



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap Strategi Kampanye Sandiaga Uno di *Instagram* selama periode Pilkada DKI 2017, maka peneliti menyimpulkan kampanye yang dilakukan berjalan dengan lancar. Sandiaga berhasil melakukan dramaturgi sebagai strategi kampanye yang menghasilkan penilaian sosial dari *followers* sebagai berikut.

##### 5.1.1. Kampanye Sandiaga Uno di Media Sosial *Instagram* Selama Masa Kampanye Pilkada DKI 2017

Dalam melaksanakan kampanye di media sosial, Sandiaga berperan sebagai komunikator yang berperan untuk mencapai tujuan mensejahterahkan rakyat kecil di Jakarta melalui pencalonan dirinya sebagai Wakil Gubernur Jakarta 2017. Untuk mencapai tujuan tersebut, Tim Sukses Sandiaga memilih *Instagram* agar dapat menysasar generasi *millennial* berusia 17-37 tahun karena jumlah pemilih muda di Jakarta mencapai 27,3 %. Maka dari itu *Instagram* dipilih sebagai kanal komunikasi untuk menjangkau khalayak *millennial*.

Sandiaga juga melakukan *positioning* berupa manajemen impresi dalam melaksanakan strategi kampanye. Peran yang

dimainkan oleh Sandiaga berdasarkan data yang dikumpulkan dan dianalisis pada bab sebelumnya terbukti bahwa Sandiaga Uno bermain peran untuk menciptakan manajemen kesan sebagai calon wakil gubernur DKI.

Sandiaga ingin menunjukkan kesan sebagai sosok pemimpin yang sederhana melalui tampilan kemeja putih. Gaya berpakaian tersebut mematahkan paradigma politisi yang kaku dengan seragam. Hal tersebut ingin menyimbolkan Sandiaga hadir sebagai pemimpin yang baru dari segi tampilan dan ide.

Peneliti mendapatkan bahwa Sandiaga memiliki perbedaan yang signifikan antara panggung belakang dan panggung depan. Perbedaan yang terjadi terletak pada *appearance* berupa gaya bahasa yang informal dan gaya pakaian Sandiaga yang lebih bervariasi. Selain tersebut Sandiaga memiliki perbedaan sikap yang kurang konsisten berupa sikap toleransi terhadap lawan kandidat dan pernyataan bahwa pengusaha sebaiknya tidak terjun ke dunia politik sementara dirinya membangun kesan sebagai politisi berlatar belakang pengusaha.

### **5.1.2. Pengelolaan Kesan Sandiaga Uno dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Politik di Media Sosial *Instagram***

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terbukti bahwa ada kesan yang ingin diciptakan oleh Sandiaga melalui akun

*Instagram* selama periode pemilu. Kesan yang dikelola dari peran yang dimainkan adalah sosok calon wakil gubernur Jakarta yang sederhana, bersih dari korupsi, sopan, santun, ramah, dekat dengan rakyat, dan sesuai dengan gaya hidup generasi *millennial*. Selain itu melalui konten yang dimuat pada *Instagram*, Sandiaga ingin menyampaikan pesan bahwa ia dipercaya sebagai pemimpin yang direkomendasikan oleh Prabowo melalui sejumlah posting yang menunjukkan kedekatan bersama Ketua Umum Partai Gerindra.

*Followers* Sandiaga turut memberikan penilaian positif terhadap kampanye yang dilakukan Sandiaga di *Instagram*. Dua dari tiga *followers* yang diteliti berada pada *latitude of acceptance*. Referensi yang digunakan oleh *followers* berupa referensi fisik *followers* berasal dari wajah dan penampilan Sandiaga yang menarik. Sementara referensi sikap *followers* berasal dari kepribadian Sandiaga yang menunjukkan citra sederhana, santun, dan mudah berbaur dengan beragam kalangan.

Pada akhirnya efek asimilasi yang terjadi dari *followers* Sandiaga tidak mudah percaya terhadap pemberitaan negatif akan Sandiaga dan tetap memberikan seperti semula dikarenakan referensi yang dimiliki sudah kuat. Sementara manajemen impresi yang dilakukan oleh Sandiaga mampu memberikan afektif terhadap *followers* yang berada pada zona *latitude of noncommitment* menjadi menyukai sosok Sandiaga. Hal tersebut dinyatakan oleh Anthony

Leong selaku Koordinator Relawan Digital Anies Sandi bahwa Sandiaga berhasil memperoleh 20% suara dari *swing voters* pada periode Pilkada DKI 2017.

## **5.2. Saran**

Saran ini peneliti berikan berdasarkan pengalaman saat melakukan penelitian, yaitu.

### **5.2.1. Saran Akademis**

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian secara mendalam mengenai keseluruhan strategi kampanye sandiaga dalam menggunakan berbagai media sosial selama periode pemilu. Hal tersebut dikarenakan masing-masing kanal media sosial memiliki strategi yang berbeda untuk menjangkau target audiens.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Diharapkan latar tempat yang dijadikan sebagai panggung depan Sandiaga secara garis besar tidak monoton karena mengambil *setting* serupa pada saat blusukan. Selain itu diperlukan konsistensi yang dibangun dalam mengelola akun *Instagram* Sandiaga dikarenakan memilih beragam topik yang dijadikan sebagai feeds *Instagram* seperti politik, bisnis, olahraga, budaya, keluarga, dan aktivitas Sandiaga. Selain menggunakan foto dan video *Instagram*, diharapkan tim dapat memaksimalkan seluruh sarana yang dimiliki *Instagram* seperti *Instagram Live* dan *Instagram Stories* untuk mendekatkan diri dengan *followers*.