sosial Instagram Menjelang Pilwali Periode 2025-2030 telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 05 Januari 2026

Tim Penguji Skripsi

Penguji I	Penguji II
Moh Fathoni Hakim, M.Si	Dr. Moh Ilyas Rolis, S.Ag, M.Si
NIP. 198401052011011008	NIP. 197704182011011007

Penguji III	Penguji IV
Dr. H. Moh Syaeful Bahar, S.Ag, M.Si	Dr. Noor Rohman, M.A.
NIP. 197803152003121004	NIP. 198510192015031001

Surabaya, 05 Januari 2026

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan

Prof. Dr. H. Abdul Chalik, M. Ag.

Nip. 197306272000031002

iii

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Iryasa Andreti
NIM : I 0121096
Fakultas/Jurusan : FISIP Ilmu Politik
E-mail address : andretbs123@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Strategi Eri Cahyadi Dalam Membangun Citra Politik Di Media Sosial Instagram Menjelang Pilwali Periode 2025 – 2030.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(Muhammad Iryasa Andreti)
nama terang dan tanda tangan

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRACT

Iryasa Andreti, Muhammad. "Eri Cahyadi's Strategy Analysis in Building Political Image on Instagram Social Media Ahead of the 2025-2030 Mayoral Election". Sunan Ampel State Islamic University Surabaya, 2025.

This study aims to analyze Eri Cahyadi's strategy in building his political image on Instagram social media ahead of the 2025-2030 mayoral election. Using a descriptive qualitative approach, this research involves in-depth interviews with followers of Eri Cahyadi's Instagram account as well as analysis of posts depicting his leadership, social, and personal activities in the digital space. This study uses Political Image Theory as the basis for analysis to understand how aspects of personal image, performance image, leadership image, and socio-moral image are constructed and conveyed through social media. Instagram serves as the primary platform used by Eri Cahyadi to construct a political narrative focused on closeness to society, work transparency, and humanist leadership values. This study shows that Eri Cahyadi consistently presents an image as a down-to-earth, religious leader who is responsive to the needs of the community. Participatory content, such as interactions in the comment sections and documentation of public activities, reinforces a positive impression and followers' trust in him. Social media functions not only as a medium for political information, but also as an effective and measurable tool for shaping public perception. This study indicates that digital communication strategies via Instagram play an important role in shaping political image and electoral support at the local level. These findings reflect how social media can become a symbolic space that influences people's political behavior in the digital communication era.

Keyword: *Political Strategy, Social Media, Instagram, Self-Image, Eri Cahyadi*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

ABSTRAK

Iryasa Andreti, Muhammad. "Analisis Strategi Eri Cahyadi Dalam Membangun Citra Politik di Media Sosial Instagram Menjelang PILWALI Periode 2025-2030". Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Eri Cahyadi dalam membangun citra politik di media sosial Instagram menjelang PILWALI Periode 2025-2030. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini melibatkan wawancara mendalam kepada pengikut akun Instagram Eri Cahyadi serta analisis terhadap konten unggahan yang menampilkan aktivitas kepemimpinan, sosial, dan personalitasnya di ruang digital. Penelitian ini menggunakan Teori Pencitraan Politik (Political Image Theory) sebagai dasar analisis untuk memahami bagaimana aspek citra personal, citra kinerja, citra kepemimpinan, dan citra sosial-moral dibangun dan disampaikan melalui media sosial. Instagram menjadi media utama yang digunakan Eri Cahyadi untuk mengonstruksi narasi politik yang berorientasi pada kedekatan dengan masyarakat, transparansi kerja, serta nilai-nilai kepemimpinan yang humanis. Penelitian ini menunjukkan bahwa Eri Cahyadi secara konsisten menampilkan citra sebagai pemimpin yang merakyat, religius, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Konten yang bersifat partisipatif, seperti interaksi di kolom komentar dan dokumentasi kegiatan publik, memperkuat kesan positif dan kepercayaan pengikut terhadap sosoknya. Media sosial berfungsi bukan hanya sebagai sarana informasi politik, tetapi juga sebagai alat pembentukan persepsi publik yang efektif dan terukur. Penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi digital melalui Instagram memiliki peran penting dalam pembentukan citra politik dan dukungan elektoral di tingkat lokal. Temuan ini mencerminkan bagaimana media sosial mampu menjadi ruang simbolik yang memengaruhi perilaku politik masyarakat di era komunikasi digital.

Kata Kunci: *Strategi Politik, Media Sosial, Instagram, Citra Diri, Eri Cahyadi*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN iii
PERTANGGUNGJAWABAN PENELITIAN SKRIPSI iii
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Fokus Penelitian 10
C. Tujuan Penelitian 10
D. Manfaat Penelitian 10
E. Definisi Konseptual 11
F. Sistematika Pembahasan 16
BAB II PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK **20**
A. Penelitian Terdahulu 20
B. Kajian Pustaka 31
C. Kerangka Teori 40
BAB III METODE PENELITIAN **46**
A. Jenis Penelitian 46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 49
C. Pemilihan Subyek Penelitian 51
D. Tahap-Tahap Penelitian 54
E. Teknik Pengumpulan Data 55
F. Teknik Analisis Data 58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **60**
A. Analisis Strategi dan Komunikasi Politik 62
B. Analisis Pesan Politik dan Citra Kepemimpinan 78

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

C. Refleksi Strategi Kampanye dan Gaya Kepemimpinan 90
BAB V PENUTUP **95**
A. Kesimpulan 95
B. Saran 98
DAFTAR PUSTAKA **101**

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Informan 54

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Tata Letak Wilayah Kota Surabaya 50

Gambar 4. 1 Gaya Komunikasi Digital Eri Cahyadi..... 65

Gambar 4. 2 Program Kerja Masa Kepemimpinan Eri Cahyadi - Armuji 79

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Anwar. *Komunikasi politik: filsafat, paradigma, teori, tujuan, strategi, dan komunikasi politik Indonesia*. Graha Ilmu, 2011.

