

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Instagram sebagai Media Kampanye oleh Pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno

Instagram digunakan sebagai salah satu media kampanye politik yang bisa dimanfaatkan untuk sarana komunikasi, mempromosikan diri, sosialisasi, termasuk promosi partai politik untuk membangun citra positif. Hasil wawancara peneliti dengan Andi Nurbaya, Ketua relawan, Pengurus BARU PAS Sumatera Selatan, sebagai media kampanye instagram memiliki banyak manfaat, diantaranya untuk memberikan informasi bagi masyarakat tentang pasangan calon; menjalin silaturahmi; membentuk perkumpulan atau komunitas relawan pasangan calon tertentu; melakukan *branding* atau kegiatan komunikasi agar pasangan calon yang didukung dikenal oleh masyarakat.¹

Hingga saat ini belum ada pengaturan rinci dan tegas terhadap bentuk kampanye di media sosial terutama instagram. Di tengah meningkatnya pengguna internet Indonesia, media sosial tidak bisa dipungkiri keberadaannya sebagai sarana paling efektif untuk menyalurkan pendapat warganet. Kampanye dengan menggunakan media sosial juga dinilai jauh lebih efektif dan efisien menjangkau kaum

¹ Andi Nurbaya, Ketua Pengurus BARU PAS Sumatera Selatan, *Wawancara*, 15 Mei 2019

menengah ke atas, dibandingkan dengan melakukan kampanye konvensional, yaitu menggunakan atribut partai politik dan berorasi di ruangan terbuka.

Dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, di pasal 1 ayat 35, kampanye pemilu diartikan sebagai kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta pemilu. Dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu, pengaturan kampanye di media sosial hanya sebatas mengatur pendaftaran akun milik peserta pemilu.

Lebih lanjut menurut Andi Nurbaya, KPU membatasi setiap peserta pemilu hanya boleh memiliki akun media sosial yang digunakan untuk kampanye paling banyak 10 akun. Namun, KPU tidak mengatur mengenai penyebaran konten kampanye, yang bisa saja dilakukan oleh orang di luar tim kampanye, atau oleh *buzzer* politik musiman yang muncul lima tahunan sekali. Belum lagi fenomena hoaks dan ujaran kebencian yang dengan mudahnya tersebar hanya dengan satu klik di akun media sosial.²

Pasangan Prabowo-Sandi juga menggunakan media sosial instagram dalam kampanye mereka diantaranya dengan membagikan secara aktif foto atau video kegiatan-kegiatan pribadi, sosial dan aktivitas politik kepada para pengikut instagram mereka. Hal ini terlihat dari banyaknya aktivitas komentar ataupun *like* dari pengikut pasangan Prabowo-Sandi dan dari hal inilah masyarakat pengguna media sosial yang mengikuti akun media sosial instagram ini bisa mendapatkan informasi mengenai hal

² *Ibid, Wawancara*

apapun yang diunggah ke akun pribadinya. Akun instagram Prabowo Subianto adalah @prabowo, sedangkan akun instagram Sandiaga Uno adalah Subianto adalah @sandiuno. Kegiatan kampanye Prabowo-Sandi tidak hanya diunggah di akun resmi Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno, namun juga banyak di unggah oleh para pendukung Prabowo-Sandi, diantaranya oleh BPN (Badan Pemenangan Nasional) dan juga dari para Relawan, diantaranya adalah BARU PAS (Barisan Rakyat Untuk Prabowo Sandi), dan PEPES Partai Emak-Emak Pendukung Prabowo Sandi".³

Secara umum tugas tim relawan yaitu memenangkan, yaitu memenangkan pasangan 02 dari berbagai lini, kemudian tetap mendukung. Di BARU PAS, ada tim relawan khusus untuk media sosial. Di setiap organisasi itu pasti yg namanya bidang IT ada, dan di BARU PAS utk Prabowo-Sandi itu ada ahi di bidang IT dan Humas yang berjumlah 3 orang. Khususnya Instagram. Kriteria yang harus dimiliki admin tim medsos instagram yang pastinya berjiwa muda, karena banyak kalangan muda yang di Instagram. Akun instagram yang digunakan BARU PAS adalah @baru.pas_Sumsel. Bagian IT di BARU PAS di setiap ada kegiatan atau dari program-program yang diusung oleh pasangan 02 selalu di *share* di medsos, salah satunya Instagram. Sudah menjadi rahasia umum bahwa instagram itu juga banyak memberikan kontribusi ke dalam kampanye dan segala macam karena langsung dampaknya itu meluas. Daya tarik medsos instagram dapat langsung dilihat orang,

³ *Ibid, Wawancara*

langsung *up to date*. Target tim relawan medsos instagram pada masyarakat, semua masyarakat yang bermain di medsos, ig memilih pasangan 02.⁴

Tolak ukur keberhasilan tim medsos instagram adalah dengan banyaknya *follower* (pengikut instagram), kemudian dengan banyaknya komentar-komentar dari *follower* ataupun dari pengguna instagram lainnya. Targetnya tim medsos instagram BARU PAS sebagai pendukung Prabowo-Sandi adalah menjangkau anak-anak muda yang biasa bermain di ig dan menggiring *swing voter* untuk memastikan di 02.

