

Strategi Komunikasi Politik Pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar di Instagram @Ubahbareng untuk Meningkatkan Citra Positif dalam Pemilu 2024

Kayla Salsabilla Farroza^{*1}, Azka Alycia Yahya², Adinda Nabila Ramadhani³, Galang Putra Susilo⁴, Dwi Desky Setiawan⁵, Muhammad Dzikra Razaqa Gunawan⁶, Restu Rahmawati⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

Email: ¹2310413001@mahasiswa.upnvj.ac.id, ²2310413010@mahasiswa.upnvj.ac.id
³2310413022@mahasiswa.upnvj.ac.id, ⁴2310413047@mahasiswa.upnvj.ac.id,
⁵2310413115@mahasiswa.upnvj.ac.id, ⁶2310413118@mahasiswa.upnvj.ac.id,
⁷restu.rahmawati@upnvj.co.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi politik pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar melalui akun Instagram @ubahbareng dalam konteks pemilu 2024 di Indonesia. Di era digital, media sosial menjadi saluran utama dalam membentuk persepsi publik dan mempengaruhi perilaku pemilih. Dengan pertumbuhan pesat pengguna media sosial, akun @ubahbareng diidentifikasi sebagai platform kunci yang mendukung kampanye kedua pasangan calon. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data dari konten Instagram dan literatur terkait untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @ubahbareng berhasil meningkatkan citra positif pasangan calon melalui konten visual yang menarik, termasuk foto dan video, serta interaksi aktif dengan pengikut. Konten yang disajikan mengangkat tema yang relevan dan nilai-nilai yang ingin disampaikan, menciptakan keterlibatan yang signifikan di kalangan audiens. Analisis ini menggarisbawahi pentingnya media sosial sebagai alat mobilisasi dukungan dan interaksi langsung dengan pemilih. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan di akun @ubahbareng tidak hanya meningkatkan citra positif, tetapi juga berkontribusi pada efektivitas kampanye secara keseluruhan. Rekomendasi diberikan untuk pengembangan strategi komunikasi politik di masa mendatang dan penekanan pada pentingnya pemanfaatan media sosial dalam konteks politik.

Kata kunci: *Anies Baswedan, Citra Publik, Instagram, Komunikasi Politik, Muhaimin Iskandar, Pemilu 2024*

Abstract

This study analyzes the political communication strategies of Anies Baswedan and Muhaimin Iskandar through the Instagram account @ubahbareng in the context of the 2024 elections in Indonesia. In the digital era, social media serves as a primary channel for shaping public perception and influencing voter behavior. With the rapid growth of social media users, the @ubahbareng account is identified as a key platform supporting the campaign of both candidates. Employing a qualitative descriptive approach with content analysis, this research gathers data from Instagram content and relevant literature to evaluate the communication strategies employed. The findings reveal that @ubahbareng effectively enhances the candidates' positive image through engaging visual content, including photos and videos, along with active interaction with followers. The presented content highlights relevant themes and values that the candidates aim to convey, creating significant audience engagement. This analysis underscores the importance of social media as a tool for mobilizing support and fostering direct interaction with voters. The study concludes that the digital communication strategies implemented on the @ubahbareng account not only improve the candidates' public image but also contribute to the overall effectiveness of the campaign. Recommendations are provided for the development of future political communication strategies, emphasizing the importance of leveraging social media in the political context.

Keywords: *2024 Elections, Anies Baswedan, Public Image, Political Communication, Instagram, Muhaimin Iskandar*

1. PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang pesat, media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik secara signifikan. Platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi tetapi juga sebagai arena politik tempat berbagai aktor politik, termasuk kandidat dan partai, dapat terlibat langsung dengan pemilih. Menurut Pew Research Center (2021), sekitar 69% orang dewasa di seluruh dunia menggunakan media sosial, sementara Indonesia melaporkan angka sebesar 64%, yang mencakup lebih dari 170 juta pengguna (Statista, 2023). Basis pengguna yang substansial ini menggarisbawahi pentingnya media sosial dalam membentuk citra politik dan meningkatkan keterlibatan pemilih, khususnya dalam konteks pemilu. Pemilu 2024 di Indonesia menghadirkan peluang penting bagi para kandidat untuk memanfaatkan kekuatan media sosial. Dalam pemilihan ini, pasangan calon nomor urut 01, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, memanfaatkan akun Instagram @ubahbareng untuk menjangkau pemilih, terutama kelompok demografi muda yang merupakan mayoritas pengguna platform tersebut. Data menunjukkan bahwa sekitar 70% pengguna Instagram di Indonesia berusia 18 hingga 34 tahun (We Are Social, 2022). Dengan demikian, pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana media sosial beroperasi dalam strategi komunikasi politik menjadi penting.

Strategi komunikasi politik yang efektif tidak hanya mencakup penyampaian pesan tetapi juga penerimaan dan persepsi khalayak terhadap pesan tersebut. Sebagai saluran komunikasi, media sosial menyediakan interaktivitas yang tidak dimiliki media tradisional, sehingga memungkinkan politisi untuk membina hubungan yang lebih dekat dengan pemilih (Enli & Rosenberg, 2018). Dalam konteks ini, akun Instagram @ubahbareng memainkan peran penting dalam membangun narasi positif dan membangun kepercayaan publik terhadap Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami bagaimana strategi komunikasi politik yang diterapkan melalui akun Instagram @ubahbareng dapat menumbuhkan persepsi publik yang positif terhadap pasangan calon. Penelitian ini akan mengkaji elemen-elemen seperti jenis konten yang diposting, strategi untuk berinteraksi dengan pengikut, dan pemanfaatan analitik untuk mengevaluasi efektivitas kampanye. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran media sosial sebagai saluran dan aktor politik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan strategi komunikasi politik di masa mendatang.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, kami menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka untuk menganalisis konten dari akun Instagram @ubahbareng. Pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis konten memfokuskan pada analisis makna dari data kualitatif yang telah dikumpulkan, analisis konten dapat membantu dalam mengorganisir dan menginterpretasi data sehingga dapat menghasilkan gambaran fenomena yang lebih terstruktur. Tahapan penelitian dimulai dengan pengumpulan data yang meliputi observasi langsung terhadap postingan, caption, serta interaksi pengguna seperti komentar dan like. Data tersebut kemudian diorganisir menggunakan teknik filling system yang dikemukakan oleh Wimmer dan Dominick. Proses ini melibatkan kategorisasi data berdasarkan tema tertentu, seperti jenis konten (gambar, video, teks), tema komunikasi (informasi, promosi, edukasi), dan respon pengguna (positif, negatif, netral). Setelah pengelompokan, peneliti melakukan interpretasi dengan mengaitkan data yang telah dikategorikan dengan konsep atau teori yang relevan, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun tersebut. Hasil analisis disajikan dalam bentuk naratif yang menggambarkan temuan utama serta mengaitkan hasil dengan literatur yang ada untuk memberikan konteks dan membahas implikasi dari temuan penelitian.

