



Optimalisasi Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra dan Reputasi Anggota DPD RI: Studi Kasus terhadap akun Instagram Fahira Idris Dapil DKI Jakarta

Diah Anggraeni¹

¹Universitas Al Azhar Indonesia

E-mail: odieoktober@yahoo.com¹

Article Info

Article history:

Received June 20, 2025

Revised June 30, 2025

Accepted July 05, 2025

Keywords:

Social Media, Instagram, Political Image, Public Reputation, DPD Member.

ABSTRACT

The development of social media has changed the landscape of political communication in Indonesia, including the utilization of various social media platforms which is currently one of the important strategies in building the image and reputation of public figures including members of the House of Regional Representatives (DPD). This study aims to examine how DPD members utilize Instagram accounts and optimize the use of Instagram in shaping their image and building their political reputation in the digital space. The focus of this research is on the Instagram platform used by DKI Jakarta DPD Member, Fahira Idris, in building an image and managing reputation during her 2 terms as a DPD Member. Using a qualitative approach with a case study method, this research traces the intensity of Fahira Idris' use of Instagram through content observation, interaction analysis, and in-depth interviews with the communication team or Instagram admin. The research findings show that Instagram is used as a medium to display representative activities, build closeness with constituents, and strengthen personal and political narratives. The results show that factors such as consistency of uploads, use of interactive features (such as stories and live), and attractive visual design are key in optimizing the platform. This research confirms that Instagram is not only a publication tool, but also a strategic arena in building legitimacy, credibility, and public trust in DPD Members. This research also emphasizes the importance of digital literacy and targeted communication strategies in building political legitimacy through digital platforms.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received June 20, 2025

Revised June 30, 2025

Accepted July 05, 2025

Keywords:

Media Sosial, Instagram, Citra Politik, Reputasi Publik, Anggota DPD .

ABSTRACT

Perkembangan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik di Indonesia, termasuk pemanfaatan berbagai platform media sosial yang saat ini menjadi salah satu strategi penting dalam membangun citra dan reputasi tokoh publik termasuk Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana anggota DPD memanfaatkan akun instagram dan mengoptimalkan penggunaan instagram dalam membentuk citra dan membangun reputasi politik mereka di ruang digital. Fokus penelitian ini adalah pada platform Instagram yang digunakan oleh Anggota DPD Dapil DKI Jakarta, Fahira Idris, dalam membangun citra serta manajemen reputasi selama 2 periode menjabat menjadi Anggota DPD. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini menelusuri intensitas penggunaan



Instagram oleh Fahira Idris melalui observasi konten, analisis interaksi, serta wawancara mendalam dengan tim komunikasi atau admin Instagram. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media untuk menampilkan kegiatan representatif, membangun kedekatan dengan konstituen, serta memperkuat narasi personal dan politik. Hasil menunjukkan bahwa faktor seperti konsistensi unggahan, penggunaan fitur interaktif (seperti story dan live), serta desain visual yang menarik menjadi kunci dalam optimalisasi platform. Penelitian ini menegaskan bahwa Instagram bukan hanya alat publikasi, tetapi juga arena strategis dalam membangun legitimasi, kredibilitas, dan kepercayaan publik terhadap Anggota DPD. Penelitian ini sekaligus menegaskan pentingnya literasi digital dan strategi komunikasi yang terarah dalam membangun legitimasi politik melalui platform digital.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Diah Anggraeni

Universitas Al Azhar Indonesia

E-mail: odieoktober@yahoo.com¹

Pendahuluan

Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) merupakan salah satu pilar penting dalam sistem ketatanegaraan Indonesia. Sebagai lembaga tinggi negara, DPD RI memegang mandat untuk mewakili kepentingan daerah dalam proses legislasi di tingkat nasional. Sejak berdirinya, DPD RI diharapkan menjadi jembatan yang efektif antara pemerintah pusat dan daerah.

Di era digital, tantangan yang dihadapi DPD RI secara kelembagaan maupun keanggotaan dalam membangun citra dan reputasi semakin kompleks. Media sosial, situs web, dan berbagai platform digital lainnya menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi dan interaksi dengan publik. Keberhasilan dalam mengelola komunikasi publik melalui media digital dapat menjadi kunci dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Anggota DPD RI.

Media sosial kini menjadi salah satu instrumen utama dalam komunikasi politik modern, tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang strategis untuk membangun citra dan reputasi publik. Dalam konteks ini, media sosial memungkinkan Anggota DPD RI untuk berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat tanpa perantara, serta membentuk narasi personal secara lebih autentik dan terkontrol.

