

# JURNAL KAJIAN MEDIA

e-ISSN: 2579-9436, URL: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>

Vol 6 No 1	2022	Halaman 57 - 74
------------	------	-----------------

## Wajah Sang Calon Presiden: Prabowo Subianto Lewat Analisis Isi Instagram

**Anton Binsar**

Universitas Multimedia Nusantara  
anton.binsar@umn.ac.id

*Received: 15-09-2022; Revised: 12-11-2022;  
Acceptance: 13-12-2022; Published: 31-12-2022*

*English Title: The Presidential Candidate Face: PRabowo Subianto on Instagram Content Analysis*

**Abstract-** Indonesia will hold presidential elections in 2024. Several presidential candidates have begun to be voiced by political parties. One of them is Prabowo Subianto who currently serves as the Minister of Defense of the Republic of Indonesia. Prabowo Subianto himself has fought four times in a row in the presidential election, and 2024 is the fifth time in this political contest. Since the development of the internet, social media has become a channel for conveying messages. One that is growing rapidly and is used by public leaders is Instagram. Therefore it is important to see what public leaders, in this case Prabowo Subianto, want to convey to the public through the official Instagram account. The face or image of a public leader can be seen clearly through uploads made on Instagram. This research uses content analysis, and uses data from October 23, 2019 to December 1, 2022. This time span is since Prabowo Subianto was appointed as the Minister of Defense of the Republic of Indonesia. Through content analysis it was found that Prabowo communicated himself as a competent leader in his field. He also displays a fairly balanced professional side and personal life. Prabowo also described his close relationship with politicians and government agents as well as non-political public figures. It was found that the uploaded content lacked closeness with the community or the people. While the presidential election is very dependent on the people's vote at the time of the election. Instagram as a social media platform can be used to display images or messages for its audience.

**Keywords:** content analysis; presidential election; image; reputation

**Abstrak-** Indonesia akan mengadakan pemilihan presiden pada tahun 2024. Beberapa kandidat calon presiden sudah mulai disuarakan oleh partai politik. Salah satunya adalah Prabowo Subianto yang saat ini menjabat sebagai Menteri Pertahanan RI. Prabowo Subianto sendiri telah bertarung empat kali berturut-turut dalam pemilihan presiden, dan 2024 adalah kali kelima dalam kontestasi politik ini. Sejak perkembangan internet, media sosial menjadi salah satu kanal dalam menyampaikan pesan. Salah satu yang berkembang pesat dan digunakan oleh pemimpin publik adalah Instagram. Oleh karenanya penting untuk melihat apa yang ingin disampaikan oleh pemimpin publik, dalam hal ini Prabowo Subianto, kepada khalayak melalui akun resmi Instagram. Wajah atau citra seorang pemimpin publik dapat dilihat jelas melalui unggahan yang dibuat dalam Instagram. Penelitian ini menggunakan analisis isi, dan

menggunakan data sejak 23 Oktober 2019 sampai dengan 1 Desember 2022. Rentang waktu ini adalah sejak Prabowo Subianto dilantik sebagai Menteri Pertahanan RI. Lewat analisis isi ditemukan bahwa Prabowo mengkomunikasikan dirinya sebagai seorang pemimpin yang kompeten di dalam bidangnya. Ia juga menampilkan sisi profesional dan kehidupan pribadinya dengan cukup seimbang. Prabowo juga menggambarkan hubungannya yang dekat dengan politisi dan agen pemerintahan serta figur publik non-politik. Ditemukan bahwa konten yang diunggah kurang memuat kedekatan dengan masyarakat atau rakyat. Sementara pemilihan presiden sangat bergantung pada suara rakyat pada saat pemilu. Instagram sebagai sebuah platform media sosial dapat digunakan untuk menampilkan citra atau pesan bagi khalayaknya.

**Keywords:** analisis isi, pemilihan presiden, citra, reputasi

## **PENDAHULUAN**

Indonesia akan mengadakan pemilihan presiden pada tahun 2024. Popularitas pemimpin publik pun meningkat seiring dengan dicalonkannya para kandidat oleh partai politik. Prabowo Subianto adalah salah satu kandidat yang telah bertarung dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia selama empat kali berturut-turut, 2004, 2009, 2014, dan 2019 (Ihsanuddin & Bayu Galih, 2018). Sebagai Menteri Pertahanan RI dalam kabinet Presiden Joko Widodo, ia telah mencapai sebuah peluang memiliki tingkat elektabilitas yang lebih tinggi dibanding dengan kandidat lainnya. Posisinya sebagai Ketua Umum Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) juga membuatnya memiliki keuntungan dibanding kandidat lain dalam pemilihan 2024.

Dalam sebuah kesempatan baru saja Presiden Joko Widodo memprediksi bahwa Prabowo akan menjadi presiden di tahun 2024 (Adhyasta Dirgantara & Dani Prabowo, 2022). Ia menyampaikan pernyataan ini dalam perayaan ulang tahun Partai Perindo. Habiburokhman, Kepala Bidang Advokasi Partai Gerindra mengaminkan pernyataan presiden dengan menunjukkan kinerja Prabowo sebagai Menteri Pertahanan RI. Ia menyatakan, sudah saatnya dan sepantasnya Prabowo menjadi presiden.

Letnan Jenderal TNI (Purn) Prabowo Subianto lahir di Jakarta pada 17 Oktober 1951. Ia menuntaskan pendidikan di beberapa negara, Hongkong, Malaysia, dan Swiss. Ia lulus dari AKABRI Magelang dan memulai karir militernya sebagai Komandan Peleton Komando Grup-1 Kopassandha di tahun 1976. Ia pensiun dari TNI di tahun 1998 sebagai Komandan Jenderal Komando Pasukan Khusus (Kopassus). Setelah pensiun ia menjadi pimpinan dari berbagai organisasi dan mengelola beberapa bisnis sebagai Direktur Utama dan CEO (Republik Indonesia, 2022). Sebagai seorang pemimpin publik ia juga memiliki akun resmi Instagram yang merepresentasikan aktivitasnya sehari-hari.