3. HASIL PENELITIAN

3.1. Profil akun @ubahbareng

Akun Instagram @ubahbareng adalah sebuah platform yang mengusung gerakan sosial dan politik dengan fokus utama pada pemulihan demokrasi di Indonesia. Dengan lebih dari 265 ribu pengikut, akun ini aktif mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam berbagai aksi sosial, diskusi terbuka, dan kritik terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan rakyat. Konten yang diunggah oleh @ubahbareng beragam, mulai dari informasi mengenai kebijakan lingkungan, pemberantasan korupsi, hingga isu-isu demokrasi. Salah satu kampanye utamanya adalah untuk menekan proses seleksi pimpinan KPK agar tetap dijalankan oleh orang-orang yang berintegritas. Mereka juga secara aktif mengadakan aksi di dunia nyata, seperti demonstrasi damai dan diskusi di ruang publik.

Selain isu sosial-politik, akun ini juga sering menggunakan gaya bahasa yang menginspirasi dan penuh semangat, mendorong masyarakat untuk tidak tinggal diam dalam menghadapi ketidakadilan. Melalui berbagai kegiatan di lapangan maupun dunia maya, @ubahbareng mengajak semua kalangan, terutama anak muda, untuk bergerak bersama dalam memperjuangkan perubahan.

Akun Instagram @ubahbareng mengangkat tema sosial dan politik, dengan fokus pada advokasi demokrasi, keadilan sosial, serta pemantauan kebijakan pemerintah. Salah satu tema utama yang diusung adalah pemulihan demokrasi yang dianggap semakin terancam oleh berbagai kebijakan dan tindakan elit politik. Akun ini sering menyoroti isu-isu seperti pemberantasan korupsi, kebijakan lingkungan, dan hak-hak rakyat kecil, terutama nelayan dan pekerja. Kampanye ini dilakukan melalui kritik terhadap keputusan politik yang dianggap tidak pro-rakyat dan diskusi mengenai pentingnya demokrasi yang sehat.

Nilai-nilai yang diangkat oleh @ubahbareng mencakup integritas, transparansi, keadilan, dan keberanian untuk memperjuangkan hak-hak rakyat. Nilai integritas muncul dalam kampanye terkait seleksi pimpinan KPK yang menekankan pentingnya memilih orang-orang yang tidak bermasalah. Transparansi juga menjadi sorotan, terutama dalam mengkritik kebijakan pemerintah yang tidak jelas atau tidak memperhatikan kepentingan publik, seperti dalam hal ekspor pasir laut dan dampaknya terhadap lingkungan. Selain itu, akun ini mengedepankan keberanian dan partisipasi aktif masyarakat dalam menegakkan keadilan sosial. Lewat berbagai aksi dan diskusi, @ubahbareng mendorong pengikutnya untuk tidak pasif dan terus mengawal kebijakan pemerintah, mengorganisir aksi protes damai, dan membangun kesadaran tentang pentingnya menjaga kewarasan demokrasi.

Hasil dan pembahasan seharusnya merupakan bab yang paling banyak isinya pada sebuah paper. Isi Hasil dan Pembahasan dapat mencapai 50-65% dari keseluruhan paper.

3.2. Temuan Penelitian

Akun Instagram @ubahbareng menggunakan berbagai strategi konten untuk membangun narasi politik dan memobilisasi massa, yang dapat dianalisis melalui perspektif ilmu politik, termasuk Teori Komunikasi Politik yang telah dikemukakan dalam bagian konsep dan teori. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, komunikasi politik mencakup penyampaian pesan-pesan politik yang berkaitan dengan isu-isu spesifik seperti kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan. Selain itu, komunikasi politik juga melibatkan fungsi atau peran aktor-aktor politik. Sehingga, aktivitas digital yang dilakukan oleh akun @ubahbareng sesuai dengan definisi komunikasi politik karena mencakup upaya penyampaian pesan politik yang memiliki hubungan erat dengan isu-isu dalam pemerintahan, peraturan perundang-undangan, dan kekuasaan.

Keberadaan akun Instagram @ubahbareng menyediakan konten yang menarik untuk masyarakat berupa visual dan narasi tertentu. Dari segi visual yang ditampilkan, pada akun ini didominasi oleh foto foto figur politik seperti Anies Baswedan seperti pada gambar 1, ditambah dengan elemen desain mencolok, seperti pemilihan warna-warna cerah dan penggunaan font tebal. Dilihat dari sudut pandang komunikasi politik, penggunaan visual yang menarik memiliki tujuan spesifik untuk menarik perhatian audiens sekaligus menyampaikan pesan politik secara langsung, tanpa membutuhkan banyak teks. Dalam konteks media sosial, strategi visual ini efektif dalam meningkatkan kesadaran audiens terhadap isu-isu yang diangkat (Luthfie, 2024). Pada fenomena ini, akun @ubahbareng memanfaatkan media Instagram yang memberikan fitur para pemilik akun untuk menampilkan konten berupa gambar, animasi, ataupun infografis sehingga mampu menarik minat audiens terhadap isu politik, khususnya untuk meningkatkan citra positif paslon 01 pada masa pemilu 2024.