Salah satu platform media sosial yang paling populer dan efektif dalam membangun komunikasi visual adalah Instagram. Dengan kekuatan visual dan fitur interaktif seperti story, reels, dan live, Instagram menjadi media yang relevan dalam menampilkan aktivitas keseharian, kerja-kerja politik, serta membentuk keterlibatan publik.

Dalam salah satu penelitian tentang penggunaan media sosial oleh Anggota DPRD yang ditulis oleh Mahi M. Hikmat (2018) yang berjudul Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD Dalam Persepsi Rakyat Daerah, ia mengutip Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010:59) yang mendefinisikan media sosial sebagai



“sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Media sosial, menurut Haenlein dkk. (2010:59) adalah sebuah media online. Para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

Dalam penelitian ini, fokus penelitian adalah pada Anggota DPD RI Dapil DKI Jakarta, yaitu Fahira Idris yang memiliki follower pada Instagram sebanyak 2.5 M dengan intensitas postingan sebanyak 17 Ribu post. Fahira Idris dikenal aktif menggunakan Instagram, memanfaatkan media ini tidak hanya untuk mempublikasikan kegiatan politik dan sosialnya, tetapi juga untuk menyampaikan pandangan, merespons isu-isu aktual, dan membangun kedekatan dengan konstituen secara langsung. Strategi konten yang digunakan dalam akun Instagram-nya mencerminkan adanya proses penyusunan narasi tertentu yang bertujuan untuk membentuk persepsi publik terhadap dirinya.

Fahira Idris juga memanfaatkan media sosialnya untuk membentuk citra diri yang kuat, perempuan mandiri yang aktif, bekerja nyata dan hadir untuk masyarakat. Ia memframing dirinya sebagai keterwakilan masyarakat DKI Jakarta yang konsisten memperjuangkan suara Masyarakat. Semua itu dibentuk lewat pemilihan isu, narasi caption, visualisasi, serta strategi komunikasi dua arah di Instagram.

Robert Entman (1993) dalam artikelnya Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, membagi 4 fungsi utama framing yaitu

1. Define problems – Menyusun isu sebagai masalah penting.
2. Diagnose causes – Menunjuk penyebab dari masalah.
3. Make moral judgment – Memberi penilaian moral terhadap isu/aktor.
4. Suggest remedies – Menawarkan solusi atau tindakan.

Dalam konteks ini, teori framing yang dikemukakan oleh Entman menjadi relevan untuk menganalisis bagaimana konten-konten tersebut dikonstruksi. Entman juga mendefinisikan Framing sebagai sebuah proses melakukan seleksi dan menyoroti beberapa aspek dari sebuah situasi untuk mempromosikan sebuah penafsiran tertentu. Penafsiran pada umumnya datang dari sebuah narasi yang meliputi sebuah definisi yang saling terhubung mengenai masalah kebijakan, analisis penyebab, evaluasi moral terhadap yang terlibat, dan perbaikan. Dalam kasus ini, gambar-gambar visual seperti fotografi merupakan instrumen framing yang ideal.

Melalui pendekatan teori ini, penelitian akan mengeksplorasi bagaimana Fahira Idris mem-framing dirinya sebagai figur politisi perempuan yang peduli, responsif, dan independen dalam membela kepentingan masyarakat DKI Jakarta. Penekanan pada isu-isu sosial tertentu, gaya komunikasi visual, hingga narasi personal yang dibagikan melalui Instagram menjadi bagian dari strategi framing untuk membentuk citra dan reputasi politiknya di mata publik. Aktivitas digital ini menarik untuk dianalisis lebih jauh dalam konteks pembentukan citra politik dan reputasi digital seorang anggota DPD di ruang publik virtual.

Fahira Idris sendiri memperoleh total 745.841 suara di Dapil DKI Jakarta dalam Pemilu Legislatif DPD RI 2024, yang menjadikannya peraih suara terbanyak di Provinsi DKI Jakarta dengan nomor urut 1. (nasional.kompas.com + news.detik.com).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi politik melalui media sosial dalam membentuk citra dan reputasi anggota DPD RI.



Menurut Lexy J. Moleong (2004:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram resmi milik Fahira Idris, Anggota DPD RI DKI Jakarta. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena mendeskripsikan dan menganalisis fenomena komunikasi politik dalam akun media sosial.

