

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak bergulirnya era reformasi, dinamika politik lokal di Indonesia mengalami transformasi yang sangat mendasar, terutama setelah implementasi kebijakan otonomi daerah dan pelaksanaan pemilihan kepala daerah secara langsung. Dalam situasi tersebut, kepala daerah tidak lagi dipandang sebatas penyelenggara administrasi pemerintahan, melainkan juga berperan sebagai tokoh politik yang dituntut mampu membangun reputasi, memperoleh pengakuan serta legitimasi dari masyarakat, dan mempertahankan tingkat kepercayaan publik melalui pelaksanaan program-program pembangunan yang didukung oleh strategi komunikasi politik yang efektif (Ramawati dkk, 2025). Berangkat dari kondisi tersebut, political branding kini semakin diakui sebagai salah satu pendekatan strategis dalam memperkuat praktik penyelenggaraan pemerintahan daerah yang lebih adaptif, partisipatif, dan berorientasi pada kepentingan publik.

Political branding dipahami sebagai proses pembentukan identitas politik yang diwujudkan melalui penggunaan simbol, penyusunan narasi, pelaksanaan kebijakan, implementasi program pembangunan, serta komunikasi kepada publik oleh aktor politik guna membentuk persepsi yang baik di kalangan masyarakat (Hidayati, 2021). Penerapan political branding tidak berhenti pada tahapan kampanye pemilihan, melainkan terus dijalankan selama kepala daerah melaksanakan tugas pemerintahan. Dalam praktiknya, branding politik menjadi salah satu instrumen komunikasi pemerintah yang berfungsi memperkokoh legitimasi pemerintahan, membangun hubungan emosional dengan masyarakat,

sekaligus menghadirkan citra kepemimpinan yang mampu bekerja secara efektif, tanggap terhadap kebutuhan publik, dan berkomitmen pada kepentingan masyarakat secara luas (Kurniasih, 2024).

Di tengah perkembangan teknologi digital serta semakin terbukanya akses terhadap informasi, masyarakat kini menunjukkan sikap yang lebih kritis dalam mengevaluasi kinerja pemerintah daerah. Kondisi tersebut menuntut kepala daerah tidak hanya cakap dalam melaksanakan tugas-tugas administrasi pemerintahan, tetapi juga mampu menyampaikan kebijakan beserta program pembangunan kepada masyarakat melalui komunikasi yang efektif. Berbagai program pembangunan yang diimplementasikan pemerintah tidak lagi dipahami semata-mata sebagai bentuk pembangunan infrastruktur, melainkan juga memiliki fungsi sebagai sarana politik untuk memperkuat citra kepemimpinan di hadapan publik. Atas dasar itu, komunikasi politik memegang peranan yang sangat penting dalam proses pembentukan political branding seorang kepala daerah (Sulastri, 2026).

Menurut Nonci (2025), political branding ialah cara yang digunakan pelaku politik dalam membentuk persepsi masyarakat melalui identitas, simbol, serta program-program yang dianggap mampu merepresentasikan kepentingan publik. Political branding dibangun melalui proses komunikasi yang berkelanjutan sehingga masyarakat memiliki kesan tertentu terhadap pemimpin politik. Dalam konteks pemerintahan daerah, branding politik dapat diwujudkan melalui proyek pembangunan, pelayanan publik, inovasi kebijakan, maupun pendekatan komunikasi yang dilakukan kepala daerah kepada masyarakat (Sari dkk, 2025).

Salah satu fenomena yang menarik dalam dinamika political branding di tingkat lokal adalah bagaimana proyek pembangunan daerah dijadikan sebagai

simbol keberhasilan pemerintahan sekaligus alat komunikasi politik kepala daerah. Proyek revitalisasi ruang publik, stadion, pasar, taman kota, maupun infrastruktur lainnya sering kali diposisikan sebagai representasi visi dan komitmen kepala daerah terhadap pembangunan daerah. Dengan demikian, pembangunan tidak hanya memiliki dimensi administratif dan ekonomi, tetapi juga dimensi politik dan komunikasi publik.

