

Pemanfaatan Copywriting Instagram Prabowo Subianto Sebagai Sarana Memenangkan Suara Masyarakat dalam Pemilihan Presiden

Siti Nuryanti Dewi¹, Riyan Khoerul Umam², Rizky Gustiawan³, Nurwulan Rahmadani⁴

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Majalengka

sitinuryantidewi25@gmail.com

ABSTRACT

Copywriting has a strong relationship in promoting a branding, as it serves as a bridge between a company and its targeted consumers. The use of appealing Copywriting is not only limited to promoting a product, but also caught the attention of political activists on social media in promoting their services. Prabowo Subianto also utilized Copywriting to win the votes of the Indonesian people in the Presidential Election period of 2024-2029. This research aimed to analyze Prabowo Subianto's use of Copywriting on social media as a political advertising tool to win the votes of the Indonesian people in the Presidential Election. This study utilized a qualitative method of data collection through social media observation, interviews, and documentation, while the data analysis used data presentation and conclusion drawing. The analysis showed that Prabowo Subianto maximized the use of Copywriting on social media to gain attention and win the votes of the Indonesian people in the Presidential Election..

Keywords: social media copywriting, political copywriting, utilization of copywriting

ABSTRAK

Copywriting memiliki hubungan yang erat dalam mempromosikan suatu branding, Copywriting merupakan jembatan sebuah perusahaan menuju konsumen yang ditargetkan. Bukan hanya dalam promosi sebuah barang, penggunaan Copywriting yang menarik juga mulai dilirik oleh aktivis politik di sosial media dalam mempromosikan jasa mereka. Pemanfaatan Copywriting ini juga digunakan oleh Prabowo Subianto dalam memenangkan suara masyarakat pada pemilihan Presiden di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Copywriting sosial media yang dilakukan Prabowo Subianto sebagai sarana iklan politik dalam memenangkan suara masyarakat pada Pemilihan Presiden di Indonesia periode 2024-2029. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan data melalui observasi sosial media, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil analisa menunjukkan bahwa Prabowo Subianto memaksimalkan pemanfaatan Copywriting sosial media dala mendapatkan perhatian dan suara dari masyarakat sehingga memenangkan Pemilihan Presiden di Indonesia.

Kata Kunci: copywriting sosial media, copywriting dalam politik, pemanfaatan copywriting

Korespondensi: Siti Nuryanti Dewi. Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Majalengka, Majalengka 45418,
WhatsApp: 081223060505 **Email:** sitinuryantidewi25@gmail.com

Submitted: Juli 2024 | **Accepted:** Agustus 2024 | **Published:** September 2024

E-ISSN | **Website:** <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jumash/>

PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang, pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk mempengaruhi opini publik menjadi semakin signifikan. Dalam konteks pemilihan presiden, strategi pemasaran yang efektif melalui platform-platform seperti Instagram dapat menjadi kunci kesuksesan dalam meraih suara masyarakat. Salah satu aspek yang penting dalam strategi tersebut adalah penggunaan teknik copywriting yang tepat.

Copywriting merupakan seni menulis untuk tujuan persuasif, dimana pesan yang disampaikan memiliki tujuan untuk mempengaruhi konsumen atau pembaca. Dalam konteks kampanye politik, copywriting yang efektif dapat menarik perhatian masyarakat, memperkuat citra calon, serta memperkuat daya tarik suatu kampanye. Dengan demikian, penggunaan copywriting yang cerdas dan strategis dalam akun Instagram milik Prabowo Subianto akan memegang peranan penting dalam memenangkan suara masyarakat dalam pemilihan presiden.