Data dikumpulkan melalui:

- Observasi terhadap akun Instagram resmi Fahira Idris (@fahiraaidris), difokuskan pada konten yang dipublikasikan dalam rentang waktu 100 hari sebelum dan 100 hari setelah pemilihan anggota DPD RI tahun 2024 (8 November 2023 - 16 Februari 2024 (sebelum Pemilu legislatif) dan sekitar 15 Februari 2024 - 25 Mei 2024 (setelah terpilih pada Pemilu legislatif)
- Dokumentasi tangkapan layar konten, *feedback* dari follower, dan narasi unggahan yang berkaitan dengan kegiatan politik, kampanye, maupun isu sosial yang diangkat.
- Wawancara mendalam (jika memungkinkan) dengan tim media sosial Fahira Idris atau analis media sosial untuk memahami strategi komunikasi yang diterapkan.

Analisis ditentukan dari unggahan Instagram dalam rentang waktu 200 hari yang dibagi ke dalam dua fase yaitu Pra-pemilihan (100 hari sebelum pemilu) dan Pasca-pemilihan (100 hari setelah dinyatakan terpilih kembali) dengan mengambil sample 5 (lima) postingan di *feed* Instagram selama 100 hari sebelum terpilih atau masa kampanye, dan 5 (lima) postingan setelah terpilih menjadi Anggota DPD RI. Rentang waktu postingan yang diteliti adalah antara sekitar 8 November 2023 - 16 Februari 2024 (sebelum Pemilu legislatif) dan sekitar 15 Februari 2024 - 25 Mei 2024 (setelah terpilih pada Pemilu legislatif)

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan observasi awal terhadap akun Instagram @fahiraaidris ditemukan intensitas dan pola penggunaan Instagram. Fahira Idris secara konsisten mengunggah konten dengan frekuensi tinggi, mencakup dokumentasi kegiatan, pesan-pesan advokasi, dan interaksi publik melalui story dan komentar.

Konten yang diposting oleh Fahira Idris memperlihatkan gaya komunikasi yang personal, langsung, dan inklusif. Ia sering menyapa pengikutnya secara langsung, menggunakan bahasa sehari-hari, dan menyertakan caption panjang yang menjelaskan posisi atau opini politiknya. Strategi ini mengarah pada citra sebagai anggota DPD yang aktif, dekat dengan rakyat, dan komunikatif. Data interaksi memperlihatkan bahwa akun Fahira Idris memperoleh engagement yang tinggi, ditandai dengan banyaknya komentar, like, dan repost dari warganet.

Berikut adalah analisis konten Instagram akun Fahira Idris berdasar 4 fungsi utama oleh Robert Entman

1. Define Problems

Dalam analisis kategori ini, Fahira Idris kerap membingkai isu-isu seperti Stunting, kesenjangan pelayanan publik, minimnya partisipasi pemuda, dan ketidakmerataan pembangunan. Konten yang diposting tersebut menyusun narasi bahwa masalah tersebut penting dan butuh perhatian.



2. Diagnose Causes

Dalam caption unggahan instagramnya, Fahira Idris juga sering memberi penjelasan bahwa penyebab masalah antara lain Kurangnya perhatian pemerintah, lemahnya koordinasi antar lembaga atau ketidakhadiran wakil rakyat dalam menyuarakan aspirasi daerah.

3. Make Moral Judgment

Fahira Idris sering menyisipkan pesan-pesan moral seperti "Kita tidak boleh abai", "Aspirasi masyarakat harus didengar", "Anak-anak Jakarta harus bebas dari stunting" Ini memberi kesan bahwa ia berpihak pada rakyat kecil dan memegang nilai keadilan sosial.

4. Suggest Remedies

Dalam unggahannya, Fahira Idris juga menawarkan solusi antara lain Edukasi ke masyarakat (melalui sosialisasi, pelatihan, dsb), Advokasi ke lembaga pemerintahan, dan atau mendorong pengawasan kebijakan.

Tabel Analisis Konten Instagram Fahira Idris

Rentang waktu: 100 hari sebelum dan sesudah terpilih (8 Nov 2023 – 25 Mei 2024), Dianalisis berdasarkan model Framing Robert Entman (1993)

