

CITRA POLITIK ANIES BASWEDAN DALAM PEMILIHAN PRESIDEN 2024 PADA AKUN MEDIA SOSIAL X @ANIESBUBBLE

AJENG SAGITA CAHYANI

ABSTRAK

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di lingkungan masyarakat, terutama dalam konteks politik. Pemilihan Presiden (Pilpres) di Indonesia tahun 2024 menjadi momentum penting dimana fenomena pesta rakyat setiap 5 tahun sekali tersebut memiliki daya tarik tersendiri. Media sosial menjadi alat strategis bagi kandidat calon presiden untuk menarik simpati dan suara dari publik. Salah satu fenomena menarik adalah bagaimana kandidat calon presiden memanfaatkan media sosial untuk membangun citra, menyebarkan program, dan berinteraksi dengan pemilih. Menjelang pilpres 2024, munculnya akun @aniesbubble di media sosial X menandai terobosan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Keberadaan akun ini juga mencerminkan perubahan dalam cara politisi berinteraksi dengan publik, dimana mereka harus dapat beradaptasi dengan *platform* media sosial yang tersedia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui citra politik Anies Baswedan di media sosial X pada akun @aniesbubble. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual dengan Analisis Media Siber (AMS), dengan menggunakan Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*). Peneliti melakukan wawancara dan observasi serta data dokumentasi untuk memperoleh data yang lebih kaya serta komprehensif. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwasannya akun @aniesbubble adalah contoh nyata dari penerapan kekayaan media digunakan untuk menyampaikan pesan politik yang kompleks dengan cara yang menarik dan mudah dipahami dengan adanya kebaruan dalam menggambarkan citra politik dari Anies Baswedan sebagai sosok tokoh politik yang intelektual, memiliki kinerja yang tinggi, ramah, hangat dan mengayomi masyarakat terutama generasi muda.

Kata Kunci: Citra Politik; Pilpres; Media Sosial; Anies Bubble; Etnografi Virtual; Analisis Media Siber (AMS)

**THE POLITICAL IMAGE OF ANIES BASWEDAN IN THE 2024
PRESIDENTIAL ELECTION ON THE X SOCIAL MEDIA ACCOUNT
@ANIESBUBBLE**

AJENG SAGITA CAHYANI

ABSTRACT

In the current digital era, social media has become an integral part of daily life in society, especially in the political context. The Presidential Election (Pilpres) in Indonesia in 2024 marks a significant moment where this five-yearly public event holds its own appeal. Social media has become a strategic tool for presidential candidates to attract sympathy and votes from the public. One interesting phenomenon is how presidential candidates utilize social media to build their image, disseminate programs, and interact with voters. As the 2024 presidential election approaches, the emergence of the @aniesbubble account on social media platform X marks a new breakthrough that has never been seen before. The presence of this account also reflects a change in how politicians interact with the public, requiring them to adapt to available social media platforms. The purpose of this research is to understand the political image of Anies Baswedan on the social media platform X, specifically through the account @aniesbubble. The method used in this research is a qualitative method with a virtual ethnography approach using Cyber Media Analysis (AMS), applying the Media Richness Theory. The researcher conducted interviews, observations, and documentation to obtain richer and more comprehensive data. The research results that the @aniesbubble account is a clear example of using media richness to convey complex political messages in an engaging and easily understandable manner. The account successfully portrays Anies Baswedan as an intellectual, high performance, friendly, warm, and nurturing political figure, especially among the younger generation.

Keywords: Political Image; Presidential Election; Social Media; Anies Bubble; Virtual Ethnography; Cyber Media Analysis (CMA)