Melalui pemanfaatan copywriting yang tepat, kampanye Prabowo Subianto di Instagram dapat memberikan pesan-pesan yang mudah dipahami, menggugah emosi, dan membangun koneksi emosional dengan para pemilih potensial. Dengan menggali isu-isu yang sensitif dan menarik minat masyarakat, copywriting yang tepat akan menjadikan akun Instagram Prabowo Subianto sebagai wahana efektif untuk memperluas jangkauan pesan kampanye dan memenangkan hati masyarakat. Dengan demikian, kesuksesan sebuah kampanye politik tidak hanya bergantung pada popularitas calon, tetapi juga pada kemampuan untuk merumuskan pesan-pesan yang tepat sasaran melalui copywriting yang cerdas dan strategis.

Melalui pendekatan ini, diharapkan pemanfaatan copywriting Instagram Prabowo Subianto akan memberikan kontribusi positif dalam mendapatkan dukungan masyarakat dalam pemilihan presiden. Dengan demikian, peran copywriting sebagai alat strategis dalam mempengaruhi opini dan memenangkan suara masyarakat menjadi semakin penting dalam konteks politik modern yang semakin terhubung secara digital.

Sebagai kesimpulan, pemanfaatan copywriting Instagram Prabowo Subianto sebagai sarana memenangkan suara masyarakat dalam pemilihan presiden merupakan strategi yang penting dalam konteks kampanye politik modern. Dengan menggali potensi copywriting yang efektif dan relevan, diharapkan Prabowo Subianto dapat menarik simpati masyarakat melalui platform Instagram dan meraih kesuksesan dalam memenangkan pemilihan presiden.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, kepercayaan orang yang akan diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan dalam penelitian tidak dipaksakan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang telah Diteliti. Deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Julius & Agustin, 2022).

Penelitian kualitatif umum dan pada dasarnya dipergunakan dalam dunia ilmu-ilmu sosial dan humaniora, dalam aturan kajian mikro. Terutama berkaitan dengan pola dan tingkah laku manusia (behavior) dan apa yang dibalik tingkah laku tersebut yang biasanya sulit untuk diukur dengan angka-angka. Karena apa yang kelihatan menggejala tidak selalu sama dengan apa yang ada di dalam pikiran dan keinginan sebenarnya. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkal dari pola pikir induktif, yang didasarkan atas pengamatan obyektif partisipatif teradap suatu gejala (fenomena) sosial (Studies et al., 2014).

Jenis-jenis metode penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan, tujuan, dan tingkat kealamiahannya (natural setting) objek yang diteliti. berdasarkan tujuan, metode penelitian dapat diklasifikasikan menjadi penelitian dasar (basic research), penelitian terapan (applied research) dan penelitian pengembangan (research and development). Selanjutnya berdasarkan tingkat kealamiahannya, metode penelitian dapat dikelompokkan menjadi metode penelitian eksperimen, survei dan inaturalistik.

Tipe penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Oleh karena itu, tipe penelitian deskriptif, tidak menggunakan dan tidak melakukan pengujian hipotesis (seperti yang dilakukan dalam penelitian eksplanasi), dan tipe penelitian deskriptif berarti tidak dimaksudkan untuk membangun dan mengembangkan perbendaharaan teori (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

Narasumber

Narasumber dengan menganalisis copywriting yang terdapat dalam postingan sosial media Instagram Prabowo Subianto.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dimaksudkan sebagai pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi penelitian. Pengumpulan data penelitian dapat dilakukan berdasarkan cara cara tertentu (Tarigan, 2022).

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) yaitu kegiatan tanya jawab untuk memperoleh informasi atau data. Wawancara dapat dilakukan secara : *open-ended* (peneliti bertanya kepada responden kunci tentang fakta fakta suatu peristiwa dan opini mereka mengenai peristiwa yang ada), terfokus (responden diwawancarai dalam waktu yang pendek), dan terstruktur (menggunakan pertanyaan yang terstruktur)

b. Wawancara Mendalam (*indepthinterview*)

Wawancara mendalam (*indepthinterview*) merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) pewawancara, dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen dokumen berupa foto, laporan penelitian, dan lain lain. Jadi pada tahap dokumentasi , peneliti berupaya mengumpulkan dokumen dokumen berupa foto ataupun data data lama yang dapat digunakan sebagai penguat penelitian berdasarkan dokumentasi tersebut.