Pemilihan tim medsos instagram dilihat dari anggota kita yang memang dia biasa berkecimpung di IT. Tim medsos instagram berkumpul kadang di Café, kadang di hotel. Kerja tim medsos instagram men-*share* segala kegiatan dari Barisan Rakyat Untuk Prabowo-Sandi Sumatera Selatan. Tim Kampanye Prabowo-Sandi media sosial instagram diberikan fasilitas berupa kuota, agar bisa terkoneksi dengan internet, dengan medsos. Materi-materi yang dimunculkan dalam instagram sebagai media kampanye diantaranya kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh Pasangan Prabowo dan Sandiaga yang juga disertai foto-foto, spanduk, kemudian juga tentang kegiatan-kegiatan Prabowo-Sandi yang didokumentasikan baik dalam bentuk foto atau video kegiatan saat Kampanye Prabowo-Sandi di instagram.⁵

⁴ *Ibid, Wawancara*

⁵ *Ibid, Wawancara*

B. Komunikasi Politik yang digunakan oleh Prabowo dan Sandiaga Uno dalam kampanye di Instagram

Komunikasi politik adalah simbol-simbol atau pesan yang disampaikan itu secara signifikan yang dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik. Komunikasi politik setiap pasangan calon presiden tentunya memiliki ciri khas tertentu. Bentuk komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan Prabowo-Sandi adalah dengan menggunakan media massa atau disebut juga dengan istilah persuasif massa. Metode ini dilakukan dalam bentuk imbauan kepada massa dilakukan baik melalui hubungan tatap muka ataupun melalui jenis media perantara, yaitu media social instagram.

Komunikasi politik Kandidat calon presiden dalam pilpres 2019 akan menjadi poin penting dalam memperoleh dukungan ataupun pemilih. Karena gaya komunikasi politik akan mempengaruhi pesan-pesan yang dibawa oleh para calon untuk menarik perhatian masyarakat.

Ada banyak cara yang dilakukan relawan pendukung pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno untuk dalam melakukan kampanye melalui instagram yaitu dengan menunjukkan Simbol Politik dan beberapa Konten dari Kegiatan Kampanye melalui instagram. Simbol politik yang dikampanyekan oleh para relawan Prabowo Sandi melalui di instagram ini memberikan pengaruh bagi para pendukungnya ataupun bagi pengguna instagram yang belum memberikan keputusan mengenai pilihan politiknya.

Hal ini sebagaimana dinyatakan oleh Marwan salah seorang relawan Prabowo-Sandi, “Ya, simbol yang dibuat seperti mengangkat jempol dan telunjuk, atau tagar #prabowoforpresident2019 memberikan pengaruh tersendiri bagi pendukungnya.”⁶

Sedangkan menurut Sri Mutia, “Simbol politik yang dikampanyekan oleh para relawan Prabowo Sandi melalui di instagram memberi pengaruh yang baik, tetapi kadang (pendukung) kedua kubu (Prabowo dan Jokowi) kadang sering beradu pendapat atau bahkan saling menjelekan paslon lain (di instagram).”⁷

Banyak daya tarik medsos instagram dalam kampanye Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno diantaranya gambar-gambar yang disertai caption-caption menarik, video flashmob Prabowo-Sandi, lagu *the power of emak-emak*, serta video-video singkat yang menampilkan kegiatan pasangan Prabowo-Sandi saat berkampanye. Hal ini senada dengan pendapat Andi Nurbaya, Ketua Pengurus BARU PAS Sumatera Selatan tentang daya tarik medsos instagram bagi dalam kampanye Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno:

“Sangat mudah, ee...kita mempunyai simbol 02, yaitu salam 2 jari, kemudian konten-kontennya dengan berbagai macam spanduk-spanduk segala macam itu sangat memudahkan termasuk relawan 02 mudah dikenali, dengan seragam yang suka dipakai oleh Sandiaga Uno yaitu biru, jadi kita mempunyai rabu biru.”⁸

⁶ Marwan, Relawan Prabowo-Sandi, *Wawancara*, 1 Mei 2019.