Sejak media sosial menjadi sebuah media baru yang digunakan oleh kebanyakan orang, ia telah menjadi bagian penting dalam membangun citra dari seorang pemimpin publik. Merujuk pada Digital 2022 Indonesia, sebuah laporan yang diterbitkan oleh We Are Social dan KEPIOS (KEPIOS & We Are Social, 2022), 68,9% dari populasi di Indonesia menggunakan media sosial dengan aktif. Angka ini adalah sekitar 191,4 juta dan telah bertumbuh 12,6% atau 21 juta pengguna aktif pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Mereka menghabiskan sekitar 3 jam

dan 17 menit menggunakan media sosial setiap hari. Ini waktu yang lebih panjang dibandingkan dengan menonton televisi, di angka 2 jam dan 50 menit.

Pemimpin publik dapat menggunakan unggahan informasi di media sosial untuk membangun kredibilitas, citra yang positif, dan pelibatan dengan khalayaknya. Sebagai sebuah kanal untuk komunikasi, penting untuk menggali bagaimana sebuah platform seperti Instagram memegang peranan penting untuk membangun citra, terlebih dalam kampanye politik. Citra yang ingin dikomunikasikan oleh pemimpin publik ditampilkan di dalam unggahan gambar di Instagram.

Instagram adalah sebuah platform media sosial yang sangat populer dan memungkinkan pengguna menampilkan foto ataupun video singkat dengan teks singkat untuk menjelaskan pesan yang disampaikan. Platform ini digunakan oleh banyak pemimpin publik di Indonesia seperti Anies Baswedan, Ridwan Kamil, dan Ganjar Pranowo (Kurniawati & Hastjarjo, 2022). Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan, kualitas konten, informalitas pidato kampanye politik, desain kampanye politik, dan frekuensi unggahan dalam kampanye politik berdampak positif terhadap niat memilih (Gracia, 2020). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa desain memiliki pengaruh yang paling berpengaruh, diikuti oleh frekuensi mengunggah konten di peringkat kedua. Kualitas konten pada peringkat ketiga dan informalitas ucapan pada peringkat terakhir.

Pembentukan citra melalui komunikasi krisis juga ditemukan melalui sebuah penelitian yang dilakukan pada tahun 2020. Empat orang pemimpin publik di Indonesia, Joko Widodo, Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Ridwan Kamil secara aktif mengunggah konten media sosial selama pandemi Covid-19. Melalui analisis isi terlihat bagaimana mereka berjuang melawan pandemi Covid-19, menunjukkan kepemimpinan, kedekatan, dan keintiman dengan para pengikutnya. Studi ini juga menunjukkan bahwa melalui krisis seseorang dapat memiliki momentum untuk membangun citra melalui media sosial (Angendari, 2022).

Erving Goffman menyampaikan teori dramaturgi di dalam buku yang ditulisnya (Goffman, 1956). setiap interaksi yang dilakukan sesungguhnya adalah sebuah pertunjukan drama. Di mana penampil akan memberikan tampilan yang terbaik sesuai dengan yang dibayangkannya. Goffman meyakini bahwa ketika berinteraksi seseorang ingin menampilkan gambaran diri yang akan diterima oleh orang lain. Dalam konteks konten instagram adalah pengelolaan pesan yang ingin disampaikan.

Teori ini pernah digunakan untuk melakukan penelitian yang dilakukan terkait dengan pesan Twitter yang disampaikan oleh Prabowo jelang pemilihan presiden 2014. Terlihat bahwa Prabowo menampilkan sisi positifnya agar mendapatkan simpati dari orang yang melihat unggahannya. Hal ini dalam rangka menutup beberapa isu yang kurang baik terkait dengan dirinya (Fitri, 2015).

Selain itu menurut penelitian (Jin et al., 2022) yang dilakukan dengan berlandaskan teori dramaturgi dari Erving Goffman, media sosial juga menjadi panggung bagi seseorang dalam menampilkan citra dirinya. Namun dalam hal penggunaan media sosial sebagai panggung diperkirakan terdapat perbedaan dengan komunikasi secara luring. Hal ini erat kaitannya dengan kemungkinan untuk menjaga anonimitas pengunggah konten. Ditemukan bila menggunakan

nama asli, maka panggung dalam media sosial bersifat sama seperti panggung pada interaksi tatap muka (Susilo, 2022). Hal ini karena ada batasan terkait dengan norma-norma yang diharapkan oleh khalayaknya.

Penelitian ini penting untuk mengetahui sejauh mana seorang calon presiden yang sudah berkompetisi empat kali berturut-turut menggunakan media sosial, khususnya Instagram dalam membentuk citra dan reputasinya. Secara akademis penting untuk mengetahui bagaimana seseorang menampilkan citra diri yang ada dalam persepsinya di dalam sebuah kanal media sosial. Sementara penelitian ini dapat menunjukkan praktek yang dilakukan oleh Prabowo Subianto dalam mengkomunikasikan dirinya melalui Instagram. Hal ini tentu akan sangat berdampak pada persepsi yang ditangkap oleh para pengikutnya, dan sesuai penelitian terdahulu akan mempengaruhi niat memilih. Jika dilihat secara acak, unggahan yang ada di Instagram Prabowo banyak yang menunjukkan kegiatan sebagai Menteri Pertahanan RI. Oleh karenanya penelitian ini memiliki pertanyaan, "Citra kepemimpinan seperti apa yang ingin disampaikan oleh Prabowo melalui unggahannya di Instagram?".

Instagram sendiri merupakan platform media sosial yang menguntungkan untuk digunakan di dalam menyampaikan pesan politik strategis. Hal ini dikarenakan Instagram memiliki inferensi eksternal lebih rendah bila dibandingkan dengan Twitter dan Facebook. Keuntungan ini membuat aktor politik lebih dapat mengendalikan pesan mereka dalam unggahan yang mereka sampaikan. Selain itu Instagram juga merupakan platform yang secara eksklusif menekankan pada konten visual. Ini membuat potensi untuk melakukan persuasi menjadi lebih besar (Kretzler et al., 2018).