Fenomena tersebut dapat dilihat pada proyek revitalisasi Stadion Horas di Kota Sibolga, Sumatera Utara. Stadion Horas merupakan salah satu fasilitas olahraga yang memiliki nilai historis dan simbolik bagi masyarakat Kota Sibolga. Stadion ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana olahraga, tetapi juga menjadi bagian dari identitas sosial masyarakat Sibolga. Dalam sejarahnya, Stadion Horas pernah menjadi pusat aktivitas olahraga dan ruang publik masyarakat, khususnya dalam bidang sepak bola dan kegiatan kepemudaan.

Pada masa awal pemanfaatannya, Stadion Horas merupakan stadion utama milik Pemerintah Kota Sibolga yang digunakan sebagai pusat kegiatan olahraga, khususnya sepak bola, serta berbagai kegiatan kemasyarakatan berskala daerah. Stadion ini menjadi lokasi penyelenggaraan kompetisi olahraga, kegiatan sekolah, pembinaan atlet, hingga perayaan hari besar yang melibatkan masyarakat luas. Peran tersebut menjadikan Stadion Horas sebagai salah satu ikon fasilitas publik Kota Sibolga yang memiliki nilai historis, sosial, dan emosional bagi masyarakat setempat.

Bagi masyarakat Kota Sibolga, Stadion Horas bukan hanya berfungsi sebagai lapangan olahraga, tetapi juga telah lama menjadi ruang publik yang mewadahi berbagai aktivitas masyarakat, seperti pertandingan sepak bola, kegiatan

kepemudaan, peringatan hari-hari besar, hingga berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan. Keberadaan stadion tersebut menjadi bagian dari memori kolektif masyarakat karena selama bertahun-tahun menjadi pusat aktivitas olahraga di Kota Sibolga. Oleh sebab itu, ketika fungsi stadion mengalami penurunan, masyarakat turut merasakan hilangnya salah satu ruang publik yang memiliki nilai historis dan sosial bagi daerah.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, kondisi Stadion Horas mengalami penurunan fungsi dan kualitas. Stadion tersebut sempat mengalami alih fungsi serta kurang mendapatkan perhatian dalam aspek pengelolaan dan pemeliharaan. Bahkan, stadion ini pernah dijadikan lokasi pasar sementara dan ruang kegiatan non-olahraga yang memunculkan kritik dari masyarakat maupun berbagai pihak karena dianggap menghilangkan fungsi utama stadion sebagai fasilitas olahraga publik.

Kondisi Stadion Horas yang mengalami penurunan fungsi tersebut juga mendapat perhatian dari berbagai pihak dan menjadi isu publik yang diangkat oleh media massa. Pemberitaan menunjukkan bahwa kondisi stadion dinilai tidak lagi layak sebagai fasilitas olahraga utama Kota Sibolga sehingga memerlukan rehabilitasi dan revitalisasi secara menyeluruh. Dalam evaluasi kinerja Pemerintah Kota Sibolga, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Sibolga bahkan menjadikan revitalisasi Stadion Horas sebagai salah satu rekomendasi penting yang perlu segera direalisasikan. Wakil Ketua DPRD Kota Sibolga, Jamil Zeb Tumori, menyampaikan bahwa kondisi Stadion Horas telah mengalami kerusakan sehingga membutuhkan perhatian serius dari pemerintah daerah. Selain itu, Pemerintah Kota Sibolga juga melakukan konsultasi dengan Kementerian Pemuda dan Olahraga

Republik Indonesia (Kemenpora RI) terkait rencana rehabilitasi Stadion Horas sebagai bentuk komitmen untuk mengembalikan fungsi stadion sebagai sarana olahraga masyarakat. Komitmen tersebut kemudian diwujudkan melalui pengalokasian anggaran daerah sebesar Rp7,7 miliar untuk pelaksanaan revitalisasi stadion. Berbagai fakta tersebut menunjukkan bahwa revitalisasi Stadion Horas bukan sekadar proyek pembangunan fisik, melainkan merupakan respons pemerintah terhadap persoalan publik yang telah menjadi perhatian masyarakat, DPRD, pemerintah pusat, serta media massa (DEPUTI 3 KEMENPORA, 2024).