Arnandy, Taufik, Sri Sutjiatmi, Unggul Sugi Harto, dan Muhammad Safdar Bhatti. "Digital Political Branding: Instagram Strategy of Regional Head Candidates for Electoral Success in Indonesia 2024." *Potret Pemikiran* 28, no. 2 (31 Desember 2024): 291. doi:10.30984/pp.v28i2.3301.

Bossetta, Michael. "The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 95, no. 2 (Juni 2018): 471–96. doi:10.1177/1077699018763307.

Fellanny, Putri, dan Sinta Paramita. "Analisis Digital Branding pada Media Sosial Akun Instagram." *Prologia* 7, no. 1 (29 Maret 2023): 189–97. doi:10.24912/pr.v7i1.21303.

Hamadi, Yans. "Strategi Media Sosial Kepala Daerah dalam Membangun Citra Positif dan Implementasi Visi Misi." *Indonesian Journal of Intellectual Publication* 4, no. 2 (30 Maret 2024): 17–29. doi:10.51577/ijipublication.v4i2.508.

Hariyanto, Didik, Ferry Adhi Dharma, dan Isnaini Rodiyah. "Komodifikasi Agama Dalam Politik Identitas," t.t.

Hatmanti, Gendis Ayu Putri Ning Yudhi, dan Nyarwi Ahmad. "Politisi dengan tingkat elektabilitas rendah dan strategi branding politik: analisis multimodalitas akun instagram puan maharani." *Jurnal Komunikasi Profesional* 7, no. 4 (20 September 2023): 583–611. doi:10.25139/jkp.v7i4.5813.

Hidayati, Festy Rahma. "Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper." *JURNAL LENSA MUTIARA KOMUNIKASI* 5, no. 2 (28 Desember 2021): 145–61. doi:10.51544/jlmk.v5i2.2385.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Kaplan, Andreas M., dan Michael Haenlein. “Social Media: Back to the Roots and Back to the Future.” Disunting oleh Helene Delerue. *Journal of Systems and Information Technology* 14, no. 2 (27 April 2012): 101–4. doi:10.1108/13287261211232126.

Koc-Michalska, Karolina, dan Darren G. Lilleker, ed. *Digital Politics: Mobilization, Engagement and Participation*. 1 ed. Routledge, 2018. doi:10.4324/9780429459955.

Lilleker, Darren G. “The Power of Visual Political Communication: Pictorial Politics Through the Lens of Communication Psychology.” Dalam *Visual Political Communication*, disunting oleh Anastasia Veneti, Daniel Jackson, dan Darren G. Lilleker, 37–51. Cham: Springer International Publishing, 2019. doi:10.1007/978-3-030-18729-3_3.

Mahfudhi, M Anas, dan Heni Khamdiyah. “Political Branding Aditya Halindra Faridzki Pada Pilkada 2020 Di Kabupaten Tuban.” *Jurnal Sosial Teknologi* 2, no. 7 (16 Juli 2022): 606–16. doi:10.59188/jurnalsostech.v2i7.371.

Mudrikah, Inneu Mutiara. “Political Branding Politisi Perempuan di Instagram: Kasus Pada Tsamara Amany Alatas.” *Jurnal Politikom Indonesiana* 5, no. 2 (29 Desember 2020): 29–39. doi:10.35706/jpi.v5i2.3851.

Nurnisya, Frizki Yulianti, dan Mohd Faizal Kasmani. “Framing Political Identity on Instagram: Personal Branding and Public Engagement in the 2024 Indonesian Presidential Election.” *Profetik: Jurnal Komunikasi* 18, no. 1 (30 Juni 2025). doi:10.14421/pjk.v18i1.3350.

ResearchGate. “(PDF) PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI,” 18 November 2025. https://www.researchgate.net/publication/367963708_PENGANTAR_ILMU_KOMUNIKASI.

Putra, Affan Alif, dan Ainur Rochmaniah. “Branding Politik: Bagaimana Pemimpin Muda Menguasai Instagram untuk Pengaruh Politik di Indonesia.” *Interaction Communication Studies Journal* 1, no. 2 (5 Juli 2024): 109–18. doi:10.47134/interaction.v1i2.2886.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

Semande, Frank. “Political Public Relations and Image Management.” *Journal of Public Relations* 2, no. 1 (19 Februari 2024): 38–49. doi:10.47941/jpr.1697.

Stier, Sebastian, Arnim Bleier, Haiko Lietz, dan Markus Strohmaier. “Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook and Twitter.” *Political Communication* 35, no. 1 (2 Januari 2018): 50–74. doi:10.1080/10584609.2017.1334728.

Suryawati, Indah. “Political Branding of Indonesian Governor in the Social Media.” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (31 Oktober 2021): 23–38. doi:10.35326/medialog.v4i2.1334.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/