Gambar 1. Penggunaan figur politik yaitu Anies Baswedan pada konten



Gambar 2. Pemilihan warna mencolok dan font tebal dalam konten

Selain itu, dalam ilmu komunikasi politik juga mengenal istilah ‘framing’ yang ditunjukkan pada aktivitas akun @ubahbareng yang menggunakan framing untuk menyampaikan narasi tertentu. Dalam ilmu komunikasi politik, framing merupakan teknik untuk membentuk cara pandang audiens terhadap suatu isu (Ardinata, 2022). Bentuk framing pada fenomena ini sendiri ditampilkan pada beberapa konten, seperti “Make Democracy Back to Nature” yang dipublikasikan oleh @ubahbareng di media Instagram. Akun ini memperlihatkan upaya untuk mengarahkan persepsi publik terhadap pentingnya kembali pada prinsip-prinsip demokrasi yang lebih murni. Dengan framing ini, akun tersebut membangun narasi bahwa kondisi politik saat ini membutuhkan perubahan menuju idealisme yang lebih baik dan telah memanfaatkan digitalisasi melalui penggunaan instagram dalam rangka menyampaikan pesan politik.

Pada gambar 3, selain elemen visual, akun @ubahbareng juga menggunakan teknik framing untuk mengarahkan persepsi audiens terhadap isu-isu politik yang diangkat. Framing ini terlihat dalam konten seperti “Make Democracy Back to Nature,” di mana akun ini menekankan pentingnya demokrasi yang lebih murni dan beretika. Penggunaan framing semacam ini membantu membentuk pandangan audiens bahwa ada krisis demokrasi yang membutuhkan perubahan segera (Ardinata, 2022).

Hubungan antara hasil penelitian ini dengan metode yang digunakan dapat dilihat pada cara akun @ubahbareng memanfaatkan konten digital yang sesuai dengan teori komunikasi politik. Penelitian ini menggunakan metode analisis konten untuk mengamati bagaimana akun tersebut menyusun narasi dan visual yang berdampak pada persepsi publik. Dalam konteks ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap elemen visual dan naratif yang dipilih secara hati-hati bertujuan membangun persepsi positif

terhadap isu-isu seperti pemberantasan korupsi, transparansi pemerintah, dan integritas dalam politik. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan Teori Agenda-Setting yang menyatakan bahwa media, termasuk media sosial, memiliki kemampuan untuk menyoroiti isu-isu tertentu sebagai topik yang penting bagi audiens (McCombs & Shaw, 1972).



Gambar 3. Konten “Make Democracy Bact to Nature”

Selain memanfaatkan strategi konten melalui penambahan figur politik, warna mencolok, font tebal, dan teknik framing dalam konten yang disajikan, akun @ubahbareng juga menggunakan mobilisasi massa melalui seruan aksi yang eksplisit. Postingan pada gambar 4 mengajak audiens untuk turun ke jalan atau menghadiri acara “Ngobrol Bareng” menunjukkan adanya pendekatan mobilisasi politik dengan tujuan mengajak masyarakat luas untuk berpartisipasi aktif dalam gerakan (Ema, 2024). Melalui strategi konten ini, @ubahbareng dapat memperkuat solidaritas dan kohesi di antara pendukung yang berbagi nilai dan tujuan yang sama. Adapun pada konten “Peringatan Darurat” cenderung memberikan kesan situasi genting yang mana narasi ini sering digunakan dalam teori ilmu politik untuk menciptakan persepsi bahwa tindakan harus segera diperlukan. Terkait hal ni, akun tersebut mencoba menetapkan agenda dengan menyoroiti isu-isu tertentu sebagai masalah mendesak yang membutuhkan perhatian publik.

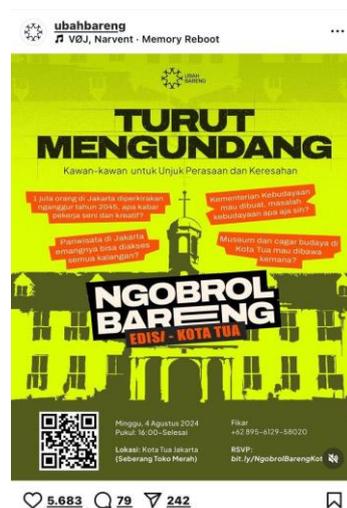


Gambar 4. Konten “Ngobrol Bareng” yang memanfaatkan mobilisasi massa



Gambar 5. Postingan peringatan darurat sebagai salah satu strategi konten

Pada gambar 4 dan 5 akun @ubahbareng menggunakan warna-warna mencolok, visual yang memusatkan perhatian pada figur publik, serta narasi yang berfokus pada isu-isu kritis membantu membentuk persepsi publik terhadap akun @ubahbareng sebagai platform yang peduli pada integritas dan transparansi. Hal ini mendukung temuan bahwa media sosial dapat membentuk citra positif dan meningkatkan keterlibatan audiens dengan isu-isu politik melalui pendekatan yang lebih personal (Statista, 2023). Selain itu, penggunaan bahasa yang mengajak partisipasi aktif, seperti pada konten “Turut Mengundang,” juga memperkuat persepsi bahwa akun ini mendorong demokrasi partisipatif di mana masyarakat, terutama kaum muda, dapat ikut serta dalam proses politik.



Gambar 6. Konten “Turut Mengundang” yang meningkatkan partisipasi aktif audiens

Konten visual dan narasi memainkan peran krusial dalam membangun persepsi positif di era digital saat ini. Dalam konteks pemasaran, visual yang menarik dan narasi yang kuat mampu menarik perhatian audiens secara instan, menciptakan kesan pertama yang mendalam. Seperti yang terlihat pada gambar 6 kombinasi visual dan narasi yang selaras dapat mempengaruhi emosi, membangkitkan rasa ingin tahu, dan menciptakan hubungan emosional antara audiens dan merek. Sebagai contoh, penggunaan warna, tipografi, dan tata letak yang estetik dalam konten visual dapat mencerminkan nilai-nilai merek seperti profesionalisme, kepercayaan, atau inovasi.

