

ABSTRAK

Citra merupakan sebuah gambaran, kesan atau impresi yang terbentuk berdasarkan identitas yang diberikan. Citra sangat erat kaitannya dengan reputasi. Persepsi citra yang baik sangat diperlukan bagi seorang tokoh politik. Maka dari itu dibutuhkan media untuk membangun citra yang baik. Untuk itu Sandiaga Uno membangun citra melalui media sosial instagram. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui peran media sosial instagram dalam pembentukan citra dan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap citra yang dimiliki Sandiaga Uno melalui media sosial instagram pada periode masa prakampanye (10 Agustus – 25 September 2019). Teori yang digunakan yakni Teori Interaksi Simbolik, Konsep Persepsi, dan Konsep Citra. Jenis penelitian yang digunakan yakni kualitatif menggunakan metode deskriptif dengan melakukan wawancara secara mendalam terhadap 10 mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta. Diketahui hasil dari penelitian ini yakni instagram telah menjadi salah satu sumber informasi termasuk informasi pribadi dari pemilik akun yang menjadikan instagram sebagai media pembentukan citra diri. Selain itu adanya persepsi citra Sandiaga Uno yang berwibawa, berjiwa muda, bekerja keras, dan memiliki kedekatan dengan masyarakat.

Kata Kunci : Persepsi, Citra, Sandiaga Uno

ABSTRACT

Image is an picture or impression that formed based on the identity given. Image is an image, impression or impression formed based on the identity given. Image is very closely related to reputation. A good image perception is very necessary for a political figure. Therefore we need the media to build a good image. For that Sandiaga Uno builds images through Instagram social media. The purpose of this research is to find out the role of instagram social media in image formation and to find out student perceptions of the image owned by Sandiaga Uno through Instagram social media in the pre-campaign period (10 August - 25 September 2019). The theory used is Symbolic Interaction Theory, Perception Concept, and Image Concept. The type of research used is qualitative using descriptive method by conducting in-depth interviews with 10 UPN "Veteran" Yogyakarta students. The results of this study are known that Instagram has become one of the sources of information including personal information from account owners that makes Instagram a medium for the formation of self-image. Besides that there is a perception of the image of Sandiaga Uno who is authoritative, young at heart, works hard, and has closeness to the community.

Keys : Perception, Image, Sandiaga Uno