⁷ Sri Mutia., Relawan Prabowo-Sandi, *Wawancara*, 1 Mei 2019.

⁸ Andi Nurbaya., *Loc. Cit. Wawancara*

Marwan juga berpendapat:

“Video-video singkat yang memperlihatkan betapa ‘garang’ seorang Prabowo daam berpidato, ataupun cara Sandiaga Uno dalam melayani ‘emak-emak’, selain itu sisi lain keseharian keduanya yang sering videonya bermunculan, begitupun pendukung mereka yang selalu senantiasa memberikan dukungan. Inilah yang menjadi daya tarik tersendiri dalam membangun citra keduanya pada media sosial instagram.”⁹

Menurut Sri Mutia:

“Daya tariknya, di zaman sekarang semua orang menggunakan medsos sehingga membuat mereka mudah dikenali bahkan aktivitas mereka pun bisa diikuti atau dilihat saat berkampanye.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, dapat diuraikan mengenai cara pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno untuk mudah dikenali masyarakat dengan menunjukkan simbol politik dan beberapa konten dari kegiatan kampanye melalui instagram yaitu dengan memposting segala kegiatan, aktivitas Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno ataupun hal-hal yang berhubungan dengan Pemilihan Presiden sebagai berikut:

- a. Jargon atau Slogan Indonesia Menang, Indonesia Adil Makmur bersama
Prabowo-Sandi

⁹ Marwan., *Loc. Cit. Wawancara*

¹⁰ Sri Mutia., *Loc. Cit. Wawancara*



Gambar 1. Jargon atau Slogan Indonesia Menang, Indonesia Adil Makmur bersama Prabowo-Sandi¹¹

Prabowo-Sandi akan menjamin pangan tersedia dalam harga terjangkau untuk seluruh rakyat Indonesia. Petani, peternak, petambak, nelayan harus mendapat imbalan penghasilan yang memadai. Kita akan mengamankan semua sumber-sumber ekonomi Indonesia dan menjaga pundi-pundi bangsa Indonesia, supaya kekayaan kita tidak mengalir ke luar negeri. Kami yakin Indonesia mampu berdiri di atas kaki kita sendiri. Bangsa Indonesia harus

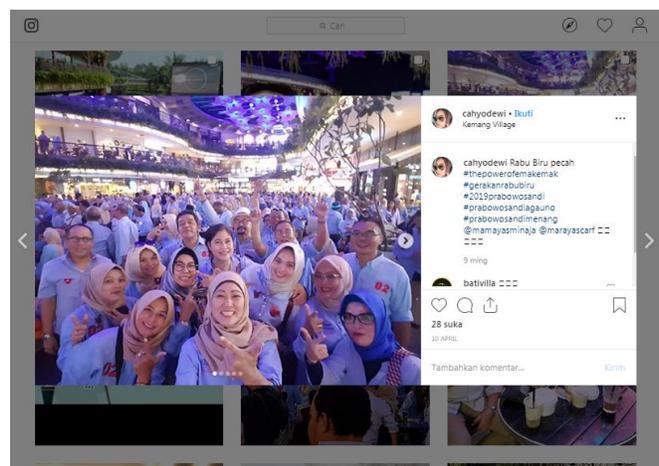
¹¹ Instagram relawan Prabowo-Sandi@aku_woles_aja diakses pada tanggal 20 Mei 2019

menjadi bangsa pemenang, rakyat Indonesia harus menang!

[#IndonesiaMenang](#)

b. Salam dua jari dengan simbol yang dibuat dengan mengangkat jempol dan telunjuk

Calon presiden dan wakil presiden nomor urut 02 selalu mengacungkan salam dua jari, yaitu dengan mengangkat ibu jari alias jempol dan jari telunjuk. Pose dua jari ini melambangkan nomor urut Prabowo-Sandiaga dalam ajang [Pilpres 2019](#). Pose ini kemudian diikuti oleh para pendukungnya untuk menunjukkan dukungan (sebagai jati diri mereka sebagai pendukung) terhadap pasangan Prabowo-Sandi.