Selain aspek estetika, narasi yang baik berfungsi sebagai "jiwa" dari konten visual tersebut. Narasi yang disusun dengan jelas dan memikat dapat menanamkan pesan yang ingin disampaikan secara efektif. Melalui storytelling, merek atau individu dapat mengekspresikan visi, misi, dan nilai mereka, yang pada gilirannya membangun citra positif di benak audiens. Misalnya, sebuah video pemasaran

yang menceritakan kisah inspiratif akan lebih mudah diterima dan dikenang, dibandingkan dengan sekadar menampilkan informasi produk.

Keterpaduan antara visual dan narasi juga sangat penting dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas. Ketika keduanya disajikan dengan konsisten dan relevan, audiens cenderung merasa lebih dekat dan nyaman dengan merek tersebut. Kepercayaan ini berlanjut ke loyalitas jangka panjang, di mana persepsi positif terbentuk dan berlanjut meskipun ada tantangan atau perubahan dalam dinamika pasar. Konten yang memperhatikan detail narasi dan visual yang konsisten juga membantu merek atau individu terlihat lebih profesional dan terpercaya.

Pengaruh konten visual dan narasi dalam persepsi positif juga terlihat dalam aspek pengalaman audiens. Dengan menghadirkan pengalaman visual yang menyenangkan dan cerita yang menarik, audiens merasa terhubung secara emosional dan intelektual. Hal ini meningkatkan peluang terjadinya interaksi yang lebih mendalam, seperti berbagi konten atau memberikan umpan balik positif. Pada akhirnya, konten yang dirancang dengan baik secara visual dan naratif mampu menciptakan persepsi positif yang tahan lama, memperkuat hubungan antara merek dan audiens.

Akun Instagram @ubahbareng menggunakan narasi yang kuat dan menginspirasi untuk mengajak anak muda terlibat dalam perubahan sosial dan politik. Contoh narasi yang sering digunakan mencakup ajakan langsung kepada audiens untuk ikut berpartisipasi dalam diskusi publik, seperti dalam acara "Ngobrol Bareng di Aceh bersama Tom Lembong" yang memotivasi generasi muda untuk hadir, berdiskusi, dan berbagi ide guna mendorong Indonesia yang lebih maju dan inklusif. Mereka menggunakan gaya bahasa yang inklusif dan menyentuh emosi untuk menekankan pentingnya partisipasi aktif dan kolaborasi dalam mewujudkan perubahan.

Selain itu, narasi mereka juga sering kali menyoroti isu-isu penting seperti demokrasi dan pemberantasan korupsi. Misalnya, pada salah satu unggahan, mereka mengkritisi proses seleksi pimpinan KPK dan mengingatkan bahwa integritas dalam proses ini akan sangat menentukan masa depan pemberantasan korupsi di Indonesia. Mereka menggunakan kalimat-kalimat yang tegas dan lugas untuk menggugah kesadaran audiens tentang tanggung jawab bersama dalam menjaga demokrasi.

Dalam kampanye "Ekspedisi Perubahan", narasi yang digunakan lebih menekankan pada pendekatan yang ringan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kegiatan seperti mengunjungi UMKM, berdiskusi dengan warga lokal, dan berbagi pengalaman melalui mini vlog menjadi cara mereka untuk merangkul generasi muda. Narasi yang dibangun dalam konten ini tidak hanya menginformasikan, tetapi juga mengundang audiens untuk merasakan keterlibatan secara personal dalam setiap perjalanan yang dilakukan. Instagram @ubahbareng berhasil memanfaatkan narasi sebagai alat komunikasi yang strategis dengan memadukan ajakan, kritik sosial, serta pendekatan personal untuk membangun persepsi positif terhadap gerakan yang mereka usung. Narasi ini disampaikan dengan semangat perubahan yang kuat, sehingga mampu membangkitkan rasa ingin berpartisipasi dari para pengikutnya.

Akun Instagram @ubahbareng membangun persepsi publik melalui kombinasi strategi visual, narasi, dan mobilisasi massa. Visual yang digunakan, seperti foto figur politik Anies Baswedan dengan elemen desain mencolok seperti warna cerah dan font tebal, berfungsi untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan politik secara efektif. Penggunaan teknik framing dalam konten ini berperan dalam membentuk cara pandang audiens terhadap isu-isu politik yang diangkat, seperti ajakan untuk kembali pada demokrasi yang lebih murni, sebagaimana ditunjukkan dalam konten "Make Democracy Back to Nature." dalam perspektif komunikasi politik, framing membantu menciptakan persepsi bahwa situasi politik membutuhkan perubahan mendesak (Budianto, 2018). Akun ini secara cermat membangun narasi bahwa ada krisis demokrasi yang perlu segera diatasi. Teknik ini konsisten dengan teori agenda-setting, di mana media sosial digunakan untuk menyoroti isu-isu tertentu, sehingga publik menganggapnya sebagai isu yang penting dan mendesak.

Selain framing, mobilisasi massa juga menjadi strategi utama akun ini terlihat dari konten-konten yang secara eksplisit mengajak audiens untuk berpartisipasi aktif seperti menghadiri acara "Ngobrol Bareng." Hal ini menekankan pentingnya keterlibatan langsung dalam gerakan politik, yang meningkatkan kohesi di antara pendukung dan membangun citra bahwa akun tersebut mempromosikan demokrasi partisipatif. Melalui kombinasi visual yang menarik, narasi yang kuat, dan ajakan partisipasi

aktif, @ubahbareng menciptakan persepsi bahwa platform ini peduli pada integritas dan transparansi politik. Konten yang disajikan secara strategis berfungsi membentuk opini publik, memperkuat dukungan terhadap kandidat yang diusung, dan menempatkan akun ini sebagai media yang berpengaruh dalam membangun kesadaran politik di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.

Penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun Instagram @ubahbareng dapat dianalisis melalui tahapan metode kualitatif deskriptif. Tahapan dimulai dengan pengumpulan data melalui observasi langsung terhadap postingan, caption, dan interaksi pengguna seperti komentar dan jumlah likes. Data ini kemudian diorganisir menggunakan teknik filling system yang dikembangkan oleh Wimmer dan Dominick. Dalam teknik ini, konten dikelompokkan berdasarkan kategori seperti jenis media (gambar, video, teks), tema komunikasi (informasi, promosi, edukasi), dan respon pengguna (positif, negatif, netral). Misalnya, konten visual yang menampilkan figur politik Anies Baswedan, didominasi warna mencolok dan font tebal, dikategorikan sebagai strategi promosi. Sedangkan, konten seperti "Make Democracy Back to Nature" lebih mencerminkan edukasi politik dengan menggunakan teknik framing untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya kembali pada prinsip-prinsip demokrasi yang murni. Kategorisasi ini membantu dalam memahami peran konten dalam membentuk persepsi publik secara spesifik, dengan visual sebagai alat untuk menarik perhatian dan framing sebagai teknik untuk mengarahkan interpretasi audiens.