Kondisi Stadion Horas juga beberapa kali menjadi perhatian dalam pemberitaan media massa maupun media daring. Berbagai pemberitaan mengangkat isu mengenai perubahan fungsi stadion, kondisi fasilitas yang kurang terawat, serta harapan masyarakat agar stadion dikembalikan sebagai sarana olahraga. Selain itu, penggunaan kawasan stadion untuk kegiatan nonolahraga, seperti pasar sementara maupun pasar malam, juga memunculkan berbagai tanggapan dari masyarakat yang menilai bahwa fungsi utama stadion sebagai fasilitas publik olahraga mulai berkurang. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kondisi Stadion Horas telah berkembang menjadi isu publik yang memperoleh perhatian luas sehingga mendorong pemerintah daerah untuk melakukan revitalisasi.

Kondisi tersebut kemudian menjadi isu publik dan perhatian masyarakat Kota Sibolga. Revitalisasi Stadion Horas akhirnya muncul sebagai salah satu agenda pembangunan yang dibawa oleh Pemerintah Kota Sibolga di bawah kepemimpinan Wali Kota Akhmad Syukri Nazry Penarik dan Wakil Wali Kota Pantas Maruba Lumban Tobing. Revitalisasi stadion tidak hanya dipandang sebagai

pembangunan infrastruktur olahraga, tetapi juga sebagai bagian dari upaya mengembalikan identitas dan kebanggaan masyarakat Kota Sibolga terhadap fasilitas publik yang selama ini dianggap terbengkalai.

Pemilihan Stadion Horas sebagai salah satu prioritas pembangunan memiliki makna yang lebih luas dibandingkan sekadar pembangunan infrastruktur olahraga. Stadion ini merupakan salah satu fasilitas publik yang mudah dikenali masyarakat dan memiliki nilai simbolik yang kuat sebagai ruang aktivitas sosial, olahraga, dan kebanggaan daerah. Oleh karena itu, keberhasilan revitalisasi Stadion Horas berpotensi membentuk pandangan masyarakat melihat kinerja pemerintah. Dari perspektif political branding, proyek pembangunan yang memiliki visibilitas tinggi seperti stadion sering dimanfaatkan sebagai representasi keberhasilan kepemimpinan karena hasilnya dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh masyarakat.

Dalam berbagai pemberitaan media, revitalisasi Stadion Horas disebut sebagai salah satu visi dan misi pemerintahan Wali Kota Sibolga. Pemerintah Kota Sibolga menegaskan bahwa pengembalian fungsi Stadion Horas menjadi lapangan sepak bola merupakan bagian dari janji politik kepala daerah pada saat Pilkada. Hal ini menunjukkan bahwa proyek revitalisasi stadion tidak dapat dilepaskan dari strategi komunikasi politik pemerintah daerah dalam membangun citra kepemimpinan yang pro masyarakat, peduli olahraga, dan berorientasi pada pembangunan ruang publik.

Besarnya perhatian pemerintah terhadap revitalisasi Stadion Horas menunjukkan bahwa proyek tersebut memiliki posisi strategis dalam agenda pembangunan daerah. Di satu sisi, revitalisasi dilakukan untuk mengembalikan

fungsi stadion sebagai fasilitas olahraga dan ruang publik bagi masyarakat. Namun di sisi lain, proyek ini juga menjadi salah satu program pembangunan yang memperoleh eksposur cukup tinggi melalui berbagai pemberitaan media dan komunikasi pemerintah daerah. Kondisi tersebut menjadikan revitalisasi Stadion Horas menarik untuk dikaji karena tidak hanya berkaitan dengan pembangunan infrastruktur, tetapi juga mengandung dimensi komunikasi politik dan pembentukan citra kepemimpinan kepala daerah (Metrodaily, 2025).

Fenomena revitalisasi Stadion Horas menjadi menarik untuk dikaji dalam perspektif political branding karena proyek tersebut bukan sekadar pembangunan fisik, tetapi juga sarat dengan pesan politik. Pemerintah Kota Sibolga berupaya membangun narasi bahwa revitalisasi stadion merupakan simbol perubahan, kebangkitan olahraga, pembinaan generasi muda, serta bukti nyata realisasi janji politik kepala daerah. Dalam konteks ini, proyek revitalisasi stadion menjadi media komunikasi politik antara pemerintah daerah dengan masyarakat.