Gambar 2. Salam dua jari dengan simbol yang dibuat dengan mengangkat jempol dan telunjuk¹²

¹² Instagram relawan Prabowo-Sandi@cahyodewi, diakses pada tanggal 20 Mei 2019

c. Penandatanganan Pakta Integritas di Ijtima Ulama II Jakarta 16 September 2018 sebagai bentuk kepercayaan Kedua Pihak. Untuk bergerak bersama demi Kemenangan Capres / Cawapres Prabowo-Sandi dengan seluruh kekuatan Muslim Indonesia dan Rakyat Indonesia. .

d. Gerakan *The Power of Emak-Emak*

Berawal dari gerakan *The Power of Emak-Emak*, kemudian didirikanlah Pepes (Partai Emak-Emak Pendukung Prabowo Sandi) yang dideklarasikan pada 11 Agustus 2018 dengan pendiri sebanyak 60 orang. Bermarkas di Duren Sawit, Jakarta, dengan ketua bernama Wulan (@swulll)--atau disebut "Mak wulan" Dalam seri cuitan yang sama, mereka menjelaskan ada enam tujuan Pepes. Dan yang paling jelas adalah "mengantarkan Prabowo-Sandi menjadi Presiden & Wakil Presiden RI tahun 2019-2024. Cara yang dilakukan adalah "*door-to-door* ke masyarakat."

Akun Instagram mereka, @pepes_official, telah diikuti hampir 30 ribu akun. Twitter Pepes relatif aktif. Pun dengan akun-akun di sosial media lain. Sementara Facebook paling sedikit, hanya 3.000-an pengikut. Konten di semua media sosial itu isinya kegiatan-kegiatan mereka di berbagai daerah. Dari mulai Ambon, Yogya, Klaten, Tangerang, dan Magetan. Di Bali, Senin, 25 Februari 2019, mereka bertemu langsung dengan Sandiaga Uno. Mereka

mengklaim memberikan sumbangan hasil penjualan berbagai produk "untuk dana perjuangan" yang langsung diserahkan ke yang bersangkutan.¹³

e. Lagu *The Power of Emak-Emak*

Dalam video yang diunggah melalui akun Instagram resmi Sandiaga Uno, terlihat video yang berisi banyak emak-emak yang berkumpul dan berjoget bersama sambil menyanyikan lagu 'The Power of Emak-Emak'. Beberapa lirik lagu yang diiringi dengan nada yang asyik terdengar dari lagu ini, seperti:

Kini saatnya gantian dong, untukmu negeri Prabowo Sandi.

Sebesar apapun rintangan yang menghadang The Power of Emak-Emak siap menerjang.

Video lagu itu kemudian ditutup dengan kata-kata terakhir dari Prabowo: "Saya, Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahuddin Uno, berjuang untuk Indonesia menang."

f. Gerakan Rabu Biru

Gerakan Rabu Biru yang awalnya terinspirasi oleh cara berpakaian calon wakil presiden (cawapres) nomor urut 02, Sandiaga S Uno, yaitu kemeja berwarna biru serta bawahan berwarna khaki, kini memiliki filosofi baru tidak sebatas pakaian. Relawan Prabowo-Sandi Digital Team (Pride) mengenalkan Gerakan Rabu Biru sebagai akronim dari gerakan Rakyat Butuh Pemimpin Baru. Seiring gerakan Rabu Biru, terbentuklah Komunitas

¹³ [Tirto.id](https://tirto.id/mengenal-pepes-partai-emak-emak-pendukung-prabowo-sandi-dhNA), "Mengenal Pepes, Partai Emak-Emak Pendukung Prabowo Sandi", <https://tirto.id/mengenal-pepes-partai-emak-emak-pendukung-prabowo-sandi-dhNA>, diakses pada tanggal 20 Mei 2019

Rabu Biru Indonesia. Komunitas Rabu Biru Indonesia dimulai sejak Oktober 2018 Siti Hediati Hariyadi alias Titiek Soeharto sebagai Ketua Dewan Pembina Komunitas Rabu Biru Indonesia.¹⁴

g. Gerakan tagar untuk mendukung Prabowo-Sandi

Gerakan tagar untuk mendukung Prabowo-Sandi digaungkan oleh para relawan pendukung. Diantaranya:

[#Prabowopresidenku#Prabowopresiden2019#Installprabowo#Prabowome
nangdebat#Prabowosandiaga#Prabowothnextleader#Prabowosandimenan
g@prabowosandiuntukindonesia#Prabowobersamaulama#2019prabowosa
ndi#Prabowoindonesiamenang#Prabowo_Uno2019#Prabowoforpresiden#
Prabowoforpresiden2019#2019prabowopresidenri#Prabowountukindonesi
a#Mediaprabowo#2019prabowopresiden#Prabowoforpresident#prabowos
andiuntukindonesia#emakemakmilitan#relawanemakemak #beritaemKem
ak#gerakanrabubiru](#)

h. Program OK OCE

OK Oce atau *One Kecamatan, One Center of Entrepreneurship* awalnya adalah program pemerintah provinsi DKI Jakarta yang berusaha melakukan penciptaan dan pembinaan kewirausahaan terhadap pelaku wirausaha (usaha mikro, kecil, dan menengah) di bawah Sudin Koperasi dan UMKM yang membidik 44 kecamatan di DKI Jakarta, di mana setiap

