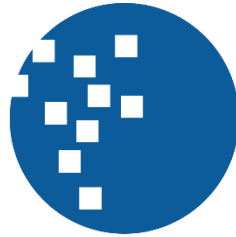


**STRATEGI MANAJEMEN KESAN PRABOWO-GIBRAN DI
INSTAGRAM SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Stephanie Godeliv

0000051080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**STRATEGI MANAJEMEN KESAN PRABOWO-GIBRAN DI
INSTAGRAM SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024**



Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Stephanie Godeliv

0000051080

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Stephanie Godeliv

Nomor Induk Mahasiswa : 00000051080

Program studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

STRATEGI MANAJEMEN KESAN PRABOWO-GIBRAN DI INSTAGRAM SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Juni 2024



(Stephanie Godeliv)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI MANAJEMEN KESAN PRABOWO-GIBRAN DI INSTAGRAM SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024

Oleh

Nama : Stephanie Godeliv
NIM : 00000051080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 14 Juni 2024
Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.
NIDN 0304039001

Silvanus Alvin, S.I.Kom., M. A.
NIDN 0309109001

Pembimbing

Dr. Dra. Endah Murwani, M. Si.
NIDN 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Stephanie Godeliv
NIM : 00000051080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : STRATEGI MANAJEMEN KESAN
PRABOWO-GIBRAN DI INSTAGRAM
SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 14 Juni 2024



(Stephanie Godeliv)

* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul: “STRATEGI MANAJEMEN KESAN PRABOWO-GIBRAN DI INSTAGRAM SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 4) Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Skripsi ini.
- 5) Silvanus Alvin, S.I.Kom., M. A., sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan perbaikan agar isi Skripsi ini menjadi lebih bermutu.
- 6) Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M., sebagai Ketua Sidang yang telah memandu jalannya sidang sekaligus memberikan saran agar Skripsi ini menjadi lebih baik.
- 7) Teman-teman satu bimbingan yang saling membantu, mendukung, dan menyemangati satu sama lain dengan solid dari awal pertemuan hingga semuanya lulus sidang.
- 8) Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat berkontribusi dalam menambah wawasan pembacanya.

Tangerang, 1 Juni 2024



Stephanie Godeliv



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI MANAJEMEN KESAN PRABOWO-GIBRAN DI INSTAGRAM SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024

Stephanie Godeliv

ABSTRAK

Pemilu merupakan ajang pertandingan politik di mana para kandidat yang mencalonkan diri berkompetisi dalam menarik dukungan rakyat. Media sosial Instagram menjadi salah satu *platform* yang digunakan kandidat politik untuk berkampanye dan mengelola kesan positif menjelang Pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan strategi manajemen kesan akun kampanye Prabowo-Gibran di Instagram (@prabowo.gibran2), sebagai salah satu pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang maju dalam Pilpres 2024. Strategi manajemen kesan Jones & Pittman (1982) yang terdiri dari *Ingratiation*, *Intimidation*, *Self-Promotion*, *Exemplification*, dan *Supplication* digunakan untuk mengidentifikasi strategi manajemen yang digunakan Prabowo-Gibran. Metode analisis isi kuantitatif dilakukan pada konten Instagram @prabowo.gibran2 selama masa kampanye Pemilu 2024. Hasil *coding* menunjukkan strategi *Ingratiation* paling dominan digunakan oleh Prabowo-Gibran, yaitu dengan menampilkan kepribadian yang menyenangkan agar disukai orang lain. Kemudian *Self-Promotion* dan *Exemplification* juga digunakan, namun frekuensinya lebih kecil. Sementara *Intimidation* dan *Supplication* sangat jarang digunakan karena memancarkan kesan negatif sehingga tidak sesuai dengan tujuan kampanye yang ingin membangun kesan positif kandidat menjelang Pemilu.

Kata kunci: Manajemen Kesan, Instagram, Kampanye Pemilu



IMPRESSION MANAGEMENT STRATEGY OF PRABOWO-GIBRAN ON INSTAGRAM DURING THE 2024 ELECTION CAMPAIGN

Stephanie Godeliv

ABSTRACT (English)

Elections are political competitions where candidates compete to attract public support. Instagram has become one of the platforms used by political candidates to campaign and manage positive impressions ahead of elections. This study aims to analyze the use of impression management strategies on the campaign account of Prabowo-Gibran on Instagram (@prabowo.gibran2), as one of the presidential and vice-presidential candidate pairs running in the 2024 presidential election. The impression management strategies of Jones & Pittman (1982), which include Ingratiation, Intimidation, Self-Promotion, Exemplification, and Supplication, are used to identify the strategies employed by Prabowo-Gibran. A quantitative content analysis method was applied to the Instagram content of @prabowo.gibran2 during the 2024 election campaign period. The coding results show that the Ingratiation strategy was the most dominantly used by Prabowo-Gibran, displaying a pleasant personality to be liked by others. Self-Promotion and Exemplification were also used, but with lower frequencies. Meanwhile, Intimidation and Supplication were rarely used because they convey negative impressions, which are not aligned with the campaign's goal of building a positive image of the candidates ahead of the elections.