Data kualitatif dapat dipilah menjadi tiga jenis:

1. Hasil pengamatan: uraian rinci tentang situasi, kejadian, interaksi, dan tingkah laku yang diamati di lapangan.
2. Hasil pembicaraan: kutipan langsung dari pernyataan orang-orang tentang pengalaman, sikap, keyakinan, dan pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara mendalam.
3. Bahan tertulis: petikan atau keseluruhan dokumen, surat-menyurat, rekaman, dan kasus sejarah.

Teknik Analisis Data

Teknik berarti pengetahuan dan kemampuan membuat sesuatu yang berkenaan dengan hasil industri (bangunan, mesin, dan sebagainya) dan cara (kemampuan dan sebagainya) membuat sesuatu atau melakukan sesuatu yang berhubungan dengan seni. Analisis adalah suatu usaha yang dilakukan dengan metode tertentu untuk mengamati sesuatu secara detail. Data mengandung arti keterangan yang benar dan nyata dan keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian (analisis atau kesimpulan). Dari pengertian tersebut, teknik analisis data adalah instrumen (alat) dalam rangka proses mengamati bahan nyata yang dapat dijadikan dasar penelitian.

Analisis data dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan secara utuh dan mendalam mengenai realitas sosial dan berbagai fenomena yang terjadi pada masyarakat yang menjadi subjek penelitian sehingga secara rinci menggambarkan ciri, karakter, sifat, dan model dari fenomena yang diteliti tersebut (Zafirahana, 2021).

Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid, reliabel dan objektif. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Misalnya dalam masyarakat tertentu terdapat 3000 orang miskin, sementara peneliti melaporkan jauh dibawah atau di atas 3000 orang miskin, maka derajat validitas hasil penelitian itu rendah.

Contoh lain, misalnya dalam suatu unit kerja pemerintahan memiliki iklim kerja yang sangat bagus, tetapi si peneliti melaporkan iklim kerja di unit pemerintahan tersebut dengan hasil yang tidak bagus, maka data yang dilaporkan tersebut adalah tidak valid. Untuk mendapatkan data yang valid pada penelitian, peneliti sering mengalami kesulitan. Hal 2 Metode Penelitian Kualitatif ini terjadi karena data yang terkumpul belum teruji validitas kebenarannya sebelum diuji dari pengujian reliabilitas dan objektivitas.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu Penelitian dilaksanakan pada tanggal 19 Juni 2024 sampai 22 Juni 2024 Berlokasi di Universitas Majalengka.

Berdasarkan judul yang diambil, pelaksanaan penelitian terbagi ke dalam 3 tahap:

1. Penentuan tema dan inti pembahasan
2. Pelaksanaan wawancara narasumber
3. Penyusunan Jurnal hasil penelitian

Kategorisasi

Berdasarkan kerangka konsep diatas, lebih lanjut lagi agar teori tersebut jelas penggunaannya maka teori yang ada diterjemahkan ke dalam kategorisasi sebagai berikut :

Konsep	Kategorisasi
“Peran Copywriting Instagram Prabowo Subianto Sebagai Sarana Memenangkan Suara Masyarakat dalam Pemilihan Presiden”	<ul style="list-style-type: none"> • Konten media sosial • Peran Copywriting • Meningkatkan suara masyarakat dalam pemilihan presiden

Tabel 1

Sumber : Olahan Penelitian 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Copywriting

Menurut (Nurtial, 2020) Copywriting terdiri dari 2 kata yaitu copy dan writing. Copy adalah teks pemasaran yang biasa kita lihat pada iklan, billboard, dan sebagainya. Sedangkan writing merupakan kegiatan menulis. Copywriting merupakan kegiatan menulis teks pemasaran. Tujuan copywriting adalah membujuk target konsumen untuk melakukan tindakan sesuai dengan goals yang ingin dicapai dari suatu iklan atau campaign.