### **Implikasi Komunikasi dalam Era Internet**

Adanya internet tentu sangat mempengaruhi cara-cara berkomunikasi (Gregory & Anne, 2010). Dalam berbagai diskusi tentang teori kehumasan terdapat implikasi komunikasi dan dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

- Transparan, dua arah, proaktif dan interaktif adalah satu-satunya cara yang dirasa mungkin untuk dilakukan. Ada terlalu banyak informasi yang bisa diperoleh secara transparan di luar sebagai alternatif informasi. Oleh karenanya memberikan informasi yang transparan dapat dianggap sebagai indikator dari tanggung jawab sosial.
- Publik dilihat sebagai kumpulan seputar isu daripada sebagai sebuah kelompok yang homogen. Adanya internet, menyebabkan isu dapat bertahan lama dan bisa muncul kembali kapan saja.
- Internet menjadi teman terbaik bagi publik yang aktif dan sadar mencari informasi. Internet bisa menjadi sahabat atau masalah besar bagi perusahaan.
- Pemikiran dari komunikator organisasi dapat diperkuat atau dihancurkan oleh informasi alternatif. Ada hal-hal yang mungkin tidak diketahui oleh organisasi.
- Internet dan teknologi *mobile* mengubah kekuatan antara jaringan pemangku kepentingan. Kelompok-kelompok dapat saling berkomunikasi sesama pemangku kepentingan.
- Opini individu menjadi seimbang, tak ada yang lebih penting dari yang lainnya.

- Komunikasi menjadi langsung, tanpa ada mediasi dari jurnalis dan sebagainya.

### **Manajemen Reputasi Daring**

Perkembangan internet saat ini memungkinkan platform berinteraksi antar individu. Interaksi ini tidak hanya menimbulkan peluang tetapi juga meningkatkan ketidakpastian. Dalam rangka mengurangi ketidakpastian, maka reputasi daring digunakan. Reputasi daring sendiri adalah penggunaan informasi yang didapat untuk melakukan penilaian terhadap sesuatu atau seseorang. Oleh karena itu manajemen reputasi daring didefinisikan sebagai bentuk-bentuk kegiatan pada situs, blog, forum untuk membangun reputasi, memelihara, dan meningkatkan reputasi (Yang, 2015).

Dengan adanya perkembangan media sosial, praktisi kehumasan yang menjaga reputasi perlu untuk beradaptasi dengan teknologi dan perlu memberikan perhatian pada informasi yang ada pada sosial media (Susilo et al., 2019). Masyarakat sangat mudah mengakses informasi pada media sosial dan tergerak olehnya. Oleh karena itu praktisi kehumasan dapat menggunakan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan dan intensi dengan publiknya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yang(2015), ditemukan bahwa informan menyatakan manajemen reputasi daring sangat penting. Ditemukan bahwa konten yang ada di dalam media sosial dapat mempengaruhi penilaian terhadap pemilik media sosial tersebut. Oleh karenanya penting bagi seorang pemimpin publik dapat mengkomunikasikan dengan baik dan menjaga citra yang ada di sosial media, dalam hal ini Instagram.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan analisis isi untuk dapat melihat apa yang disampaikan oleh Prabowo Subianto dalam unggahan Instagramnya. Analisis isi menurut Berelson memiliki lima kegunaan, yaitu menggambarkan substansi karakteristik dari sebuah konten pesan, menggambarkan bentuk karakteristik dari sebuah konten pesan, mengambil kesimpulan terhadap pembuat konten, mengambil kesimpulan terhadap khalayak dari sebuah konten, dan memprediksi dampak dari konten terhadap khalayaknya (Macnamara, 2018).

Analisis isi adalah salah satu pendekatan kuantitatif yang dapat digunakan untuk meneliti sebuah konten atau informasi dan simbol (Neuman, 2014). Ini adalah salah satu proses penelitian non-reaktif yang mengambil komunikasi simbolik dan mengubahnya ke dalam data kuantitatif yang obyektif dan presisi. Data tersebut diubah dengan cara melakukan koding pada unggahan yang memiliki kaitan dengan subyek penelitian. Unit analisis yang digunakan adalah konten atau unggahan foto dan teks yang ada pada akun resmi Instagram Prabowo Subianto.

Selain itu menurut (Susilo & Dwi Putranto, 2021) analisis isi dapat digunakan untuk mendeskripsikan aspek dan karakteristik dari sebuah unggahan konten di media sosial. Pada penelitian tersebut metodologi analisis isi ini digunakan untuk mendeskripsikan konten yang diunggah terkait dengan kinerja BASARNAS. Melalui unggahan konten instagram yang dikumpulkan, dapat dikategorikan menjadi tiga indikator yaitu kapasitas, akuntabilitas, dan partisipasi.

Menurut (Krippendorff, 2019) dalam analisis isi terdapat tiga jenis unit yang dapat dibedakan, yaitu *sampling units*, *recording/coding units*, dan *context units*. *Sampling units* adalah unit yang dibedakan untuk disertakan secara selektif dalam analisis. Sementara *recording/coding units* adalah unit yang dibedakan untuk deskripsi, transkripsi, perekaman, atau pengkodean yang terpisah. Terakhir, *context units*, adalah materi tekstual yang membatasi informasi yang dipertimbangkan di dalam deskripsi satuan rekaman.

Dalam penelitian ini digunakan *coding unit* yang diambil dengan menggunakan teknik pengumpulan data *convenience sampling*. Mengingat Prabowo Subianto bergabung sebagai Menteri Pertahanan RI pada 23 Oktober 2019 dalam kabinet Presiden Joko Widodo, maka sampel diambil sejak pelantikannya. Sebanyak 300 (n=300) unggahan dianalisis dan dikoding dengan menggunakan variabel kepemimpinan dari Bennis, yaitu visi yang mengarahkan, semangat dan antusiasme, integritas, kepercayaan, keingintahuan, dan keberanian (Elcock, 2001). Selain itu potret diri di Instagram diambil dari *book chapter* Greek Political Leaders on Instagram: Between “Soft” and “Hard” Personalization (Poulakidakos & Giannouli, 2019), instrumen yang digunakan adalah *professional, personal sphere, dan private life*. Sementara hubungan atau relasi di dalam Instagram menggunakan instrumen bersama politisi dan agen pemerintahan, dengan media profesional, dengan aktor non-politik, dengan masyarakat, dan foto diri sebagai pusatnya.

