

ABSTRAK

POTRET KAMPANYE INSTAGRAM @EVA_DWIANA PADA PILWALKOT BANDAR LAMPUNG DI ERA PANDEMI COVID-19

Oleh
ANNISA WIDYA PUTRI

Pada konteks pemilu, media sosial menempati posisi strategis sebagai salah satu media kampanye. Posisi strategis media sosial dalam politik belakangan menarik seberapa besar peran media sosial dimanfaatkan sebagai alat kampanye dan komunikasi politik, terutama menjelang pemilu. Akun yang digunakan oleh kandidat nomor 3 @eva_dwiana yakni pasangan Eva Dwiana dan Deddy Amarullah yang sengaja dibuat dengan tujuan memberikan gambaran-gambaran kegiatan baik kampanye politik atau kunjungan kandidat ke berbagai daerah di Kota Bandar Lampung dengan membawa program andalannya. Tujuan penelitian yang ingin dicapai ialah untuk mengetahui bagaimana pemaknaan kampanye politik calon Walikota Bandar Lampung di media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Analisis isi media kualitatif biasanya digunakan untuk meneliti dokumen yang berupa teks, gambar, simbol dan sebagainya dalam memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Analisis isi media kualitatif pada penelitian ini merujuk pada metode analisis yang integrative dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah, dan menganalisis dokumen untuk memahami sebuah makna, signifikansi, dan relevansinya. Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah disimpulkan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial sudah menjadi media baru yang telah dimanfaatkan ke hal yang lebih besar, seperti kampanye politik dalam pemilihan umum yang telah dilakukan oleh @eva_dwiana dalam memanfaatkan Instagram untuk menarik minat pemilih. Setiap postingan pada akun @eva_dwiana memiliki *storytelling* yang kuat, bersifat kondisional, dan tidak *random*.

Kata Kunci : Kampanye Politik, Media Sosial, Instagram, Pemilihan Walikota Bandar Lampung

ABSTRACT

CONTENT ANALYSIS OF THE MAYOR'S INSTAGRAM SOCIAL MEDIASELECTED @Eva_dwiana DURING THE CAMPAIGN BANDAR LAMPUNG CITY IN 2020 IN THE ERA OF PANDEMIC COVID-19

**By
ANNISA WIDYA PUTRI**

In the election context, social media occupies a strategic position as one of the campaign media. The strategic position of social media in recent politics and measuring how big the role of social media is used as a political campaign and communication tool, especially ahead of elections. The account used by candidate number 3 @eva_dwiana, namely the couple Eva Dwiana and Deddy Amarullah, was deliberately created with the aim of providing an overview of activities, both political campaigns or candidate visits to various areas in Bandar Lampung City with their flagship program. The research objective to be achieved is to find out how the political campaign of the Bandar Lampung Mayor candidate is interpreted on Instagram social media. The research method used in this study uses a qualitative content analysis method. Qualitative media content analysis is usually used to examine documents in the form of text, images, symbols and so on in understanding the culture of a particular social context. Qualitative media content analysis in this study refers to an integrative and more conceptual analysis method to find, identify, process, and analyze documents to understand a meaning, significance, and relevance. Based on the results of data processing that have been concluded by researchers, it can be concluded that social media has become a new medium that has been utilized for bigger things, such as political campaigns in general elections that have been carried out by @eva_dwiana in utilizing Instagram to attract voters. Every post on the @eva_dwiana account has strong, conditional, and non-random storytelling.

Keywords: Political Campaign, Social Media, Instagram, Bandar Lampung Mayor Election