Keywords: *Impression Management, Instagram, Election Campaign*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II KERANGKA KONSEP.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Teori dan Konsep	11
2.2.1 Teori Manajemen Kesan	11
2.2.2 Media Sosial Instagram.....	16
2.3 Hipotesis Teoritis	18
2.4 Alur Penelitian.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian.....	20
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.4 Unit Analisis.....	25

3.5	Operasionalisasi Variabel/Konsep.....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data	29
3.7	Teknik Pengukuran Data	29
3.7.1	Uji Validitas	29
3.7.2	Uji Reliabilitas	30
3.8	Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Deskripsi Akun Instagram @prabowo.gibran2.....	33
4.2	Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	Strategi <i>Ingratiation</i>	39
4.2.2	Strategi <i>Intimidation</i>	46
4.2.3	Strategi <i>Self-Promotion</i>	49
4.2.4	Strategi <i>Exemplification</i>	52
4.2.5	Strategi <i>Supplication</i>	57
4.3	Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		66
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran	67
5.2.1	Saran Akademis	67
5.2.2	Saran Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		73



 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	27
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Strategi Manajemen Kesan.....	37
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Gabungan Strategi	38
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Taktik <i>Ingratiation</i>	39
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Taktik <i>Intimidation</i>	46
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Taktik <i>Self-Promotion</i>	49
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Taktik <i>Exemplification</i>	53
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Taktik <i>Supplication</i>	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Akun Kampanye Prabowo-Gibran di Instagram.....	4
Gambar 4.1 Alur Penelitian.....	19
Gambar 2.1 Cuplikan Tabel Operasionalisasi Konsep	22
Gambar 2.2 Cuplikan Lembar Pengkodean	23
Gambar 2.3 Cuplikan Bukti <i>Chat</i> dengan <i>Coder</i>	24
Gambar 1.1 Profil Instagram @prabowo.gibran2.....	33
Gambar 1.2 Cuplikan <i>Feeds</i> Instagram @prabowo.gibran.....	34
Gambar 1.3 <i>Posting-an</i> Pertama Instagram @prabowo.gibran2	35
Gambar 1.4 <i>Posting-an</i> Pertama dalam Periode Kampanye	36
Gambar 2.1 Contoh Konten dengan Taktik <i>Self-Enhancement</i>	40
Gambar 2.2 Contoh Konten dengan Taktik <i>Favor Doing</i>	42
Gambar 2.3 Contoh Konten dengan Taktik <i>Other Enhancement</i>	44
Gambar 2.4 Contoh Konten dengan Taktik <i>Opinion Conformity</i>	45
Gambar 2.5 Contoh Konten dengan Taktik <i>Threats</i>	47
Gambar 2.6 Contoh Konten dengan Taktik <i>Anger</i>	49
Gambar 2.7 Contoh Konten dengan Taktik <i>Performance Claim</i>	51
Gambar 2.8 Contoh Konten dengan Taktik <i>Performance Account</i>	52
Gambar 2.9 Contoh Konten dengan Taktik <i>Self-Denial</i>	54
Gambar 2.10 Contoh Konten dengan Taktik <i>Helping</i>	55
Gambar 2.11 Contoh Konten dengan Taktik <i>Militancy</i>	57
Gambar 2.12 Contoh Konten dengan Taktik <i>Self-Deprecation</i>	59
Gambar 2.13 Contoh Konten dengan Taktik <i>Entreaties for Help</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Tabel Penelitian terdahulu	73
Lampiran B Hasil <i>Coding</i> Uji Reliabilitas	74
Lampiran C Penjelasan Konsep yang Diberikan Kepada <i>Coder</i>	74
Lampiran D Seluruh Konten yang Diunggah Di Akun Instagram @prabowo.gibran Selama Periode Kampanye.....	74
Lampiran E Hasil Uji Plagiarisme	74
Lampiran F Formulir Konsultasi Skripsi	74
Lampiran G CV	74

