

ABSTRAK

Indri Febrianti (01045190045)

PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN CITRA POLITISI DALAM JELANG PEMILU PILPRES 2024

(XCVII + 48 halaman: 9 gambar; 5 tabel; 37 lampiran)

Proyeksi bonus demografi yang akan dialami Indonesia, menjadi satu keuntungan bagi para politisi dalam menentukan target pemilih muda untuk masa pemilu 2024. Politisi mulai menjalankan strategi politik melalui kampanye politik di media sosial. Instagram menjadi salah satu platform pembentukan citra yang juga meningkatkan peluang politisi memenangkan suara pemilih muda. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana Instagram menjadi sarana utama dalam pembentukan citra politisi di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjawab penggunaan Instagram dalam kaitannya terhadap persepsi target pemilih terhadap politisi pra-masa kampanye. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* melalui pendekatan kualitatif fenomenologi. Peneliti mengobservasi keseluruhan aktifitas politisi yang memiliki akun Instagram dan melakukan wawancara pengikut akun Instagram politisi tersebut. Sebagai hasilnya, Instagram menjadi media pembentukan citra politisi yang baik untuk memperoleh simpatisan massa menjelang pilpres 2024. Selain itu, peneliti menemukan adanya persepsi publik terhadap keterlibatan buzzer dalam pembentukan citra politisi di Instagram. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai efektifitas citra politisi di media sosial dalam mempengaruhi tingkat kredibilitas partai politik.

Kata Kunci: Pemilu, Kampanye Politik, *Personal Branding*, *Buzzer*, Politisi, Instagram

Referensi: 43 (2005 - 2022)