

**POLITISASI DATA DALAM PEMBENTUKAN FIGUR POPULISME
PRABOWO SUBIANTO PADA AKUN INSTAGRAM @BAKOM.RI
TAHUN 2025**

RADHITA RASYA ANINDYA

ABSTRAK

Penelitian ini menelaah bagaimana akun resmi Instagram Badan Komunikasi Pemerintah (Bakom RI) menggunakan data kinerja untuk membentuk citra politik positif Presiden Prabowo Subianto pada periode September–Desember 2025. Tujuannya adalah menggambarkan pola komunikasi dan menganalisis politisasi data capaian pemerintah. Metode yang digunakan bersifat campuran: analisis kuantitatif (mengumpulkan 116 unggahan yang memuat data capaian pemerintah kemudian dikemas pada frekuensi kata, word cloud, dan tema) dan analisis wacana kritis Laclau-Mouffe (didukung wawancara dengan ahli). Hasil kuantitatif menunjukkan narasi keberhasilan pemerintah yang dominan. Istilah yang sering muncul antara lain “pemerintah”, “program”, “Presiden”, dan “Prabowo”, mencerminkan penekanan pada program dan kepemimpinan negara. Pada bulan Desember, istilah terkait bencana (misalnya “Sumatera”, “pulih”, “bantu”) melonjak seiring respons banjir bandang. Analisis kualitatif menemukan selektivitas capaian positif (*cherry picking*) dan penggunaan slogan luas (penanda kosong) yang dipersonalisasi melalui Prabowo sebagai titik nodal. Penyajian data resmi digambarkan seakan final (pengakhiran), sedangkan wawancara informan menyoroti kebutuhan akuntabilitas atas kemungkinan misinformasi. Implikasi penelitian ini meliputi pemahaman lebih dalam tentang populisme berbasis data dan branding politik digital. Secara praktis, studi ini menekankan perlunya literasi data publik dan pengawasan wacana, karena penyampaian data resmi pemerintah sangat terstruktur dan tidak netral.

Kata Kunci : Politisasi Data; Citra Politik; Badan Komunikasi Pemerintah (Bakom RI).

**THE POLITICIZATION OF DATA IN THE CONSTRUCTION OF
PRABOWO SUBIANTO AS A POPULIST FIGURE ON THE
@BAKOM.RI INSTAGRAM ACCOUNT IN 2025**

RADHITA RASYA ANINDYA

ABSTRACTS

This study examines how the official Instagram account of Indonesia's Presidential Communication Agency (Bakom RI) uses performance data to construct a positive political image of President Prabowo Subianto during September–December 2025. The objectives are to describe communication patterns and analyze the politicization of performance data. A mixed-methods approach was used: quantitative content analysis of 116 scraped posts (using word frequencies, word clouds, and theme coding) and qualitative critical discourse analysis (drawing on Laclau and Mouffe's framework and informed by expert interviews). Key findings show a dominant narrative of government success. Frequent terms include "pemerintah" (government), "program", "Presiden", and "Prabowo", reflecting emphasis on state programs and leadership. In December, disaster-related terms (e.g., "Sumatera", "pulih", "bantu") surged following a flash floods. Qualitative analysis reveals that the administration selectively highlights positive indicators (cherry picking) and uses broad slogans (empty signifiers) personalized through Prabowo as a nodal point. Official presentations frame data as definitive (closure), while interviews highlight accountability concerns over potential misrepresentations. Implications include contributions to understanding data-driven populism and digital political branding. The findings underscore the need for critical public data literacy, as official data narratives are highly constructed rather than neutral.

Keywords : Data Politicization; Political Image; Government Communication Agency (Bakom RI).