

Konstruksi citra milenial pasangan penantang pada Pemilu 2019 dalam kampanye politik di media sosial Instagram: studi follower akun gerakan milenial Indonesia = Construction of millennial image of challenger couples in 2019 elections in political campaign on Instagram social media: study Indonesian millennial movement account follower

Rainy Elmira Monalisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20488881&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana terjadinya konstruksi citra milenial pasangan penantang Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno pada khalayak milenial followers akun Gerakan Milenial Indonesia dalam kampanye politik di media sosial Instagram. Obyek penelitian ini adalah sejumlah followers akun Instagram GMI @gerakanmilenialindonesia dengan latar belakang sosial budaya dan preferensi politik yang berbeda-beda pada Pemilu 2014. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan strategi penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data didapatkan melalui observasi, studi literatur, dan juga wawancara mendalam. Hasil penelitian ini memperlihatkan bagaimana sejumlah followers tersebut terkonstruksi oleh citra milenial pasangan penantang Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Citra milenial yang tidak hanya berarti terikat pada batasan usia identitas milenial, tetapi menyangkut juga hal-hal lain seperti penampilan fisik yang masih terlihat muda, dengan segala atribut yang biasa digunakan oleh anak muda, kemudian nilai-nilai sosial budaya dan perilaku mencerminkan milenial yang biasa dilakukan oleh milenial seperti berolahraga, aktif dalam media sosial, serta yang paling penting adalah janji politik dalam visi misi pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno dalam mengembangkan potensi milenial.

<hr>

This study aims to see how the construction of the millennial image of the challenger couples Prabowo Subianto and Sandiaga Uno to the millennial audience followers of the Indonesian Millennial Movement in political campaigns on Instagram social media. The object of this research is number of followers of the GMI Instagram account gerakanmilenialindonesia, with different socio-cultural backgrounds and political preferences in the 2014 election. The approach taken in this study is a qualitative approach with a case study research strategy. Data collection techniques are obtained through observation, literature study, and in-depth interviews. The results of this study show how a number of these followers were constructed by the millennial image of the challenger couples Prabowo Subianto and Sandiaga Uno. Millennial image that does not only mean being bound by the age limit of millennial identity, but also concerning other things such as physical appearance that still looks young, with all attributes commonly used by young people, then socio-cultural values and behavior reflect ordinary millennial conducted by millennials such as exercising, being active in social media, and the most important is political promises in the vision and mission of the pair Prabowo Subianto and Sandiaga Uno in developing the millennial potential.