Setelah data dikategorikan, peneliti kemudian melakukan interpretasi dengan menghubungkannya pada teori-teori komunikasi politik yang relevan, seperti teori framing dan agenda-setting. Dalam konteks framing, akun @ubahbareng mampu membentuk cara pandang audiens terhadap isu-isu politik yang diangkat. Sebagai contoh, narasi "Make Democracy Back to Nature" mbingkai isu demokrasi sebagai sesuatu yang mengalami krisis dan perlu diperbaiki, yang menciptakan persepsi bahwa perubahan menuju demokrasi yang lebih murni adalah hal yang mendesak. Teknik ini bertujuan untuk memobilisasi audiens, baik secara emosional maupun praktis, agar mendukung pesan yang disampaikan. Di sisi lain, teori agenda-setting menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu-isu apa yang dianggap penting oleh publik. Dalam kasus akun @ubahbareng, konten yang berfokus pada isu-isu seperti korupsi, transparansi, dan integritas politik, disajikan secara berulang-ulang dengan gaya visual yang menarik. Hal tersebut menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi politik, tetapi juga berperan dalam membangun kesadaran publik terhadap isu-isu yang dianggap penting, sesuai dengan prinsip agenda-setting.

Penelitian ini juga menghubungkan tahapan metode dengan hasil yang diperoleh, di mana elemen-elemen visual seperti warna mencolok, tipografi tebal, dan figur politik dipilih dengan hati-hati untuk membangun persepsi publik. Selain itu, narasi yang dibentuk melalui framing dan mobilisasi massa melalui ajakan seperti "Ngobrol Bareng" memperkuat solidaritas di antara audiens. Tahapan interpretasi ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana akun tersebut memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk membangun narasi politik dan menggerakkan massa. Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk naratif yang menghubungkan teori-teori yang ada dengan temuan dari observasi langsung terhadap konten. Hal ini memberikan konteks yang lebih kaya terhadap strategi komunikasi digital yang diterapkan, serta implikasinya dalam membentuk persepsi dan tindakan politik publik. Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa media sosial, ketika digunakan dengan strategi komunikasi yang tepat, dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun persepsi politik dan memobilisasi dukungan massa.

3.3. Analisis Hubungan antara Strategi Komunikasi dan Citra Pasangan Calon

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh akun Instagram @ubahbareng dalam kampanye politik pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar mencerminkan penggunaan media sosial sebagai instrumen penting dalam membangun citra politik. Strategi ini memanfaatkan pendekatan komunikasi politik digital melalui kombinasi konten visual yang kaya, narasi yang kuat, serta interaksi langsung dengan audiens. Akun ini berhasil menciptakan persepsi positif yang signifikan di kalangan pemilih, terutama pemilih muda dan pengguna aktif media sosial, yang merupakan demografi penting dalam pemilu modern.

Dalam konteks teori agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972), akun @ubahbareng berperan dalam menentukan prioritas isu politik yang ingin disorot. Akun ini tidak hanya menyajikan konten politik, tetapi juga menekankan isu-isu sosial seperti keadilan, perubahan, dan kepemimpinan yang relevan dengan audiens target. Penelitian oleh Shapiro et al. (2020) menunjukkan bahwa dalam era digital, kampanye yang berhasil adalah yang mampu menyoroti isu-isu yang dianggap penting oleh publik, dan akun @ubahbareng memanfaatkan pendekatan ini secara efektif.

Studi oleh Kreiss dan McGregor (2018) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh politisi dapat membantu membentuk agenda dan mengarahkan perhatian publik kepada isu-isu tertentu yang dapat menguntungkan citra mereka. Hal ini sejalan dengan strategi akun @ubahbareng, yang melalui narasi politiknya berhasil menonjolkan karakteristik positif pasangan calon. Narasi ini tidak hanya membentuk persepsi publik, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional dengan pemilih.

Lilleker et al. (2011) dan Enli (2017) menekankan pentingnya framing dalam komunikasi politik digital. Dalam kampanye akun @ubahbareng, framing digunakan secara konsisten untuk menampilkan pasangan Anies-Muhaimin sebagai simbol perubahan dan keadilan. Framing ini memperkuat pesan politik melalui visualisasi yang kuat, sesuai dengan penelitian dari Bossetta (2018), yang menunjukkan bahwa framing politik di media sosial sering kali lebih berpengaruh dibandingkan dengan media tradisional dalam membentuk opini publik.

Framing adalah salah satu komponen kunci dari strategi komunikasi akun @ubahbareng. Penelitian oleh Entman (1993) mengenai teori framing menegaskan bahwa framing yang sukses dapat menentukan bagaimana sebuah isu diinterpretasikan oleh audiens. Dalam kampanye ini, akun @ubahbareng menggunakan framing untuk menonjolkan nilai-nilai positif seperti perubahan, keadilan, dan kepemimpinan yang inklusif. Penelitian oleh Chong dan Druckman (2020) menunjukkan bahwa framing yang kuat dapat mempengaruhi persepsi publik dan memobilisasi dukungan secara efektif, terutama ketika dikombinasikan dengan visualisasi yang relevan dan emosional. Framing dalam kampanye @ubahbareng juga mencakup representasi visual yang menyampaikan citra pasangan calon sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat dan peduli terhadap isu-isu sosial.

Penelitian oleh Grabe dan Bucy (2009) menunjukkan bahwa visualisasi yang baik dalam kampanye politik sering kali lebih mempengaruhi pemilih daripada argumen rasional atau data. Hal ini relevan dengan temuan akun @ubahbareng, di mana visualisasi yang digunakan secara konsisten memperkuat narasi kampanye.