Berdasarkan variabel di atas dilakukan penyusunan protokol koding untuk melihat kesesuaian konten dengan variabel yang menjadi dasar penyusunan kode. Setiap konten yang memuat beberapa foto akan dilihat mulai dari foto pertama sampai foto terakhir yang mewakili setiap variabel. Selain itu takarir juga menjadi satu bahan pertimbangan untuk menandai kode di setiap konten unggahan. Jika terdapat kesesuaian variabel dengan konten, maka ditandai dengan angka 1. Bila tidak terdapat kesesuaian variabel dengan konten, peneliti memberi tanda angka 0. Peneliti menggunakan bantuan dua orang yang menjadi *decoder* untuk mengkategorikan kesesuaian antara konten unggahan dan kode yang disusun. Asisten peneliti diminta untuk memahami kode dan kesesuaian setiap indikator. Pada tahap awal dimulai dengan 30 konten untuk melatih *coder* agar sesuai dengan setiap indikator. Setelah memahami kesesuaian kode dan 30 konten tersebut, pemberian angka dilanjutkan.

Dalam penelitian analisis isi diperlukan reliabilitas antar *coder*. Rumus yang digunakan untuk memastikan reliabilitas data yang telah dikoding adalah rumus *coder reliability* Holsti sebagai berikut:

$$Pao = 2A/(N1+N2)$$

Pada rumus di atas Pao adalah persentase kesepakatan antara koder 1 dan koder 2. Sementara A adalah total kesepakatan yang diambil oleh kedua koder. N1 dan N2 adalah total konten yang dinilai oleh koder. Data dapat dianggap reliabel jika nilai Pao minimal 70% atau 0,7 percent (Holsti, 1969). Berikut adalah tabel analisis 300 konten oleh *coder*.

**Tabel 1.** Hasil Analisis Variabel Kepemimpinan oleh 2 *Coder* dari 300 Konten

<b>Indikator</b>	<b>Coder 1</b>	<b>Coder 2</b>	<b>Kesepakatan 2 Coder</b>
<b>Visi</b>	16	29	16
<b>Semangat &amp; Antusiasme</b>	60	25	60
<b>Integritas</b>	105	130	105
<b>Kepercayaan</b>	36	8	8
<b>Keingintahuan</b>	23	7	23
<b>Keberanian</b>	8	7	7
<b>Total</b>	248	206	219

Sumber: Olahan Peneliti

$$\begin{aligned} Pao &= 2A/(N1+N2) \\ &= 2(219)/(248+206) \\ &= 0,96 \text{ (96\%)} \end{aligned}$$

**Tabel 2.** Hasil Analisis Variabel Potret Diri oleh 2 *Coder* dari 300 Konten

<b>Indikator</b>	<b>Coder 1</b>	<b>Coder 2</b>	<b>Kesepakatan 2 Coder</b>
<b>Professional</b>	155	156	155
<b>Personal Sphere</b>	60	52	52
<b>Private Life</b>	81	81	81
<b>Total</b>	296	289	288

Sumber: Olahan Peneliti

$$\begin{aligned} Pao &= 2A/(N1+N2) \\ &= 2(288)/(296+289) \\ &= 0,98 \text{ (98\%)} \end{aligned}$$

**Tabel 3.** Hasil Analisis Variabel Relasi dalam Instagram oleh 2 *Coder* dari 300 Konten

<b>Indikator</b>	<b>Coder 1</b>	<b>Coder 2</b>	<b>Kesepakatan 2 Coder</b>
<b>Bersama politisi/agen pemerintahan</b>	106	106	106
<b>Dengan media profesional</b>	0	0	0
<b>Dengan aktor non-politik</b>	39	38	38
<b>Dengan masyarakat</b>	19	18	18
<b>Foto diri sebagai pusat</b>	46	45	46
<b>Total</b>	210	207	208

Sumber: Olahan Peneliti

$$\begin{aligned} Pao &= 2A/(N1+N2) \\ &= 2(208)/(210+207) \\ &= 1,0 \text{ (100\%)} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan data di atas menunjukkan bahwa reliabilitas masing-masing variabel adalah 96% untuk kepemimpinan, 98% untuk potret diri, dan 100% untuk relasi dalam Instagram. Dengan demikian hasil semua variabel di atas 70% dan data yang diperoleh dinyatakan reliabel.

## TEMUAN HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini menganalisis seluruh konten unggahan dalam akun Instagram resmi Prabowo Subianto. Analisis yang dilakukan untuk mendukung data deskriptif terkait dengan akun Instagram tersebut. Untuk dapat menjawab pertanyaan tentang kepemimpinan yang ditampilkan oleh Prabowo Subianto, maka digunakan variabel dari Bennis.

**Tabel 4.** Nilai-nilai Penyusun Kepemimpinan

<b>Tipe</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Contoh</b>
<b>Visi yang mengarahkan</b>	Kemampuan untuk berpikir secara strategis dan jangka panjang. Pemimpin harus mampu berpikir kreatif: mereka “mengelola mimpi”.	Memberi visi atau instruksi dari ide pribadinya.
<b>Semangat dan antusiasme</b>	Kemampuan untuk menginspirasi orang lain melakukan sesuatu tanpa duduk di atas mereka dengan sebuah ceklis.	Menunjukkan optimisme, keyakinan, dan harapan. Mengharapkan yang terbaik dari orang lain.
<b>Integritas</b>	Pengetahuan akan diri sendiri, jujur, kedewasaan.	Menunjukkan keahlian dengan terbuka dan ekspresi yang jujur.
<b>Kepercayaan</b>	Ini adalah seni “berkuasa tanpa mengendalikan”. Sikap dan ide pemimpin harus meresap ke dalam organisasi tanpa perlu kehadiran terus menerus untuk memaksa mereka.	Menunjukkan kepercayaan dengan delegasi.
<b>Keingintahuan</b>	Toleransi akan kesalahan dan mendorong perbedaan dalam organisasi bila kesempatan belajar bagi individu ataupun kolektif termaksimalkan.	Mengijinkan terjadinya kesalahan atau kegagalan jika ada peluang meningkatkan pembelajaran.
<b>Keberanian</b>	Mengambil resiko yang tepat.	Menunjukkan perhitungan resiko untuk mencapai sesuatu.

