

Analisis Upaya Personal Branding Prabowo Subianto sebagai Cat Person melalui Pemberitaan Media Daring = Analysis of Prabowo Subianto's Personal Branding Efforts as a Cat Person Through Online Media News

Intania Raihan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535942&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebagai tokoh politik yang berpartisipasi dalam upaya pencalonan presiden Indonesia sebanyak tiga kali, persona dan kepribadian Prabowo Subianto menjadi sorotan di setiap kesempatannya. Dalam penelitian sebelumnya menyatakan bahwa Prabowo Subianto cenderung menonjolkan kesan tegas dan berwibawa dalam kampanye pencalonan presiden di tahun 2014 dan 2019 (Qeis, 2019; Muttaqin et al., 2020; Alvin, 2019). Dalam beberapa tahun belakangan ini muncul opini baru mengenai persona Prabowo, berkaitan dengan perubahan sikap yang diasosiasikan dengan sikap yang lebih hangat. Perubahan ini terlihat dari komunikasi nonverbal yang dilakukannya dengan menunjukkan gestur sebagai penyayang hewan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana portal berita daring sebagai media baru berkontribusi dalam upaya perubahan persona Prabowo yang sebagai penyuka kucing. Menggunakan metode analisis konten, penelitian kualitatif deskriptif ini menemukan sejumlah tema dan strategi presentasi diri dari pemberitaan media Detikcom mengenai Prabowo berkaitan dengan aktivitasnya bersama kucing pada periode tahun 2018-2019. Penelitian ini berkesimpulan bahwa media Detikcom berperan sebagai media marketisasi diri Prabowo pada periode kampanye pencalonan presiden di tahun 2019 dan menjadi media yang menyebarkan narasi mengenai sisi lain Prabowo sebagai penyuka kucing.

.....

As a political figure who participated in efforts to nominate the Indonesian president three times, Prabowo Subianto's persona and personality were in the spotlight at every opportunity. Previous research stated that Prabowo Subianto tended to convey a firm and authoritative impression in the presidential nomination campaign in 2014 and 2019 (Qeis, 2019; Muttaqin et al., 2020; Alvin, 2019). In recent years, new opinions have emerged regarding Prabowo's persona, related to a change in attitude associated with a warmer attitude. This change is seen by showing nonverbal gestures as an animal lover. This research aims to find out how online news portals as new media contribute to efforts to change Prabowo's persona as a cat person. With content analysis methods, this descriptive qualitative research found several themes and self-presentation strategies from Detikcom's news about Prabowo relating to his activities with cats in 2018-2019. This research concludes that Detikcom played a role in Prabowo's self-marketization during the 2019 presidential candidacy campaign and became a media that spread narratives about Prabowo's other side as a cat person.