3.4. Pengaruh Konten Visual dan Narasi dalam Membangun Persepsi Positif

Konten visual memainkan peran sentral dalam menciptakan daya tarik emosional dan visual bagi para pemilih. Konten visual berupa gambar, video, serta infografis yang diposting oleh akun @ubahbareng menampilkan visualisasi pesan yang sederhana namun menarik, yang dirancang untuk memperkuat pesan politik. Penelitian oleh Towner dan Dulio (2012) menyatakan bahwa visual yang terencana dengan baik dapat meningkatkan keterlibatan dan respon emosional dari pemilih, terutama ketika disertai dengan pesan naratif yang mempromosikan nilai-nilai tertentu. Menurut teori komunikasi politik visual (Grabe & Bucy, 2009), pemilih sering kali lebih terpengaruh oleh cara sebuah pesan divisualisasikan daripada isi faktualnya. Hal ini tercermin dalam unggahan visual akun @ubahbareng, yang secara konsisten menampilkan elemen-elemen grafis yang mendukung narasi besar kampanye, seperti simbolisme perubahan dan persatuan. Dalam konteks ini, visualisasi politik di Instagram berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memperkuat citra kandidat melalui framing visual yang sesuai dengan harapan dan nilai-nilai audiens target.

Dampak strategi komunikasi akun @ubahbareng dapat diperluas dengan membandingkan hasil penelitian ini dengan studi serupa yang meneliti penggunaan media sosial dalam kampanye politik. Vaccari et al. (2019) menemukan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik dapat memperkuat ikatan emosional dan menggerakkan pemilih, terutama dalam konteks komunikasi dua arah. Hal ini serupa dengan temuan penelitian ini, di mana akun @ubahbareng berhasil memobilisasi pemilih muda melalui interaksi langsung seperti polling, sesi live, dan fitur story.

Dalam hal dampak komunikasi visual, Towner dan Dulio (2020) menunjukkan bahwa penggunaan visual dan narasi yang terencana dengan baik dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun

citra kandidat secara efektif. Akun @ubahbareng memanfaatkan strategi ini dengan menggabungkan konten visual yang menarik dengan pesan naratif yang kuat, yang meningkatkan daya tarik emosional pasangan calon. Temuan ini juga didukung oleh Fuchs dan Qiu (2019) yang menekankan bahwa konten visual yang konsisten dapat menciptakan hubungan yang lebih dalam antara kandidat dan pemilih.

Dalam studi lain, Bosch (2021) meneliti bagaimana media sosial telah menjadi ruang politik baru di mana kampanye digital bisa membentuk identitas politik. Kampanye akun @ubahbareng memanfaatkan media sosial untuk mengatur narasi politik, yang mencerminkan pentingnya teori mediatization (Hjarvard, 2013). Melalui mediatization, akun ini berhasil menciptakan ruang di mana citra pasangan calon dikendalikan langsung oleh tim kampanye tanpa filter dari media tradisional.

3.5. Peran Media Sosial sebagai Alat Mobilisasi Dukungan dan Interaksi dengan Pemilih

Media sosial seperti Instagram telah menjadi aktor politik baru yang mampu memobilisasi dukungan pemilih dan memfasilitasi interaksi langsung antara kandidat dan pemilih. Penelitian oleh Bennett dan Segerberg (2013) tentang connective action menyoroiti bagaimana media sosial memungkinkan bentuk mobilisasi yang lebih personal dan partisipatif. Akun @ubahbareng menggunakan fitur interaktif seperti polling, sesi live, dan fitur "story" untuk membangun keterlibatan langsung dengan pengikut. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai platform untuk menciptakan dialog politik antara kandidat dan pemilih.

Mobilisasi digital ini juga sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Loader et al. (2014), yang menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya mobilisasi politik yang lebih cepat dan langsung, terutama di kalangan pemilih muda. Di Indonesia, pengguna media sosial yang terus bertambah menjadi modal strategis dalam kampanye politik. Berdasarkan data Statista (2023), pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99 juta pada tahun 2022, menunjukkan betapa krusialnya platform ini dalam menjangkau pemilih potensial.

3.6. Kaitan dengan Teori Komunikasi Politik dan Studi Sebelumnya

Hubungan antara strategi komunikasi akun @ubahbareng dan teori komunikasi politik perlu lebih ditekankan, terutama dalam penerapan teori mediatization dan agenda-setting. Teori mediatization (Hjarvard, 2013) menekankan bahwa media digital kini bukan hanya saluran komunikasi, tetapi juga agen aktif yang membentuk narasi politik. Dalam kasus akun @ubahbareng, mediatization memungkinkan tim kampanye untuk mengontrol narasi secara langsung tanpa melalui filter media tradisional. Ini menunjukkan bagaimana media sosial memungkinkan politisi dan tim kampanye untuk memiliki lebih banyak otonomi dalam menyampaikan pesan.

Teori agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972) juga sangat relevan, karena akun @ubahbareng berhasil menentukan prioritas isu politik yang penting bagi audiensnya. Penelitian Strömbäck et al. (2020) mendukung gagasan bahwa politisi yang mampu mengendalikan agenda di media sosial memiliki keunggulan dalam mengarahkan persepsi publik terhadap isu-isu yang penting bagi mereka. Dengan mengangkat isu-isu seperti keadilan sosial, akun @ubahbareng berhasil membentuk agenda yang disoroti oleh pemilih.

Penelitian oleh Valenzuela (2020) juga mendukung bahwa media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan politik secara langsung. Akun @ubahbareng memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk menciptakan keterlibatan, memobilisasi pemilih, dan membangun citra pasangan calon melalui narasi yang selaras dengan isu-isu penting bagi publik.

4. PEMBAHASAN

4.1. Analisis Hubungan antara Strategi Komunikasi dan Citra Pasangan Calon

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh akun Instagram @ubahbareng dalam kampanye politik pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar mencerminkan penggunaan media sosial sebagai instrumen penting dalam membangun citra politik. Strategi ini memanfaatkan pendekatan komunikasi

politik digital melalui kombinasi konten visual yang kaya, narasi yang kuat, serta interaksi langsung dengan audiens. Akun ini berhasil menciptakan persepsi positif yang signifikan di kalangan pemilih, terutama pemilih muda dan pengguna aktif media sosial, yang merupakan demografi penting dalam pemilu modern.