Sumber: Elcock, HJ (2001)

Sementara dengan potret diri dan hubungan di Instagram menggunakan instrumen yang dipakai dalam (Poulakidakos & Giannouli, 2019).

**Tabel 4.** Nilai-nilai Penyusun Kepemimpinan

<b>Tipe</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Contoh</b>
<b>Visi yang mengarahkan</b>	Kemampuan untuk berpikir secara strategis dan jangka panjang. Pemimpin harus mampu berpikir kreatif: mereka “mengelola mimpi”.	Memberi visi atau instruksi dari ide pribadinya.
<b>Semangat dan antusiasme</b>	Kemampuan untuk menginspirasi orang lain melakukan sesuatu tanpa duduk di atas mereka dengan sebuah ceklis.	Menunjukkan optimisme, keyakinan, dan harapan. Mengharapkan yang terbaik dari orang lain.
<b>Integritas</b>	Pengetahuan akan diri sendiri, jujur, kedewasaan.	Menunjukkan keahlian dengan terbuka dan ekspresi yang jujur.
<b>Kepercayaan</b>	Ini adalah seni “berkuasa tanpa mengendalikan”. Sikap dan ide pemimpin harus meresap ke dalam organisasi tanpa perlu kehadiran terus menerus untuk memaksa mereka.	Menunjukkan kepercayaan dengan delegasi.
<b>Keingintahuan</b>	Toleransi akan kesalahan dan mendorong perbedaan dalam organisasi bila kesempatan belajar bagi individu ataupun kolektif termaksimalkan.	Mengijinkan terjadinya kesalahan atau kegagalan jika ada peluang meningkatkan pembelajaran.
<b>Keberanian</b>	Mengambil resiko yang tepat.	Menunjukkan perhitungan resiko untuk mencapai sesuatu.

Sumber: Elcock, HJ (2001)

Sementara dengan potret diri dan hubungan di Instagram menggunakan instrumen yang dipakai dalam (Poulakidakos & Giannouli, 2019).

**Tabel 5.** Potret diri di Instagram

<b>Tipe</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Contoh</b>
<b>Profesional</b>	Menunjukkan diri sebagai bagian dari organisasi publik.	Menggunakan atribut pemerintahan, memberikan pesan sebagai pemimpin publik, kegiatan kenegaraan.
<b>Personal Sphere</b>	Menunjukkan kepribadian dan kompetensi.	Joko Widodo sebagai Presiden RI, Prabowo Subianto sebagai Menteri Pertahanan RI.
<b>Private Life</b>	Menunjukkan aktivitas sebagai anggota keluarga, masa lalu dan masa depan pribadi, waktu bersenang-senang, cinta.	Foto bersama keluarga dalam rumah.

Sumber: (Poulakidakos & Giannouli, 2019)

**Tabel 3.** Hubungan di Instagram

<b>Tipe</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Contoh</b>
<b>Bersama politisi/agen pemerintahan</b>	Menunjukkan kebersamaan dan hubungan dengan politisi lainnya.	Politisi, Partai Politik, Pejabat Pemerintahan.
<b>Dengan media profesional</b>	Bersama dengan pekerja media, terlibat dalam siaran pers.	Kegiatan siaran pers.
<b>Dengan aktor non-politik</b>	Bersama dengan orang penting non-politik, seperti artis, profesional maupun institusi internasional.	Dengan LSM, pengacara, dokter, artis.
<b>Dengan masyarakat</b>	Menunjukkan interaksi dengan masyarakat.	Mengobrol dengan masyarakat di pasar.
<b>Foto diri sebagai pusat</b>	Hanya menunjukkan foto diri sendiri tanpa hal lainnya.	Foto sendiri, fokus sendiri.

Sumber: (Poulakidakos & Giannouli, 2019)

Selain itu peneliti juga melihat konten yang paling banyak menerima komentar dan penanda suka untuk melihat konten yang mendapatkan perhatian paling banyak dari khalayaknya.

### **Diskusi Teoretis**

Akun Instagram resmi milik Prabowo Subianto memiliki frekuensi mengunggah antara 1-2 unggahan per harinya. Sejak 23 Oktober 2019 sampai dengan 1 Desember 2022, terdapat 300 unggahan pada akun ini. Dengan jumlah pengikut sebanyak 5,2 juta, akun ini mengumpulkan 34 ribu lebih penanda suka dan 413 ribu komentar.

**Tabel 6.** Informasi Akun IG @prabowo

Total Unggahan (23 Oktober 2019 -1 Des 2022) (n=)	Pengikut (per 1 Des 2022)	Jumlah Penanda Suka	Jumlah Komentar	Median Penanda Suka	Median Komentar
300	5.2M	34.455.610	413.729	62.150	480,5

Sumber: Olahan Peneliti

**Gambar 1.** Unggahan Prabowo Subianto yang paling banyak disukai adalah ketika menyampaikan belasungkawa atas berpungnya Ibu Rachmawati Soekarnoputri, Wakil Ketua Umum Partai Gerindra pada 3 Juli 2021. Foto menunjukkan Prabowo sedang bersama mendiang.



Sumber: Instagram @prabowo

**Gambar 2.** Unggahan yang paling banyak dikomentari adalah foto ketika Prabowo Subianto dilantik menjadi Menteri Pertahanan RI pada tanggal 23 Oktober 2019.



Sumber: Instagram @prabowo

Sebagai seorang pemimpin publik dan juga ketua umum dari sebuah partai politik yang besar, tentu Prabowo ingin menampilkan citra yang baik terkait kepemimpinan di dalam instagramnya. Dari total 300 unggahan, sebanyak 219 memiliki variabel kepemimpinan. Unggahan terbanyak terkait kepemimpinan sesuai dengan variabel integritas sebanyak 105 (35%) dari total 300 konten. Hal ini menampilkan bahwa Prabowo Subianto adalah sosok yang memiliki keahlian di bidangnya, dewasa, dan menyampaikan hal ini dengan jujur dan terbuka.