Dalam penelitian kali ini, copywriting digunakan bukan untuk mempersuasi konsumen membeli sebuah produk tetapi mempersuasi target untuk memberikan dukungan dan suara terhadap jasa yang dijanjikan. Seperti halnya sebuah copywriting pemasaran, copywriting jasa juga memiliki faktor dan tujuan yang sama yaitu untuk menarik perhatian, meyakinkan dan mempengaruhi konsumen. Berhasil atau tidaknya sebuah copywriting tergantung pada penggunaan kalimat yang tepat dan efektifitas produk atau jasa yang ditawarkan.

Eksistensi Prabowo Subianto

Prabowo Subianto adalah seorang aktivis, Politisi, dan Pejabat Militer dengan sejumlah keunggulan yang patut diperhatikan sehingga layak dipertimbangkan sebagai salah satu orang yang berpengaruh di Negara Indonesia. Keunggulan dan Eksistensi Prabowo juga berhasil membawa dirinya terpilih menjadi Presiden Republik Indonesia periode 2024-2029.

Dari segi karir, Prabowo adalah mantan Denjen Kopasus yang memiliki pengaruh besar dan signifikan di Kemenhan (Kementerian Pertahanan). Dari segi Politik, Prabowo memiliki Efektabilitas dan Popularitas yang tinggi sebagai hasil dari pengalamannya mencalonkan diri dua kali dalam Pilpres sebagai calon Presiden dan terpilih sebagai ketua

umum Partai Gerindra hingga saat ini. Dari segi sifat, Prabowo memiliki kepribadian yang tegas, berkarakter dan berkarisma besar. Prabowo dikenal memiliki kepemimpinan yang kuat dan daya tarik karisma yang besar serta kemampuannya berpidato juga diakui sebagai salah satu keunggulannya

Dengan banyaknya prestasi dan pencapaian positif yang diraih oleh Prabowo, tentu hal ini menjadi salah satu pendukung dan tolak ukur pertimbangan dari masyarakat untuk memilih Prabowo sebagai Presiden Republik Indonesia. Namun, terlepas dari prestasi dan pencapaian tersebut Prabowo tetap membutuhkan strategi dalam mengemas latar belakang dan perjuangan nasionalisme hidupnya agar dapat diterima dan di dukung oleh masyarakat. Hal ini membawa Prabowo berlayar di sosial media dengan menerapkan strategi copywriting politik yang kuat akan persuasif dan daya tarik.

