

BAB III

GAMBARAN UMUM

A. Penggunaan Instagram sebagai Media Kampanye oleh Prabowo Subianto

Pemanfaatan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, menjadikan khalayak bukan lagi hanya menjadi objek yang terpapar oleh informasi, namun khalayak juga dapat memproduksi konten yang dapat dikonsumsi oleh orang lain. Melalui akun media sosial yang ia miliki, relawan Prabowo Subianto dapat membuat konten yang dapat dilihat dan dikonsumsi oleh para pengikut atau *follower*-nya di media sosial Instagram. Prabowo Subianto dalam menggunakan akun media sosial tidak hanya dijadikan sebagai alat komunikasi, namun juga ia manfaatkan dalam berbagai bidang kehidupan. Salah satu akun media sosial Prabowo Subianto yang sering digunakan ialah Instagram. Prabowo Subianto mulai menggunakan Instagram pertama kali pada tahun 2015, ia mengunggah foto pertama kali pada tanggal 20 september 2015. Intensitas Prabowo Subianto dalam mengunggah foto di Instagram mengalami peningkatan saat ia mencalonkan diri menjadi Presiden Republik Indonesia 2019, dimana sebelum ia mencalonkan diri menjadi Presiden Republik Indonesia ia mengunggah foto dalam satu sampai lima hari sekali. Perubahan pun terlihat saat ia mencalonkan diri menjadi Presiden Republik Indonesia 2019, dimana keintensitasan Prabowo Subianto dalam mengunggah foto di Instagram mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Terlihat dalam unggahannya di Instagram, ia dalam sehari

mampu mengunggah foto sebanyak satu sampai tiga postingan dalam sehari. Prabowo Subianto selama masa kampanye sangat intens dalam menggunakan akun Instagram pribadinya, hal itu dapat dibuktikan dengan jumlah postingan atau konten yang ia unggah di Instagram mencapai angka kurang lebih 200 postingan, postingan tersebut ia unggah dalam kurun waktu Agustus 2018 sampai April 2019.

Akun media sosial Instagram Prabowo Subianto memiliki ID Name @prabowo, dengan jumlah follower mencapai angka lebih dari 4.000.000 akun saat masa kampanye. Di era digital saat ini, data terbaru tentang pengguna aktif media sosial Instagram di seluruh dunia mencapai angka 800 juta akun, data tersebut menunjukkan bahwa media sosial Instagram mengalami pertumbuhan pengguna yang begitu pesat daripada media sosial yang lain. Pertumbuhan pengguna yang makin menanjak tersebut juga dipengaruhi setelah saham Instagram dibeli oleh *Facebook*. Untuk pengguna media sosial Instagram di Indonesia sendiri, tercatat mencapai angka 22 juta akun pengguna aktif. Walaupun terbilang sebagai media sosial baru, Instagram terbukti dapat bersaing dengan beberapa media sosial yang sudah populer lebih dahulu. Guna memikat netizen untuk menggunakan media sosial Instagram, Instagram kerap menghadirkan terobosan-terobosan baru yang lebih canggih, tidak jarang Instagram juga mengadopsi fitur-fitur yang ada di media sosial lain, sehingga dengan adanya hal tersebut menjadikan media sosial Instagram memiliki daya tarik yang lebih daripada media sosial yang lain.

Konten yang Prabowo Subianto unggah di Instagram, tidak jarang berkaitan dengan kegiatan pribadi maupun kegiatan ia saat berkampanye. Konten yang ia tampilkan dikemas dengan tampilan yang menarik disertai dengan bahasa yang formal, namun mudah dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat. Konten yang ia unggah pun tidak hanya dalam bentuk foto, namun tidak jarang juga berbentuk cuplikan-cuplikan video. Hal itu membuat konten yang ia unggah tidak terkesan monoton dan terlalu formal. Pengunggahan konten ke media sosial tentunya memiliki motif maupun tujuan tertentu, salah satu motif atau tujuan tersebut diantaranya sebagai media citra diri di ranah publik, hal itu tentunya bertujuan untuk menaikkan popularitas dan memberikan citra yang baik di ranah publik agar dapat mengambil hati pemilih dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019. Media bukan hanya menjadi pembujuk yang kuat, namun juga dapat membelokkan perilaku atau sikap-sikap terhadap suatu hal.