Konten lainnya yang menunjukkan nilai kepemimpinan adalah visi, semangat dan antusiasme, serta keingintahuan. Pada konten yang sesuai dengan visi terdapat 16 unggahan atau 5,3 %, yaitu

ketika Prabowo Subianto menyampaikan ide-ide gagasannya di depan forum terbuka. Ia juga menampilkan pribadi yang semangat dan antusias melalui 60 unggahan (20%), memberikan inspirasi pada orang lain dan mengharapkan hasil yang terbaik. Sementara keingintahuan diwakili dengan 23 unggahan (7,7%)

Nilai kepemimpinan yang sangat sedikit ditampilkan oleh Prabowo adalah kepercayaan (8 unggahan), dan keberanian (7 unggahan). Sangat sedikit Prabowo menampilkan pendelegasian tugas kepada orang lain dan keberanian mengambil resiko terukur. Secara keseluruhan Prabowo mengkomunikasikan citra kepemimpinan dirinya melalui konten Instagram sebesar 73% dari keseluruhan unggahan selama menjadi Menteri Pertahanan RI dalam kabinet Presiden Joko Widodo.

**Tabel 7.** Citra Kepemimpinan yang Ditampilkan

<b>Variabel</b>	<b>Visi</b>	<b>Semangat &amp; Antusiasme</b>	<b>Integritas</b>	<b>Kepercayaan</b>	<b>Keingintahuan</b>	<b>Keberanian</b>	<b>Total</b>
<b>Jumlah</b>	16	60	105	8	23	7	219
<b>%</b>	5,3	20	35	2,7	7,7	2,3	73

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan kategori berikutnya, yaitu potret diri di Instagram, ditemukan sebanyak 288 (96%) konten dari 300 unggahan menampilkan potret diri seorang Prabowo Subianto. Dalam akun ini sebanyak 155 konten mengkomunikasikan dirinya sebagai seorang profesional. Dalam hal ini Prabowo cukup banyak menampilkan kegiatannya sebagai Menteri Pertahanan RI. Kegiatan yang ditampilkan antara lain menerima tamu luar negeri, kunjungan ke luar negeri, maupun membuka atau menghadiri acara sebagai seorang pejabat pemerintahan.

Sementara sebanyak 81(27%) konten menampilkan sisi kehidupan pribadinya. Konten ini banyak berupa foto-foto lama keluarga dan juga masa lalu sebagai pemimpin militer. Konten juga menampilkan bahwa Prabowo adalah bagian dari keluarga besar Presiden H.M. Soeharto. Beberapa menampilkan hubungannya dengan anak, adik, atau kakaknya.

Sebanyak 52(17,3%) konten yang mengkomunikasikan kompetensi Prabowo Subianto dalam jabatannya sebagai Menteri Pertahanan RI dan juga sebagai Ketua Umum Partai Gerindra. Selain itu juga menampilkan kompetensinya di dalam bidang militer.

**Tabel 8.** Potret Diri di Instagram

Variabel	Profesional	Personal Sphere	Private Life	Total
Jumlah	155	52	81	288
%	51,7	17,3	27	96

Sumber: Olahan Peneliti

**Gambar 3.** Foto tiga kucing yang diadopsi oleh Prabowo adalah unggahan kehidupan pribadi yang paling banyak dikomentari, yaitu sebanyak 6.515 komentar.



Sumber: Instagram @prabowo

**Gambar 4.** Video ucapan Selamat Hari Raya Idul Fitri adalah konten yang paling banyak disukai pada kategori unggahan kehidupan pribadi, yaitu sebanyak 598.000 likes.



Sumber: Instagram @prabowo

Kategori ketiga yang digunakan untuk menganalisis konten yang diunggah di Instagram Prabowo adalah terkait dengan relasi yang ditampilkan pada konten. Sebanyak 106(35,3%) konten unggahan memuat hubungan dengan politisi lainnya atau agen pemerintahan. Unggahan dengan persentase terbesar ini sebagian besar adalah kegiatan bersama dengan Presiden Joko Widodo. Sementara konten foto diri sebagai pusat juga cukup banyak, yaitu sejumlah 46(15,3%) konten.

Tidak ada foto yang secara khusus menampilkan hubungan Prabowo Subianto dengan pekerja media profesional. Sebesar 69,3% unggahan menampilkan hubungan Prabowo di Instagram.

**Tabel 9.** Hubungan di Instagram

<b>Variabel</b>	<b>Bersama politisi/agen pemerintahan</b>	<b>Dengan media profesional</b>	<b>Dengan aktor non-politik</b>	<b>Dengan masyarakat</b>	<b>Foto diri sebagai pusat</b>	<b>Total</b>
<b>Jumlah</b>	106	0	38	18	46	208
<b>%</b>	35,3	0	12,7	6	15,3	69,3

Sumber: Olahan Peneliti

Dari temuan didapatkan beberapa hal yang ingin dikomunikasikan oleh Prabowo Subianto melalui akun resmi Instagram yang dimilikinya. Berdasarkan kategori yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperoleh sebuah deskripsi tentang komunikasi terkait citra kepemimpinan, citra diri sebagai pribadi, dan hubungan atau relasi dengan jejaring yang dimiliki.

Dinilai dari faktor kepemimpinan, Prabowo Subianto menyampaikan kepada khalayaknya melalui Instagram sebagai seorang yang memiliki kepemimpinan yang baik. Hal ini ditunjukkan dengan 73% dari 300 unggahan konten yang memiliki kesesuaian dengan nilai-nilai kepemimpinan. Nilai yang paling dominan adalah integritas, di mana menampilkan aktivitasnya sebagai seorang yang ahli di bidangnya. Kegiatan yang didokumentasikan dan diunggah ke Instagram banyak yang mengkomunikasikan kegiatannya sebagai Menteri Pertahanan yang sangat memahami bidangnya. Tentu diperkuat dengan konten-konten masa lalu ketika masih sebagai komandan di angkatan bersenjata.