Copywriting Instagram Prabowo Subianto

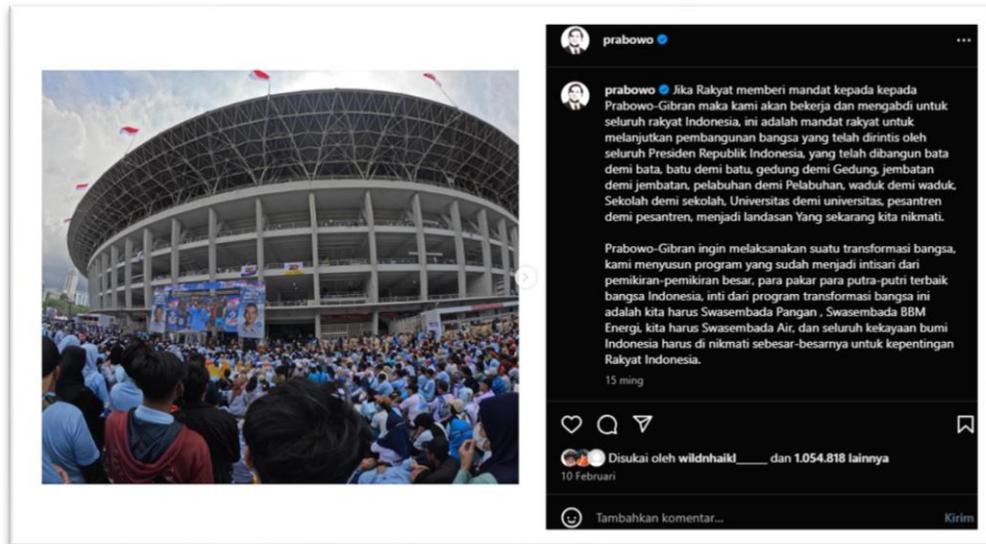
Instagram menjadi salah satu sosial media yang paling banyak digunakan di Indonesia, bukan hanya mudah digunakan tetapi juga banyak menawarkan fitur menarik yang dapat membuka wawasan penggunanya tentang hal hal baru yang jarang dijumpai. Salah satu yang ditawarkan instagram adalah dapat menyampaikan informasi kepada seluruh pengguna instagram yang terhubung dengan akun satu sama lain. Hal ini itulah yang dimanfaatkan oleh pengguna untuk mempromosikan produk dan jasa mereka secara lebih luas. Tentunya hal ini juga dilakukan oleh Prabowo Subianto sebagai seorang politikus yang tengah menggalang suara untuk memenangkan kursi presiden.

Tercatat hingga Juli 2024, jumlah pengikut Prabowo Subianto di akun Instagramnya mencapai lebih dari 12 juta, sebuah angka yang fantastis untuk eksistensi seorang politikus di dunia maya. Selain sangat membantu penyebaran postingan yang mengandung copywriting lebih cepat dan luas, jumlah pengikut juga sangat berpengaruh dalam menentukan hasil dan efisiensi dari copywriting itu sendiri. Tentunya untuk mendapat pengikut sampai ssebanyak itu dibutuhkan banyak usaha dan ketekunan yang harus dikeluarkan, semakin banyak pengikut sama dengan semakin banyak peluang.

Target Prabowo bukan hanya suatu kelompok kecil, komunitas, atau suatu kota tetapi seluruh masyarakat negara Indonesia. Jelas hal ini membutuhkan penggunaan kata kata yang tepat di imbangi latar belakang pemberi jasa yang meyakinkan. Sosial Media Instagram Prabowo Subianto dengan nama akun @prabowo telah diikuti lebih dari 56 juta pengikut,

tentunya hal ini juga menjadi salah satu faktor penyebab postinga dan copywritingnya dapat tersampaikan kepada banyak target.

Gambar 1. Copywriting instagram Prabowo subianto



Sumber ; Olahan penelitian 2024

“Jika Rakyat memberi mandat kepada kepada Prabowo-Gibran maka kami akan bekerja dan mengabdikan untuk seluruh rakyat Indonesia, ini adalah mandat rakyat untuk melanjutkan pembangunan bangsa yang telah dirintis oleh seluruh Presiden Republik Indonesia, yang telah dibangun bata demi bata, batu demi batu, gedung demi Gedung, jembatan demi jembatan, pelabuhan demi Pelabuhan, waduk demi waduk, Sekolah demi sekolah, Universitas demi universitas, pesantren demi pesantren, menjadi landasan Yang sekarang kita nikmati. Prabowo-Gibran ingin melaksanakan suatu transformasi bangsa, kami menyusun program yang sudah menjadi intisari dari pemikiran-pemikiran besar, para pakar para putra-putri terbaik bangsa Indonesia, inti dari program transformasi bangsa ini adalah kita harus Swasembada Pangan, Swasembada BBM Energi, kita harus Swasembada Air, dan seluruh kekayaan bumi Indonesia harus di nikmati sebesar-besarnya untuk kepentingan Rakyat Indonesia”

Tulis Prabowo dalam unggahannya di akun sosial media Instagram pada 10 Februari 2024 ini berhasil menyita ribuan komentar positif hingga mendapatkan lebih dari 1,1 juta like. Dengan penggunaan kata yang tepat dalam menyajikan jasa yang akan ditawarkan Prabowo apabila terpilih menjadi presiden ini berhasil menyita ketertarikan masyarakat.