No	Tanggal Postingan	Periode	Isi/Narasi Utama	Define Problem	Diagnose Cause	Moral Judgment	Suggest Remedy	Jumlah Like	Jumlah Komentar
1	20 Nov 2023	Sebelum	Ajak memilih muda untuk peduli	Rendahnya partisipasi pemuda	Kurangnya edukasi politik	Pemuda wajib ambil peran	Sosialisasi ke sekolah/kampus	3.210	197
2	5 Jan 2024	Sebelum	Isu stunting dan anak Jakarta	Masalah gizi anak	Pemerintah belum fokus program	Anak adalah masa depan	Perluas program gizi & posyandu	2.874	120
3	3 Feb 2024	Sebelum	UMKM Jakarta butuh dukungan	Keterbatasan promosi & modal	Birokrasi rumit	UMKM adalah tulang punggung ekonomi	Pelatihan & dukungan dana	4.121	210
4	12 Feb 2024	Sebelum	Relawan perempuan terlibat kampanye	Minimnya peran perempuan	Kurangnya ruang partisipasi	Perempuan punya hak politik	Dorong pelibatan perempuan dalam politik	3.089	134
5	14 Feb 2024	Sebelum	Ajakan menjaga TPS damai	Potensi konflik saat pemilu	Kurangnya edukasi pemilu damai	Pemilu harus damai & bermartabat	Kampanye damai & edukasi warga	3.675	185
6	18 Feb 2024	Sesudah	Ucapan terima kasih pasca terpilih	Harapan rakyat meningkat	Banyak janji politik belum terjawab	Amanah harus ditunaikan	Terima aspirasi & lapor hasil kerja	5.348	322
7	10 Mar 2024	Sesudah	Infrastruktur kampung tertinggal	Ketimpangan akses publik	Dana tidak merata	Warga kampung harus diperhatikan	Advokasi pembangunan ke Pemprov	3.987	256
8	22 Mar 2024	Sesudah	Buka ruang pengaduan publik	Keluhan warga belum tersampaikan	Birokrasi lambat	Aspirasi warga harus ditampung	Buka kanal pengaduan online	4.235	198
9	4 Apr 2024	Sesudah	Sidang DPD: fokus pada isu Jakarta	Masalah DKI dibahas di pusat	Minimnya suara daerah di pusat	Jakarta harus tetap diperjuangkan	Advokasi di sidang DPD	3.542	201
10	20 Mei 2024	Sesudah	Kunjungan ke UMKM	Butuh keberlanjutan	Kurangnya monitoring	UMKM harus	Perkuat kemitraan	4.612	223



			binaan	an program UMKM		berdaya pasca pemilu	& pembinaan		
--	--	--	--------	--------------------	--	----------------------------	----------------	--	--

Untuk mendukung analisis kualitatif berbasis framing, peneliti juga mencermati tingkat interaksi publik berupa jumlah *likes* dan *komentar* pada unggahan Instagram Fahira Idris selama 100 hari sebelum dan sesudah ia terpilih kembali sebagai anggota DPD RI.

Hasil observasi menunjukkan bahwa unggahan yang dibuat setelah pemilu cenderung mendapatkan interaksi lebih tinggi, terutama yang bersifat emosional, reflektif, dan berkaitan langsung dengan masyarakat. Postingan tanggal 18 Februari 2024, yaitu ucapan terima kasih setelah terpilih, mencatat interaksi tertinggi: 5.348 likes dan 322 komentar.

Sebaliknya, unggahan pra-pemilu seperti pada 5 Januari 2024 (isu stunting) dan 12 Februari 2024 (keterlibatan relawan perempuan), meskipun menyentuh isu penting, menunjukkan tingkat interaksi yang relatif lebih rendah, dengan likes di bawah 3100 dan komentar di bawah 150. Ini menunjukkan bahwa narasi kampanye sosial cenderung kurang memicu partisipasi digital dibanding narasi emosional pasca kemenangan.

Selain itu, unggahan yang mengangkat isu-isu lokal seperti pengaduan publik, sidang DPD, dan kunjungan UMKM juga mendapatkan tingkat interaksi yang stabil di atas 3500 likes dan 200 komentar, menandakan bahwa audiens Fahira Idris merespons positif terhadap konten yang menunjukkan aksi nyata dan kehadiran langsung di masyarakat.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan membangun citra digital di media sosial bukan hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada kualitas komunikasi dua arah yang dibangun antara pemilik akun dan audiens.

Dari observasi awal (asumsi), diperoleh informasi bahwa Fahira Idris memiliki tim komunikasi yang terstruktur dan memahami algoritma media sosial,

Kesimpulan

Faktor keberhasilan optimalisasi media sosial juga sangat ditentukan oleh peran tim komunikasi yang profesional dalam merancang dan mengelola konten berbasis strategi digital yang berorientasi pada partisipasi publik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, oleh Anggota DPD RI seperti Fahira Idris, telah dioptimalkan secara strategis untuk membangun citra dan reputasi politik di ruang digital. Melalui pendekatan framing ala Robert Entman, terlihat bahwa Fahira Idris tidak hanya menggunakan media sosial sebagai alat publikasi kegiatan, tetapi juga sebagai ruang naratif untuk memperkuat kedekatan emosional dengan publik.