Dalam konteks teori agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972), akun @ubahbareng berperan dalam menentukan prioritas isu politik yang ingin disorot. Akun ini tidak hanya menyajikan konten politik, tetapi juga menekankan isu-isu sosial seperti keadilan, perubahan, dan kepemimpinan yang relevan dengan audiens target. Penelitian oleh Shapiro et al. (2020) menunjukkan bahwa dalam era digital, kampanye yang berhasil adalah yang mampu menyoroti isu-isu yang dianggap penting oleh publik, dan akun @ubahbareng memanfaatkan pendekatan ini secara efektif.

Studi oleh Kreiss dan McGregor (2018) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh politisi dapat membantu membentuk agenda dan mengarahkan perhatian publik kepada isu-isu tertentu yang dapat menguntungkan citra mereka. Hal ini sejalan dengan strategi akun @ubahbareng, yang melalui narasi politiknya berhasil menonjolkan karakteristik positif pasangan calon. Narasi ini tidak hanya membentuk persepsi publik, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional dengan pemilih.

Lilleker et al. (2011) dan Enli (2017) menekankan pentingnya framing dalam komunikasi politik digital. Dalam kampanye akun @ubahbareng, framing digunakan secara konsisten untuk menampilkan pasangan Anies-Muhaimin sebagai simbol perubahan dan keadilan. Framing ini memperkuat pesan politik melalui visualisasi yang kuat, sesuai dengan penelitian dari Bossetta (2018), yang menunjukkan bahwa framing politik di media sosial sering kali lebih berpengaruh dibandingkan dengan media tradisional dalam membentuk opini publik.

Framing adalah salah satu komponen kunci dari strategi komunikasi akun @ubahbareng. Penelitian oleh Entman (1993) mengenai teori framing menegaskan bahwa framing yang sukses dapat menentukan bagaimana sebuah isu diinterpretasikan oleh audiens. Dalam kampanye ini, akun @ubahbareng menggunakan framing untuk menonjolkan nilai-nilai positif seperti perubahan, keadilan, dan kepemimpinan yang inklusif. Penelitian oleh Chong dan Druckman (2020) menunjukkan bahwa framing yang kuat dapat mempengaruhi persepsi publik dan memobilisasi dukungan secara efektif, terutama ketika dikombinasikan dengan visualisasi yang relevan dan emosional. Framing dalam kampanye @ubahbareng juga mencakup representasi visual yang menyampaikan citra pasangan calon sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat dan peduli terhadap isu-isu sosial.

Penelitian oleh Grabe dan Bucy (2009) menunjukkan bahwa visualisasi yang baik dalam kampanye politik sering kali lebih mempengaruhi pemilih daripada argumen rasional atau data. Hal ini relevan dengan temuan akun @ubahbareng, di mana visualisasi yang digunakan secara konsisten memperkuat narasi kampanye.

4.2. Pengaruh Konten Visual dan Narasi dalam Membangun Persepsi Positif

Konten visual memainkan peran sentral dalam menciptakan daya tarik emosional dan visual bagi para pemilih. Konten visual berupa gambar, video, serta infografis yang diposting oleh akun @ubahbareng menampilkan visualisasi pesan yang sederhana namun menarik, yang dirancang untuk memperkuat pesan politik. Penelitian oleh Towner dan Dulio (2012) menyatakan bahwa visual yang terencana dengan baik dapat meningkatkan keterlibatan dan respon emosional dari pemilih, terutama ketika disertai dengan pesan naratif yang mempromosikan nilai-nilai tertentu. Menurut teori komunikasi politik visual (Grabe & Bucy, 2009), pemilih sering kali lebih terpengaruh oleh cara sebuah pesan divisualisasikan daripada isi faktualnya. Hal ini tercermin dalam unggahan visual akun @ubahbareng, yang secara konsisten menampilkan elemen-elemen grafis yang mendukung narasi besar kampanye, seperti simbolisme perubahan dan persatuan. Dalam konteks ini, visualisasi politik di Instagram berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memperkuat citra kandidat melalui framing visual yang sesuai dengan harapan dan nilai-nilai audiens target.

Dampak strategi komunikasi akun @ubahbareng dapat diperluas dengan membandingkan hasil penelitian ini dengan studi serupa yang meneliti penggunaan media sosial dalam kampanye politik. Vaccari et al. (2019) menemukan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik dapat memperkuat ikatan emosional dan menggerakkan pemilih, terutama dalam konteks komunikasi dua

arah. Hal ini serupa dengan temuan penelitian ini, di mana akun @ubahbareng berhasil memobilisasi pemilih muda melalui interaksi langsung seperti polling, sesi live, dan fitur story.

Dalam hal dampak komunikasi visual, Towner dan Dulio (2020) menunjukkan bahwa penggunaan visual dan narasi yang terencana dengan baik dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun citra kandidat secara efektif. Akun @ubahbareng memanfaatkan strategi ini dengan menggabungkan konten visual yang menarik dengan pesan naratif yang kuat, yang meningkatkan daya tarik emosional pasangan calon. Temuan ini juga didukung oleh Fuchs dan Qiu (2019) yang menekankan bahwa konten visual yang konsisten dapat menciptakan hubungan yang lebih dalam antara kandidat dan pemilih.

Dalam studi lain, Bosch (2021) meneliti bagaimana media sosial telah menjadi ruang politik baru di mana kampanye digital bisa membentuk identitas politik. Kampanye akun @ubahbareng memanfaatkan media sosial untuk mengatur narasi politik, yang mencerminkan pentingnya teori mediatization (Hjarvard, 2013). Melalui mediatization, akun ini berhasil menciptakan ruang di mana citra pasangan calon dikendalikan langsung oleh tim kampanye tanpa filter dari media tradisional.