Selain itu, strategi komunikasi politik yang dilakukan pemerintah daerah juga terlihat melalui penyampaian pesan-pesan pembangunan kepada publik melalui media massa, media sosial, kunjungan lapangan, serta pelibatan tokoh masyarakat dan komunitas olahraga. Wali Kota Sibolga secara langsung meninjau pembangunan stadion dan menyampaikan berbagai pernyataan kepada media mengenai pentingnya Stadion Horas sebagai simbol kebanggaan masyarakat Sibolga. Strategi komunikasi tersebut menunjukkan adanya upaya membangun citra kepemimpinan yang dekat dengan masyarakat dan responsif terhadap kebutuhan publik.

Di sisi lain, proyek revitalisasi Stadion Horas juga memunculkan dinamika dan kontroversi di tengah masyarakat. Beberapa pihak mempertanyakan efektivitas penggunaan anggaran daerah, proses pengelolaan proyek, hingga kebijakan pemanfaatan stadion. Misalnya, muncul polemik terkait penggunaan Stadion Horas untuk kegiatan pasar malam yang kemudian dihentikan oleh Wali Kota Sibolga meskipun sebelumnya telah memperoleh izin penggunaan lokasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi politik pemerintah daerah tidak selalu berjalan secara linear, melainkan menghadapi berbagai respons, kritik, dan interpretasi dari masyarakat maupun aktor politik lainnya.

Dalam perspektif ilmu politik, fenomena tersebut menunjukkan bahwa pembangunan daerah tidak pernah sepenuhnya netral dari kepentingan politik. Setiap kebijakan publik, terutama proyek pembangunan berskala besar dan memiliki nilai simbolik tinggi, sering kali menjadi arena pembentukan citra politik dan legitimasi kekuasaan. Kepala daerah memanfaatkan proyek pembangunan sebagai instrumen untuk memperkuat posisi politiknya di mata masyarakat. Oleh karena itu, *political branding* tidak dapat dihindari dari praktik tata kelola pemerintahan daerah modern (Al Farisi dkk, 2025).

Konsep *political branding* dalam pemerintahan daerah juga berkaitan erat dengan teori komunikasi politik. Menurut Pureklolon (2020), komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan politik oleh aktor politik kepada masyarakat untuk mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku publik. Dalam konteks pemerintahan daerah, komunikasi politik tidak hanya dilakukan melalui pidato atau kampanye politik, tetapi juga melalui simbol pembangunan, kebijakan publik, dan aktivitas pemerintahan sehari-hari. Proyek revitalisasi Stadion Horas dapat

dipahami sebagai bentuk komunikasi simbolik yang mengandung pesan politik tertentu kepada masyarakat Kota Sibolga.

Selain itu, political branding juga berkaitan dengan konsep personalisasi politik, yaitu kecenderungan masyarakat untuk menilai keberhasilan pemerintahan berdasarkan figur kepala daerah. Dalam banyak kasus, proyek pembangunan daerah sering kali lebih dikenal melalui figur pemimpinnya dibandingkan institusi pemerintahannya. Hal ini menyebabkan kepala daerah berusaha membangun identitas politik melalui program-program pembangunan yang mudah dikenali masyarakat. Revitalisasi Stadion Horas menjadi salah satu contoh bagaimana proyek pembangunan dijadikan simbol personal branding kepala daerah dalam membangun citra kepemimpinan yang progresif dan peduli terhadap kebutuhan publik.

Fenomena tersebut semakin relevan di tengah meningkatnya penggunaan media digital dan media sosial dalam komunikasi politik lokal. Pemerintah daerah kini tidak hanya mengandalkan media konvensional, tetapi juga memanfaatkan platform digital untuk membangun opini publik dan memperkuat branding politik. Publikasi kegiatan pembangunan, dokumentasi progres proyek, hingga narasi keberhasilan pembangunan menjadi bagian dari strategi komunikasi politik pemerintah daerah. Dengan demikian, political branding dalam pemerintahan daerah menjadi semakin kompleks karena melibatkan interaksi antara media, masyarakat, dan aktor politik.