Dalam periode 100 hari sebelum dan sesudah pemilu, Fahira Idris memanfaatkan Instagram untuk membingkai dirinya sebagai sosok yang peduli terhadap isu sosial, aktif menyuarakan aspirasi masyarakat, dan konsisten hadir di tengah konstituennya. Unggahan-unggahan yang dianalisis menunjukkan bahwa framing dilakukan melalui pemilihan isu (stunting, UMKM, partisipasi pemuda, infrastruktur), penyusunan narasi yang mengandung penilaian moral, serta tawaran solusi yang jelas dan konkret.

Data interaksi juga menunjukkan bahwa unggahan pasca pemilu yang bersifat reflektif dan personal memiliki dayatarik lebih tinggi dibanding konten pra pemilu yang lebih bersifat kampanye sosial. Ini membuktikan bahwa framing yang kuat, terutama yang menyentuh sisi emosional dan tanggung jawab politik, lebih mampu membangun koneksi dan kepercayaan publik.



Kesuksesan strategi ini tidak lepas dari peran tim komunikasi yang mampu mengelola akun secara konsisten dan responsif terhadap dinamika digital. Oleh karena itu, optimalisasi media sosial dalam konteks politik bukan hanya soal kehadiran online, tetapi juga berkaitan erat dengan literasi digital, kejelian dalam membentuk narasi, dan kemampuan membangun hubungan timbal balik dengan masyarakat.

Dengan demikian, Instagram terbukti menjadi instrumen penting dalam membangun legitimasi politik seorang anggota DPD RI, sekaligus memperkuat representasi publik melalui komunikasi yang transparan, partisipatif, dan terarah.

Saran dan Rekomendasi

1. Membangun Strategi Komunikasi Politik yang Substansial

Sebagai Anggota DPD RI yang terpilih kembali sebanyak 2 periode, Fahira Idris tentu perlu lebih dari sekadar membangun citra dan reputasi melalui pencitraan visual di media sosial. Citra yang kuat harus dibangun dari konsistensi antara identitas personal, nilai yang dibawa, dan substansi kerja politik yang ditampilkan. Oleh karena itu, ke depan, dibutuhkan strategi komunikasi yang tidak hanya estetik, tetapi juga berbasis isu dan edukatif, agar kepercayaan publik terbentuk melalui kedalaman konten, bukan sekadar tampilan.

2. Pentingnya Etika Digital dalam Framing Politik

Framing dalam media sosial bisa menjadi alat manipulasi apabila digunakan secara tidak bertanggung jawab. Dalam konteks ini, penting bagi anggota politik untuk mengembangkan etika komunikasi digital, yang menjunjung transparansi, kejujuran narasi, serta menghormati kecerdasan publik. Framing seharusnya menjadi alat edukasi dan pemberdayaan politik warga, bukan sekadar alat elektoral.

3. Pentingnya Literasi Framing bagi Publik

Masyarakat sebagai konsumen utama media sosial perlu dibekali dengan literasi framing, yaitu kemampuan memahami bahwa apa yang ditampilkan tidak selalu netral, melainkan hasil dari konstruksi tertentu. Pemilih yang paham framing akan lebih kritis dalam membaca pesan politik, tidak mudah terpengaruh oleh pencitraan instan, dan mampu menilai kerja politik secara utuh.

4. Pengembangan Studi Komunikasi Politik Digital Berbasis Kedaerahan

Penelitian ke depan perlu memperluas kajian tentang bagaimana anggota DPD dari berbagai provinsi menggunakan media sosial untuk merepresentasikan isu-isu lokal mereka. Ini penting untuk melihat perbedaan pendekatan komunikasi antara politisi dari wilayah urban seperti Jakarta dengan daerah lain yang memiliki karakteristik sosial dan akses digital berbeda.

Daftar Pustaka

- Alam, S. (n.d.). *Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik*. Universitas Budi Luhur. Retrieved from <https://repository.budiluhur.ac.id>;
- Alfiyani, N. (2022). *Media sosial sebagai strategi komunikasi politik*. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Relasi, 8(2), 134–145
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.



- Hikmat, M. M. (2018). Strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan citra positif DPRD dalam persepsi rakyat daerah. *Jurnal Common*, 2(1);
- Instagram. (2025). @fahiraidris. Retrieved June 10, 2025, from <https://www.instagram.com/fahiraidris>
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Supit, M., Lopian, M., & Tulung, T. (2020). *Peran media sosial dalam meningkatkan elektabilitas calon anggota legislatif dalam pemilihan umum tahun 2019 (Studi di Desa Mobuya Kecamatan Passi Timur Kabupaten Bolaang Mongondow)*. *Jurnal Elektronik Politik Pemerintahan*, 7(1), 1–9.