

Studi Komparatif Konten Analisis dari Strategi Kampanye Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo dalam Pemilihan Presiden 2024 di Media Sosial Instagram

Alifya Salsabil Azzahra

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan studi komparatif terhadap strategi kampanye yang digunakan oleh tiga calon presiden, yaitu Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo, dalam Pemilihan Presiden 2024 di media sosial Instagram. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konten dengan fokus pada lima sampel postingan dari masing-masing calon. Teori "*The Digital Architectures of Social Media*" digunakan sebagai kerangka teori untuk memahami bagaimana arsitektur digital media sosial mempengaruhi strategi kampanye yang diterapkan oleh ketiga calon tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing calon presiden memiliki pendekatan yang berbeda dalam memanfaatkan fitur-fitur Instagram, seperti penggunaan gambar, video, dan teks, untuk menarik perhatian pemilih dan menyampaikan pesan kampanye mereka. Anies Baswedan lebih banyak menggunakan pendekatan visual dengan infografis dan foto kegiatan sosial, Prabowo Subianto cenderung mengedepankan narasi heroik dan patriotisme, sementara Ganjar Pranowo mengutamakan interaksi langsung dengan pengikutnya melalui sesi tanya jawab dan live streaming. Penelitian ini memberikan wawasan tentang efektivitas strategi kampanye digital dalam konteks politik Indonesia dan kontribusinya terhadap dinamika pemilihan presiden di era digital.

Kata Kunci : Strategi Kampanye, Instagram, Pemilihan Presiden 2024

Comparative Content Analysis Study of the Campaign Strategies of Anies Baswedan, Prabowo Subianto, and Ganjar Pranowo in the 2024 Presidential Election on Instagram

Alifya Salsabil Azzahra

ABSTRACT

This research aims to conduct a comparative study of the campaign strategies used by three presidential candidates, namely Anies Baswedan, Prabowo Subianto, and Ganjar Pranowo, in the 2024 Presidential Election on the social media Instagram. The approach used in this research is content analysis with a focus on five sample posts from each candidate. The theory "The Digital Architectures of Social Media" is used as a theoretical framework to understand how the digital architecture of social media influences the campaign strategies implemented by the three candidates. The research results show that each presidential candidate has a different approach in utilizing Instagram features, such as the use of images, videos and text, to attract voters' attention and convey their campaign messages. Anies Baswedan uses a more visual approach with infographics and photos of social activities, Prabowo Subianto tends to prioritize heroic narratives and patriotism, while Ganjar Pranowo prioritizes direct interaction with his followers through question and answer sessions and live streaming. This research provides insight into the effectiveness of digital campaign strategies in the Indonesian political context and their contribution to the dynamics of presidential elections in the digital era.

Keywords: Campaign Strategy, Instagram, 2024 Presidential Election