Tabel 1.1 Data awal Fenomena Revitalisasi Stadion Horas Kota Sibolga

No	Fenomena	Kondisi Sebelum Revitalisasi	Kondisi Setelah/Proses Revitalisasi	Implikasi Politik
1	Fungsi Stadion Horas	Stadion mengalami penurunan fungsi dan kurang terawat	Pemerintah mulai melakukan revitalisasi fasilitas stadion	Menjadi simbol komitmen pembangunan pemerintah daerah
2	Aktivitas Publik	Stadion digunakan untuk kegiatan non-olahraga dan pasar sementara	Fungsi stadion dikembalikan sebagai sarana olahraga	Membangun citra pemerintah pro masyarakat dan pemuda
3	Komunikasi Politik Walikota	Minim publikasi pembangunan stadion	Intensitas publikasi meningkat melalui media dan media sosial	Memperkuat political branding kepala daerah
4	Respons Masyarakat	Banyak kritik terhadap kondisi stadion	Muncul dukungan sekaligus kritik terhadap revitalisasi	Menjadi arena pembentukan opini publik
5	Simbol Pembangunan Daerah	Stadion dianggap terbengkalai	Revitalisasi dijadikan bagian visi pembangunan daerah	Memperkuat legitimasi politik pemerintah

Sumber: Observasi awal, berdasarkan pemberitaan media dan dokumentasi, 2026.

Melihat Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa revitalisasi Stadion Horas tidak hanya dipahami sebagai proyek pembangunan infrastruktur olahraga semata, tetapi juga memiliki dimensi politik dan komunikasi publik yang cukup kuat. Sebelum dilakukan revitalisasi, Stadion Horas mengalami penurunan fungsi serta kurang mendapat perhatian dalam pengelolaan dan pemeliharaan. Kondisi tersebut memunculkan berbagai kritik dari masyarakat karena stadion yang seharusnya menjadi sarana olahraga dan ruang publik justru digunakan untuk berbagai aktivitas non-olahraga.

Setelah Pemerintah Kota Sibolga mulai melakukan revitalisasi, stadion kembali diposisikan sebagai simbol pembangunan daerah dan bagian dari visi pemerintahan Wali Kota Sibolga. Pemerintah secara aktif menyampaikan informasi

mengenai progres pembangunan melalui media massa dan media sosial, sehingga proyek revitalisasi stadion menjadi salah satu program yang paling banyak mendapatkan perhatian publik.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya hubungan antara pembangunan daerah dengan strategi komunikasi politik kepala daerah. Revitalisasi Stadion Horas digunakan tidak hanya untuk memperbaiki fasilitas publik, tetapi juga sebagai media political branding dalam membangun citra kepemimpinan yang responsif, pro masyarakat, dan berorientasi pada pembangunan daerah.

Di sisi lain, proyek revitalisasi juga memunculkan berbagai respons dari masyarakat, baik berupa dukungan maupun kritik terhadap kebijakan pemerintah daerah. Kondisi ini menunjukkan bahwa proyek revitalisasi Stadion Horas telah menjadi bagian dari dinamika komunikasi politik lokal di Kota Sibolga.

Penelitian mengenai political branding dalam tata kelola pemerintahan daerah menjadi penting dilakukan karena memberikan pemahaman mengenai bagaimana kepala daerah membangun legitimasi politik melalui program pembangunan dan komunikasi publik. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk melihat sejauh mana proyek pembangunan daerah benar-benar berorientasi pada kepentingan publik atau justru lebih dominan sebagai instrumen pencitraan politik (Muthahhari, 2020).

Kota Sibolga sebagai daerah yang memiliki dinamika politik lokal yang cukup menarik menjadi lokasi penelitian yang relevan untuk mengkaji fenomena tersebut. Revitalisasi Stadion Horas tidak hanya menjadi isu pembangunan infrastruktur olahraga, tetapi juga menjadi simbol politik yang digunakan dalam membangun citra pemerintahan daerah. Dengan demikian, penelitian ini

diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi politik yang dilakukan Wali Kota Sibolga dalam membangun political branding melalui proyek revitalisasi Stadion Horas.

Peneliti memilih proyek revitalisasi Stadion Horas sebagai objek penelitian karena proyek tersebut memperlihatkan keterkaitan yang jelas antara pembangunan fisik, komunikasi politik, dan pembentukan citra kepemimpinan daerah. Berbeda dengan berbagai program pembangunan lainnya yang lebih menitikberatkan pada aspek administratif atau pelayanan publik, revitalisasi Stadion Horas memiliki nilai simbolik yang tinggi karena berkaitan dengan identitas masyarakat, ruang publik, serta janji politik kepala daerah. Kondisi tersebut menjadikan proyek revitalisasi stadion sebagai fenomena yang menarik untuk dianalisis dalam perspektif political branding, khususnya mengenai bagaimana pemerintah daerah membangun persepsi dan legitimasi politik melalui komunikasi pembangunan.