Dalam penulisannya terdapat beberapa kalimat persuasif yang digunakan dengan halus namun dapat terasa maksudnya sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa inti dari copywriting tersebut adalah apabila Prabowo terpilih menjadi Presiden maka Prabowo akan melanjutkan pembanguna bangsa yang yang telah dirintis Presiden sebelumnya.

Gambar 2. Copywriting instagram Prabowo subianto



Sumber ; Olahan penelitian 2024

“Alhamdulillah hari terakhir rangkaian kampanye terbuka dalam rangka pemilu 2024 berjalan dengan penuh semangat dan kegembiraan. Ratusan ribu masyarakat dan relawan pendukung prabowo gibran berkumpul di Stadion Utama Gelora Bung Karno, Jakarta. Atas nama Prabowo Gibran, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas pengorbanan dan dukungan saudara-saudara semua. Terima kasih kepada seluruh tokoh-tokoh yang hadir, Habib Ali Kwatang yang juga turut memimpin doa untuk perjuangan kita semua. Mari kita gunakan hak pilih kita pada tanggal 14 Februari 2024 nanti, Pilih no. 2 Prabowo Gibran. #BersamaIndonesiaMaju”

Tulis Prabowo dalam unggahan sosial media Instagramnya pada 10 Februari 2024 ini kembali mendapat banyak komentar dan dukungan positif hingga mendapatkan lebih dari 1,9 juta like. Lagi-lagi jumlah like tersebut merupakan sebuah angka yang fantastis untuk copywriting dalam postingan seorang politikus.

Dengan menggunakan kalimat persuasif yang tepat, copywriting Prabowo dalam postingan tersebut juga terbilang sangat berhasil apalagi dengan melihat jumlah interaksi yang mencapai lebih dari 44 ribu komentar. Inti dari copywriting dalam postingan tersebut

juga cukup jelas terletak di paragraf terakhir yaitu mengajak seluruh masyarakat Indonesia untuk menggunakan hak pilih pada tanggal 14 Februari 2024 dengan memilih No. 2 Prabowo-Gibran sebagai pasangan Presiden dan Wakil Presiden selanjutnya.

Wawancara narasumber

Dalam Wawancara ini terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan :

1. Bagaimana sih tanggapan bapak/ibu/kak tentang sikap dan kepribadian pak Prabowo Subianto setelah melihat postingan ini?
2. Apa pendapat bapak/ibu/kak setelah membaca caption tersebut? apakah setelah membaca caption tersebut bapak/ibu/kak merasa semakin yakin untuk memilih pak Prabowo sebagai presiden Republik Indonesia periode 2024-2029?

Dari pertanyaan diatas, terkumpul beberapa tanggapan sebagai berikut :

No.	Narasumber	Tanggapan	
		Pertanyaan 1	Pertanyaan 2
1	Anjar Ramadani (Mahasiswa dan Politikus)	Kalo kita nilai dari postingan ini pak Prabowo ini baik karena apa? Jika di lihat dari postingan akan tetapi kita tidak tau aslinya seperti apa karena hanya dirinya saja yang tau. Menurut saya pak Prabowo baik.	Tentu yakin karena pak Prabowo sangat respect terhadap orang" yang mendukungnya kemudian dilihat dari yang dulu-dulu itu juga menjadikan saya untuk yakin karena dia beberapa kali gagal tapi tetap saja berjuang itu dapat di pastikan bahwa pak Prabowo itu memang ingin membuktikan kepada bangsa ini bahwa dia itu memiliki tujuan untuk kemajuan Indonesia
2	Akbar (Pegawai PUTR Majalengka)	Prabowo Subianto memiliki karakteristik kepemimpinan yg	Ooh ya yakin dong, karena Pak Prabowo memiliki

