

Abstrak

Raihan Athallah. NIM 1198040062, 2024; **Manajemen Citra Elit Politik Anies Rasyid Baswedan melalui Media Sosial Instagram terhadap citra politik di mahasiswa (studi deskriptif: Organisasi Mahasiswa Daerah DKI Jakarta Kamajaya Bandung Periode Unggahan Januari 2022-Oktober 2022)**

Penelitian ini berawal dengan ketertarikan peneliti mengenai elit politik Anies Baswedan yang berhasil memiliki citra baik selama menjadi gubernur, keberhasilan tersebut didukung dengan pemanfaatan media sosial yang baik oleh Anies Baswedan yang merupakan salah satu elit politik yang aktif di media sosial instagram pribadinya, dan dengan media tersebut melakukan manajemen citra di media sosial dengan tujuan mendapat citra politik yang baik melalui kesan baik di media sosial, hal ini dilakukan sebab masifnya media sosial sebagai pilihan masyarakat dalam mencari informasi berkaitan dengan politik maka digunakan media sosial sebagai sarana manajemen citra.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori manajemen citra dari Erving Goffman (1959), dengan klasifikasi lebih jauh tentang kategorinya melalui Jones & Pittman

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui mengenai konsep penggunaan manajemen citra di media sosial Anies Baswedan, media sosial yang dimaksud adalah Instagram @aniesbaswedan, citra apa yang ditampilkan melalui manajemen citra tersebut serta dampaknya kepada elit politik pasca masa jabatan telah berakhir.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi kualitatif yang bersumber dari unggahan Instagram Anies Baswedan yang dimulai dengan kategori dari teori manajemen citra lalu ditemukan unggahan yang sesuai lalu akan dijabarkan sesuai hasil analisis isi

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa dari penggunaan kategori manajemen citra yang ada yakni; *Ingratiation, Self-promotion, exemplification, intimidation and supplication*. Kesemua kategori diatas ditemukan dalam unggahan

@aniesbaswedan, dimana *ingratiation* dan *self promotion* merupakan salah satu kategori yang sering muncul dalam unggahan, hal ini berdampak positif kepada citra yang ditampilkan selama menjadi Gubernur dan juga citra pada masa pasca jabatan sebagai calon presiden dimana pencapaian sebelumnya sebagai gubernur menimbulkan dampak positif terhadap elektabilitasnya.

Kata Kunci : Manajemen Citra, Media Sosial, Citra Politik



Abstract

Raihan Athallah. NIM 1198040062, 2024; Impression Management Of Political Elites Through Anies Rasyid Baswedan's Instagram Social Media on the political image of students (descriptive study: Regional Student Organization DKI Jakarta Kamajaya Bandung Upload Period January 2022-October 2022)

This research began with the researcher's interest in Anies Baswedan as a political elite who managed to have a good image during his time as governor., this success is supported by the utilization of good social media by Anies Baswedan., who is one of the political elites of which are active in his personal social media and with this media, he manages his image on social media. conducts Impression management on social media with the aim of getting a good political image through good impressions on social media. because of the massiveness of social media as a public choice in finding information related to politics, social media is used as a political impression management medium for political elites.

The theory used in this research is Erving Goffman's Impression Management theory (1959), with further classification of Impression Management in social media.

This research aims to find out about the concept of the use of image management in Anies Baswedan's social media, the social media in question is Instagram @aniesbaswedan, what image is displayed through image management and its impact on political elites after the term of office has ended. to the political elite after the term of office has ended.

This study uses a qualitative content analysis research method that is sourced from Anies Baswedan's personal Instagram @aniesbaswedan which begin by categorizing each type of impression management on social media and finding the according posts based on the theory and analyzing the content.

From the results of this research it was found that from the use of existing Impression Management categories, namely; Ingratiation, Self-promotion,

exemplification, intimidation and supplication. All of the categories above are found in @aniesbaswedan's upload, where ingratiation and self-promotion are one of the categories that often appear in uploads, this has a positive impact on the image displayed during his time as Governor and also the image during his post-service period as a presidential candidate as the previous achievement is making a positive impact on his electability

Keywords: Image Management, Social Media, Political Image