Media sosial juga dapat berfungsi sebagai media pengarsip data pengguna, terutama data yang berkaitan dengan data visual seperti foto maupun video. Prabowo Subianto dalam menggunakan media sosial tidak hanya digunakan menjadi media komunikasi atau berinteraksi dengan masyarakat, namun juga ia gunakan sebagai media untuk mengkonstruksi citra diri pada follower akun Instagram-nya. Hal itu dilakukan dengan cara menampilkan konten-konten yang berkaitan dengan kegiatan keseharian dan kegiatan saat ia berkampanye di dalam masyarakat. Konten-konten yang ia unggah dimaksudkan supaya follower akun Instagram-nya dapat terkonstruksi

untuk memberikan dukungan dan memilihnya menjadi Presiden Republik Indonesia 2019.

B. Penggunaan Instagram sebagai Media Kampanye oleh Sandiaga Uno

Sebagai pasangan Prabowo Subianto dalam pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019, Sandiaga Uno juga sangat aktif menggunakan sosial media terutama Instagram. Sandiaga Uno mulai menggunakan Instagram pertama kali pada tahun 2015, ia mengunggah foto pertama kali pada tanggal 7 Juli 2015. Sejak awal Sandiaga Uno sudah aktif mengunggah foto di Instagram, dan intensitas ini mulai mengalami peningkatan saat ia mencalonkan diri menjadi Wakil Gubernur Jakarta sebagai pasangan Anies Baswedan pada tahun 2017, dimana sebelum ia mencalonkan diri menjadi Wakil Gubernur Jakarta ia mengunggah foto dalam satu sampai lima hari sekali. Perubahan pun terlihat saat ia mencalonkan diri menjadi Wakil Gubernur Jakarta 2017, dimana sejak menjadi calon Wakil Gubernur Jakarta intensitasnya dalam mengunggah foto di instagram mengalami peningkatan yang signifikan. Terlihat dalam unggahannya di Instagram, ia dalam sehari mampu mengunggah foto sebanyak dua sampai empat postingan dalam sehari. Sebagai calon Wakil Gubernur Jakarta, Sandiaga Uno selama masa kampanye sangat intens dalam menggunakan akun Instagram pribadinya, hal itu dapat dibuktikan dengan jumlah postingan atau konten yang ia unggah di Instagram mencapai angka lebih dari 1.000 postingan, postingan tersebut ia unggah dalam kurun waktu Agustus 2018 sampai April 2019.

Akun media sosial Instagram Sandiaga Uno memiliki ID Name @sandiaga, dengan jumlah *follower* mencapai angka lebih dari 6.000.000 akun saat masa kampanye. Konten yang diunggah Sandiaga Uno di Instagram, juga berkaitan dengan kegiatan pribadi maupun kegiatan ia saat berkampanye. Konten yang ia tampilkan dikemas dengan tampilan yang menarik disertai dengan bahasa yang formal, namun mudah dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat terutama kaum milenial. Konten yang ia unggah pun tidak hanya dalam bentuk foto, namun tidak jarang juga berbentuk cuplikan-cuplikan video. Hal itu membuat konten yang ia unggah tidak terkesan monoton dan terlalu formal. Pengunggahan konten ke instagram juga bertujuan untuk menaikkan popularitas dan memberikan citra yang baik di ranah publik agar dapat mengambil hati pemilih dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019. Sandiaga Uno juga menggunakan instagram sebagai media komunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat terutama para *followers*-nya dengan menampilkan konten-konten yang berkaitan dengan kegiatan keseharian dan kegiatan saat ia berkampanye di dalam masyarakat. Dalam kegiatan kampanyenya, Sandiaga Uno sudah mengunjungi lebih dari 1500 titik kampanye dan ia telah berhasil mewujudkannya demi untuk menarik simpati masyarakat untuk dapat mendukungnya dalam kontestasi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2019.