4.3. Peran Media Sosial sebagai Alat Mobilisasi Dukungan dan Interaksi dengan Pemilih

Media sosial seperti Instagram telah menjadi aktor politik baru yang mampu memobilisasi dukungan pemilih dan memfasilitasi interaksi langsung antara kandidat dan pemilih. Penelitian oleh Bennett dan Segerberg (2013) tentang connective action menyoroiti bagaimana media sosial memungkinkan bentuk mobilisasi yang lebih personal dan partisipatif. Akun @ubahbareng menggunakan fitur interaktif seperti polling, sesi live, dan fitur "story" untuk membangun keterlibatan langsung dengan pengikut. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai platform untuk menciptakan dialog politik antara kandidat dan pemilih.

Mobilisasi digital ini juga sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Loader et al. (2014), yang menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya mobilisasi politik yang lebih cepat dan langsung, terutama di kalangan pemilih muda. Di Indonesia, pengguna media sosial yang terus bertambah menjadi modal strategis dalam kampanye politik. Berdasarkan data Statista (2023), pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99 juta pada tahun 2022, menunjukkan betapa krusialnya platform ini dalam menjangkau pemilih potensial.

4.4. Kaitan dengan Teori Komunikasi Politik dan Studi Sebelumnya

Hubungan antara strategi komunikasi akun @ubahbareng dan teori komunikasi politik perlu lebih ditekankan, terutama dalam penerapan teori mediatization dan agenda-setting. Teori mediatization (Hjarvard, 2013) menekankan bahwa media digital kini bukan hanya saluran komunikasi, tetapi juga agen aktif yang membentuk narasi politik. Dalam kasus akun @ubahbareng, mediatization memungkinkan tim kampanye untuk mengontrol narasi secara langsung tanpa melalui filter media tradisional. Ini menunjukkan bagaimana media sosial memungkinkan politisi dan tim kampanye untuk memiliki lebih banyak otonomi dalam menyampaikan pesan.

Teori agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972) juga sangat relevan, karena akun @ubahbareng berhasil menentukan prioritas isu politik yang penting bagi audiensnya. Penelitian Strömbäck et al. (2020) mendukung gagasan bahwa politisi yang mampu mengendalikan agenda di media sosial memiliki keunggulan dalam mengarahkan persepsi publik terhadap isu-isu yang penting bagi mereka. Dengan mengangkat isu-isu seperti keadilan sosial, akun @ubahbareng berhasil membentuk agenda yang disoroti oleh pemilih.

Penelitian oleh Valenzuela (2020) juga mendukung bahwa media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan politik secara langsung. Akun @ubahbareng memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk menciptakan keterlibatan, memobilisasi pemilih, dan membangun citra pasangan calon melalui narasi yang selaras dengan isu-isu penting bagi publik.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun Instagram @ubahbareng berperan penting dalam membangun citra positif pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada pemilu 2024. Dengan memanfaatkan media sosial, akun ini berhasil memadukan konten visual yang menarik dan pesan yang relevan bagi audiens, serta mengintegrasikan fitur interaktif seperti polling dan tanya jawab untuk mendorong partisipasi publik (Enli & Rosenberg, 2018). Pendekatan ini menunjukkan bahwa media sosial mampu menjangkau pemilih dengan cara yang lebih personal dan efektif dibandingkan media tradisional (Bennett & Segerberg, 2013). Penggunaan infografis, video pendek, dan konten naratif yang menyentuh isu-isu krusial seperti kesejahteraan sosial dan pendidikan berhasil menciptakan keterikatan emosional dengan audiens (Indrawan, Barzah, & Simanihuruk, 2023). Interaksi langsung melalui Instagram Stories dan fitur-fitur lainnya memperkuat citra kepemimpinan yang inklusif dan responsif, terutama di kalangan pemilih muda (Statista, 2023). Dampak dari strategi ini terlihat dari peningkatan jumlah pengikut, tingginya engagement rate, serta pergeseran persepsi publik yang lebih positif. Hal ini menegaskan peran penting media sosial dalam membentuk brand image politik dan keterlibatan pemilih di era digital (Pew Research Center, 2021).

Saran Pengembangan Untuk strategi komunikasi politik di masa depan, pemanfaatan fitur-fitur baru seperti live streaming untuk menyampaikan visi dan misi secara real-time, atau penggunaan teknologi AI untuk personalisasi pesan dapat semakin memperkuat interaksi dengan audiens (Indrawan et al., 2023). Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau micro-influencer di berbagai segmen dapat memperluas jangkauan pesan politik serta membangun komunitas yang lebih kuat di platform digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardinata, S. R. (2022). Framing pemberitaan Prabowo dalam membentuk citra positif pada media TV One. *Komsospol*, 2(1), 52-63.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139044096>
- EmaChadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Doan, S., Saito, T., Uehara, R., Kagawa-Sato, M., Hur, J., Ghosh, S., & Yang, Y. Y. (2020). Social media analytics for effective health communication during the COVID-19 pandemic: A case study of a government's Facebook posts. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6(4), e20680. <https://doi.org/10.2196/20680>
- Enli, G., & Rosenberg, A. (2018). Trust and transparency in election campaigns: Mapping the social media campaigns of Norwegian politicians. *Journal of Political Marketing*, 17(1), 44–61. <https://doi.org/10.1080/15377857.2018.1471604>
- Grabe, M. E., & Bucy, E. P. (2009). *Image bite politics: News and the visual framing of elections*. Oxford University Press.
- Indrawan, J., Barzah, R. E., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram sebagai media komunikasi politik bagi generasi milenial. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 170-179.
- Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2014). The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17(2), 143–150. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871571>
- Pew Research Center. (2021). Social media use in 2021. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/social-media/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- Setiawan, M. (2023). Peran media sosial dalam peningkatan partisipasi politik pemilih muda di Indonesia. *Jurnal Demokrasi Digital*, 10(1), 14-28. <https://doi.org/10.54321/jdd.10.1.2023>

Statista. (2023). Number of social media users in Indonesia from 2017 to 2025. Statista. <https://www.statista.com/statistics/278254/number-of-social-media-users-in-indonesia/>

Towner, T. L., & Dulio, D. A. (2012). The web 2.0 election: Does the online medium matter? In *Controlling the message*(pp. 223–246). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763873.001>