Jika dilihat dari komponen yang lain, Prabowo Subianto agak sedikit mengunggah konten yang berkaitan dengan visi, delegasi tugas, keingintahuan akan sesuatu dan mengizinkan terjadinya kesalahan, serta keberanian mengambil resiko. Hal ini menjadi bagian komunikasi yang menunjukkan sikap kehati-hatian yang sedikit berlebihan. Sementara sebagai seorang pemimpin, tentu sangat dibutuhkan sebuah visi dan sikap kepercayaan kepada orang lain dengan cara mendelegasikan tugas. Dengan posisinya sebagai menteri pada kabinet Joko Widodo, gestur yang diungkapkan oleh Prabowo juga sangat menghormati atasannya.

Sementara 27% dari 300 unggahan Prabowo tidak menunjukkan kesesuaian dengan adanya nilai kepemimpinan. Ini terjadi karena cukup banyak foto yang berupa lokasi, pemandangan, benda yang diambil dengan cara yang cukup artistik. Foto tersebut diambil di lokasi-lokasi yang dikunjungi oleh Prabowo saat melakukan perjalanan dinas.

Dilihat dari kategori gambaran diri yang ingin dikomunikasikan oleh Prabowo Subianto melalui akunnya, dapat disimpulkan ia ingin menyampaikan dirinya sebagai sosok pejabat negara yang kompeten dan menguasai bidangnya, yaitu bidang militer. Banyak sekali kegiatan yang dilakukan sebagai Menteri Pertahanan RI, mulai dari mengunjungi Universitas Pertahanan, mengunjungi atau menerima kunjungan pimpinan negara tetangga, hingga mendampingi Presiden Joko Widodo dalam tugas.

Selain itu Prabowo juga mengkomunikasikan diri sebagai pribadi yang cukup terbuka di dalam kehidupan pribadinya. Beberapa kali ia mengunggah foto-foto bersama dengan anak, saudara, dan keluarga besar Presiden H.M. Soeharto. Ia menggambarkan diri sebagai orang yang sangat dekat dengan saudaranya, sehingga mengunggah kebersamaan di hari ulang tahun mereka. Prabowo juga beberapa kali mengunggah foto lama dari ayah, ibu, ataupun keluarganya terutama pada hari-hari yang bermakna bagi ayah ibunya.

Dalam kategori *personal sphere* Prabowo menyampaikan sebagai seorang yang sangat ahli di dalam bidang militer. Banyak foto-foto yang menampilkan tentara yang berbaris, mengunjungi pameran persenjataan, dan kegiatan kedirgantaraan lainnya. Ia juga menampilkan sebagai seorang Ketua Umum dari Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), dengan menyampaikan ide, membuka rapat, atau berada di dalam perayaan ulang tahun partai.

Pada potret diri di Instagram ini Prabowo menyampaikan gambaran tentang dirinya yang sangat jelas. Hal ini sebuah komunikasi yang baik melalui konten Instagram untuk mencapai khalayak sasaran. Tentu komunikasi yang ingin disampaikan adalah sebuah gambaran yang sangat jelas tentang kemampuan dan kompetensi seorang Prabowo Subianto. Dengan demikian kanal ini dapat menjadi saluran kampanye yang baik dalam memberikan gambaran tentang dirinya.

Karena dalam kegiatan yang dilakukan banyak melekat dengan Presiden Joko Widodo, maka konten yang diunggah memiliki banyak hubungan dengan agen pemerintahan atau politisi lainnya. Sebesar 35,3% konten menampilkan hubungan ini. Artinya sepertiga dari konten yang diunggah pasti bersama dengan politisi ataupun agen pemerintahan lainnya. Ini menunjukkan bahwa aktivitas Prabowo memang sangat dekat dengan Istana RI atau pemerintahan.

Prabowo juga menampilkan konten yang cukup banyak dengan dirinya sebagai pusat dari foto. Ini menggambarkan eksistensi diri dan kepercayaan yang tinggi darinya. Sebanyak 15,3% dari konten merupakan foto yang berpusat pada dirinya. Selain itu, Prabowo juga menampilkan cukup banyak relasi dengan orang penting non-politik, seperti selebriti, atlet, dan sebagainya. Salah satu foto yang menarik adalah ketika ia mendatangi resepsi pernikahan salah satu Youtuber dan penyanyi. Di sini tampak Prabowo ingin menyampaikan bahwa ia juga memiliki hubungan yang baik dengan orang-orang penting di luar partai politik.

Namun bila dilihat kaitannya dengan pekerja media, tidak tampak satupun unggahan yang memenuhi kriteria ini. Hal ini menunjukkan bahwa Prabowo tidak ingin menampilkan kedekatan dengan media di dalam aktivitasnya. Walaupun di dalam kegiatan kenegaraan hampir dipastikan ada pekerja media, tidak satupun konten yang diunggah bersama dengan pekerja media atau wartawan.

Sebagai salah satu kandidat calon presiden yang akan maju di dalam pemilihan presiden pada tahun 2024, cukup sedikit konten yang ditampilkan bersama dengan masyarakat. Hanya 6% dari 300 konten yang memuat hubungan dengan masyarakat. Hal ini tentu menampilkan sisi yang cukup berjarak dengan rakyat. Sementara pemilihan presiden sangat memerlukan suara dari rakyat. Jika dilihat dari konten yang diunggah, tentu kurang dapat menunjukkan kedekatan dengan rakyat. Ini dapat mengurangi komunikasi yang sudah dibangun sebagai pemimpin.

Maka berdasarkan temuan yang didapatkan dari analisis isi, sebuah platform media sosial dapat digunakan untuk melakukan komunikasi kepada khalayak tertentu. Dalam sebuah kampanye

politik, konten yang disampaikan melalui media sosial dapat memberikan persepsi tertentu bagi para pemirsanya. Dengan adanya media sosial, para pemimpin publik dapat secara terbuka mengkomunikasikan gambaran dirinya dalam rangka menjaga reputasinya. Hal ini tentu sangat penting bila dihadapkan pada pemilihan presiden, di mana pemilih menggunakan hak pilihnya sesuai dengan persepsi yang ada tentang kandidat.