Selain itu, penelitian ini juga penting karena masih terbatasnya kajian mengenai political branding pada level pemerintahan daerah, khususnya yang berkaitan dengan proyek revitalisasi fasilitas publik. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas political branding dalam konteks pemilu dan kampanye politik, sementara kajian mengenai political branding dalam tata kelola pemerintahan daerah masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan studi ilmu politik, khususnya dalam kajian komunikasi politik dan tata kelola pemerintahan daerah.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Political Branding dalam Tata Kelola Pemerintahan Daerah:**

Analisis Strategi Komunikasi Politik Wali Kota Sibolga Tahun 2025-2030 dalam Proyek Revitalisasi Stadion Horas.”

1.2 Rumusan Masalah

Dari hasil uraian latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka masalah yang dapat ditarik dan memutuskan jawaban atau jalan keluarnya yaitu :

1. Bagaimana political branding yang dibangun oleh Wali Kota Sibolga tahun 2025-2030 dalam proyek revitalisasi Stadion Horas?
2. Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi politik Wali Kota Sibolga tahun 2025-2030 dalam proyek revitalisasi Stadion Horas?

1.3 Fokus Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas, maka penelitian difokuskan pada kajian mengenai political branding dalam tata kelola pemerintahan daerah melalui strategi komunikasi politik Wali Kota Sibolga tahun 2025-2030 pada proyek revitalisasi Stadion Horas. Fokus penelitian ini meliputi beberapa aspek berikut:

1. Identitas kepemimpinan Wali Kota Sibolga yang dibangun, simbol, narasi pembangunan, dan citra politik yang dikonstruksi melalui revitalisasi melalui proyek revitalisasi Stadion Horas sebagai representasi visi dan komitmen pembangunan daerah.
2. Faktor internal dan eksternal yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi politik Wali Kota Sibolga dalam proyek revitalisasi Stadion Horas.

Dengan adanya fokus penelitian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana proyek revitalisasi Stadion Horas dimanfaatkan sebagai instrumen political branding melalui strategi komunikasi politik dalam tata kelola pemerintahan daerah Kota Sibolga, serta mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pelaksanaan strategi komunikasi politik tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis political branding dan strategi komunikasi politik yang dibangun oleh Wali Kota Sibolga tahun 2025-2030 dalam proyek revitalisasi Stadion Horas.
2. Untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi politik Wali Kota Sibolga tahun 2025-2030 dalam proyek revitalisasi Stadion Horas.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat teoritis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu politik, terutama pada bidang kajian komunikasi politik serta political branding dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber rujukan akademik dalam memahami keterkaitan antara pembangunan daerah, komunikasi politik, dan proses pembentukan citra politik seorang kepala daerah.

3. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas khazanah keilmuan mengenai political branding dalam praktik tata kelola pemerintahan daerah, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan proyek pembangunan sarana dan prasarana publik.
4. Temuan yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi peneliti berikutnya yang berminat mengkaji isu komunikasi politik, kepemimpinan pemerintahan daerah, maupun strategi political branding yang diterapkan oleh kepala daerah.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Pemerintah Kota Sibolga dalam merancang strategi komunikasi politik yang lebih efektif dan transparan dalam pelaksanaan program pembangunan daerah.

b. Bagi Kepala Daerah dan Aktor Politik

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya political branding yang dibangun melalui komunikasi politik yang baik, sehingga program pembangunan tidak hanya berorientasi pada pencitraan, tetapi juga mampu meningkatkan kepercayaan publik.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai bagaimana proyek pembangunan daerah dapat digunakan sebagai bagian dari strategi komunikasi politik pemerintah daerah.

d. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi ilmiah dalam bidang ilmu politik, khususnya yang berkaitan dengan political branding, komunikasi politik, dan tata kelola pemerintahan daerah.

e. Bagi Peneliti

Temuan ini diharapkan untuk mengembangkan kemampuan berpikir dalam memahami fenomena political branding dan strategi komunikasi politik dalam pemerintahan daerah.