¹⁴ Instagram relawan Prabowo-Sandi <https://kumparan.com/beritajatim/apa-itu-gerakan-rabu-biru-dari-pasangan-prabowo-sandiaga-uno-1546423256087815864> diakses tanggal 26 Mei 2019,

kecamatan di DKI Jakarta dibuat satu pusat pelatihan kewirausahaan. Pesertanya ada dari warga yang sudah memiliki usaha untuk dibina agar usahanya berkembang, dan ada dari warga yang baru akan memulai usaha untuk nantinya dibina dan mendapatkan bantuan permodalan.

i. Program Rumah Siap Kerja

Rumah Siap Kerja adalah suatu wadah yang Prabowo-Sandi siapkan bagi anak-anak muda di seluruh wilayah Indonesia, untuk mengakses berbagai informasi mengenai lapangan pekerjaan, pelatihan keterampilan sesuai minat dan bakat, hingga akses pendidikan dan beasiswa. Rumah Siap Kerja merupakan salah satu program yang dibuat oleh pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 02, dengan tujuan untuk menciptakan lapangan kerja, terutama untuk anak muda. Rumah Siap Kerja merupakan tempat di mana para anak muda mendapatkan bimbingan karier, mencari informasi lowongan kerja, pelatihan, pendidikan, atau beasiswa. Program ini ditunjang dengan berbagai fasilitas bagi anak muda. Rumah Siap Kerja saat ini sudah aktif menyelenggarakan pelatihan-pelatihan, seperti pelatihan pemahaman perencanaan keuangan, pelatihan *basic MC (master of ceremony) training*, *character building*, dan masih banyak lagi. [Prabowo](#) dan Sandiaga Uno ingin seluruh anak-anak muda di Indonesia memiliki kesempatan, peluang dan kemudahan dalam mengakses informasi khususnya terkait lapangan kerja. Untuk anak-anak muda Indonesia jangan ragu lagi untuk menentukan masa

depan kalian, dengan Program Rumah Siap Kerja kita akan raih cita-cita dan kesuksesan.¹⁵

j. Video Kampanye Kekinian

Video ini memiliki konsep *editing* yang menarik, di mana Sandiaga Uno terlihat berada di salah satu ruangan yang penuh dengan fasilitas berteknologi tinggi, layaknya teknologi 'Jarvis' di film *Iron Man*. Dengan gerakan tangannya, muncul layar *digital* yang berisi konten tentang Indonesia.

Tidak lama kemudian, muncul *background* suara dari Prabowo yang menjelaskan secara singkat mengenai Indonesia. Suara Prabowo tersebut menjelaskan tentang Indonesia sebagai bangsa yang besar karena memiliki kekayaan alam yang melimpah, tanah yang subur, alam yang indah, dan sumber daya manusia yang hebat.

"Negara yang amat kaya raya ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk kemakmuran seluruh rakyat, bukan untuk segelintir orang saja," kata Prabowo.

"Sudah saatnya, *wis wayahe..* Prabowo-Sandi ambil alih kendali," tambahnya dalam video tersebut.¹⁶

k. Program KTP Super Sakti

Program kartu super sakti, yaitu e-KTP adalah Program yang ditawarkan oleh Prabowo-Sandi jika terpilih sebagai presiden dan wakil presiden RI untuk bisa selesaikan beberapa masalah sekaligus untuk menjadi akses ke berbagai program pemerintah dan tidak perlu ada kartu-kartu lain.

¹⁵Instagram relawan Prabowo-Sandi @indonesiaadilmakmur, diakses tanggal 20 Mei 2019

¹⁶*Ibid*

1. Gerakan Mengganti Profil Akun Media Sosial dengan Lambang 02

Seruan/ajakan dari akun instagram pendukung Prabowo-Sandi, salah satunya @indonesiaadilmakmur selama masa tenang (Minggu malam, 14 April jam 12.01 malam sampai dengan Rabu 17 April) yaitu untuk sedekahkan gambar profil WA, Instagram, Facebook, Twitter, Telegram dan sebagainya milik pendukung untuk 02, dengan menggantinya dengan gambar 02 ini. Sebarluaskan dan ganti gambar profil akun medsos demi Indonesia Menang.¹⁷

¹⁷Instagram relawan Prabowo-Sandi @indonesiaadilmakmur, diakses pada tanggal 20 Mei 2019