Komunikasi yang disampaikan perlu dikelola dengan tetap mengedepankan riset terkait dengan khalayak, mengelola komposisi pesan yang perlu disampaikan kepada publik, dan melakukan evaluasi terhadap persepsi yang muncul di benak khalayak. Secara praktis, platform media sosial dapat digunakan untuk mengkomunikasikan citra seorang kandidat pemilihan umum. Namun perlu tetap memperhatikan dan menyusun pesan sesuai dengan gambaran yang ingin disampaikan.

## **KESIMPULAN**

Melalui analisis isi ditemukan bahwa Prabowo Subianto menyampaikan pesan kepada khalayaknya sebagai sosok pemimpin yang kompeten. Ia melakukan tugasnya dengan sangat baik dan memahami bidang yang ditugaskan kepadanya sebagai Menteri Pertahanan RI. Selain itu ia juga menyampaikan lewat unggahan konten perihal diri pribadinya, sebagai orang yang profesional, ketua umum dari partai politik dan juga sisi kehidupan pribadinya.

Dalam pesan yang disampaikan melalui akun Instagramnya, Prabowo menunjukkan kedekatannya dengan Presiden Joko Widodo. Ada banyak sekali kegiatan yang dilakukan bersama dengan presiden, mulai dari kegiatan kenegaraan sampai dengan kegiatan yang bersifat pribadi, seperti silaturahmi pada hari raya. Hal ini mengafirmasi pernyataan Presiden Joko Widodo tentang Prabowo adalah presiden selanjutnya di 2024. Walaupun di dalam negara demokrasi, presiden dipilih oleh rakyat, namun ini adalah bentuk komunikasi yang mendukung pesan dalam konten Instagram Prabowo Subianto.

Penelitian ini memberikan gambaran terkait pesan dalam konten Instagram Prabowo Subianto, namun belum mampu mengkonfirmasi persepsi dari khalayak yang dituju. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan melakukan penelitian kuantitatif tentang pengaruh konten Instagram Prabowo terhadap persepsi khalayaknya.

## **REFERENSI**

Adhyasta Dirgantara, & Dani Prabowo. (2022). *Jokowi Prediksi Prabowo Akan Jadi Presiden 2024, Gerindra: "Wis Wayahe."* <https://nasional.kompas.com/read/2022/11/07/20203081/jokowi-prediksi-prabowo-akan-jadi-presiden-2024-gerindra-wis-wayahe>

Angendari, D. A. D. (2022). A Picture Speaks a Thousand Words: Crisis Communication and Image Making of Indonesian Public Leaders on Instagram. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1), 152–164. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i1.594>

Elcock, H. (2001). *Political Leadership* (W. Parsons, Ed.). Edwar Elgar.

Fitri, A. (2015). DRAMATURGI: PENCITRAAN PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA SOSIAL TWITTER MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2014 Ainal Fitri. *Jurnal Interaksi*, 4(1), 101–108.

- Goffman, E. (1956). *THE PRESENTATION OF SELF EVERYDAY LIFE*.
- Gracia, M. S. (2020). The Effectiveness of Political Campaign on Instagram to Influence Vote Intention. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(1), 72. <https://doi.org/10.37535/103001120206>
- Gregory, & Anne. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach* (Third). Kogan Page. [www.koganpage.com](http://www.koganpage.com)
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Longman Higher Education.
- Ihsanuddin, & Bayu Galih. (2018, August 10). *Prabowo Subianto dan Upayanya Empat Kali Maju dalam Pilpres*. <https://nasional.kompas.com/read/2018/08/10/14303291/prabowo-subianto-dan-upayanya-empat-kali-maju-dalam-pilpres>
- Jin, Y., Tian, Y., & Wu, H. (2022). *The Presentation of Self on Online Social Network Platforms from the Perspective of Dramaturgical Theory Taking WeChat Moments and Anonymous Question Platform "Tape" as Examples*.
- KEPIOS, & We Are Social. (2022). *Digital 2022 Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?rq=indonesia>
- Kretzler, M., Okon, E. ca. 20. /21. Jh., Roßmannek, L. ca. 20. /21. Jh., Simon, C. L., & Shaker Verlag. (2018). *Facetten Politischer Kommunikation : von Campaigning und Public Affairs Management zu Deliberation und Fragmentierung*.
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis An Introduction to Its Methodology Fourth Edition Content Analysis*.
- Kurniawati, F., & Hastjarjo, S. (2022). Representation of Political Actor's Identity in Social Media (Analysis on Instagram accounts of Anies Baswedan, Ridwan Kamil and Ganjar Pranowo). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(2), 669–678. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v9i2.3460>
- Macnamara, J. (2018). 11. Content Analysis. In *Mediated Communication* (pp. 191–212). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110481129-012>
- Neuman, W. L. (William L. (2014). *Social research methods : qualitative and quantitative approaches*. Pearson Education Limited.
- Poulakidakos, S., & Giannouli, I. (2019). Greek Political Leaders on Instagram: Between "Soft" and "Hard" Personalization. In *Visual Political Communication* (pp. 187–206). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-18729-3\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-030-18729-3_10)
- Republik Indonesia, K. P. (2022). *Menteri Pertahanan RI*. <https://www.kemhan.go.id/menhan>
- Susilo, D. (2022). *Teori - teori Komunikasi Manusia*. Gramedia.
- Susilo, D., & Dwi Putranto, T. (2021). Content analysis of instagram posts related to the performance of the national search and rescue agency in early 2021. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 01–12. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>

- Susilo, D., Prabowo, T. L., & Putranto, T. D. (2019). Communicating secure based feeling: Content analysis on indonesian police official account. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(6), 2541–2543. <https://doi.org/10.35940/ijeat.F8377.088619>
- Yang, S. (2015). *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) Understanding Personal Online Reputation Management: A Grounded Theory Study*. <http://aisel.aisnet.org/pacis2015>