		<p>disukai masyarakat. Beliau akan berusaha memimpin dimasa kepemimpinannya dengan mendengarkan keinginan rakyatnya. Dan salah satu program beliau yaitu Pembangunan. Dimulai dari pembangunan pembangunan kecil. Dan menurut saya transformasi bangsa itu sangat Objectif untuk SDM kita yang masih rendah. Secara tidak langsung Transformasi bangsa ini memberi kesempatan untuk Putra Putri bangsa Indonesia yang berkompeten ikut andil di dalamnya.</p>	<p>Kualitas Kinerja yang baik, Integritas yang Tinggi, dan Loyalitas kepada Bangsa dan Negara. Contohnya saat beliau Kerja sebagai Menteri Pertahanan, yang berhasil. Menjadikan Indonesia semakin kuat dan Kondusif. Dan Sikap Prabowo yang ikhlas dan tulus menunjukkan tingginya Loyalitasnya sebagai pemimpin</p>
3	<p>Alan Juliansyah (Guru Di SMK Muhammadiyah)</p>	<p>Setelah melihat postingan pertama saya melihat bahwa BP Prabowo merupakan orang yang menghargai usaha orng2 yang menyempatkan datang pada kampanyenya, walaupun itu hanya sekedar postingan.</p>	<p>Untuk hak pilih dan yakin tidak yakin semua calon pemimpin Indonesia pasti ingin Indonesia kedepannya lebih baik</p>

Tabel 2.

Sumber ; Olahan penelitian 2024

Hasil dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari copywriting yang dilakukan oleh Prabowo Subianto dalam akun sosial medianya dapat berpengaruh terhadap persepsi atau pandangan masyarakat terhadap Prabowo. Beberapa narasumber dalam wawancara juga mengungkapkan ketertarikan dan rasa hormat mereka terhadap sikap dan prestasi Prabowo di dunia politik.

Dalam beberapa kalimat yang disampaikan narasumber juga dapat diambil kesimpulan bahwa kinerja, pengabdian dan usaha Prabowo dalam membangun bangsa selama ini sangat di hargai dan di apresiasi oleh Masyarakat. Selain telah berhasil membangun citra positif di sosial media Instagram melalui copywriting, Prabowo juga telah berhasil membangun citra positif di masyarakat dan mendapatkan kesuksesan besar dengan terpilih menjadi Presiden Republik Indonesia 2024-2029.

KESIMPULAN

Copywriting adalah suatu teks yang bertujuan memepersuasif, menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen. Dengan pemanfaatan copywriting yang akurat Prabowo Subianto telah berhasil memenangkan pemilihan Presiden 2024. Meskipun Copywriting Instagram bukan faktor utama kemenangan Prabowo, tetapi hal ini adalah salah satu akar penguat kemenangan dan sosial branding Eksistensi prabowo Subianto.

Dengan menggunakan komponen dan pemanfaatan copywriting yang tepat sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan maka hasil atau dampak yang dihasilkan dari copywriting itu sendiri dapat maksimal. Selain itu ada juga banyak faktor eksternal yang mendukung dalam penulisan copywriting yang bisa dimanfaatkan sebagaimana yang dilakukan oleh Prabowo. Menggunakan jumlah pengikut yang baik dengan banyak, menaikkan personal branding melalui pengalaman di dunia nyata, serta memperbanyak relasi dengan golongan, komunitas dan lingkungan sebanyak banyaknya.

Berkat pembangunan citra positif di sosial media Instagram melalui copywriting yang tepat, Prabowo telah berhasil membangun citra positif di masyarakat dan mendapatkan kesuksesan besar dengan terpilih menjadi Presiden Republik Indonesia 2024-2029. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi dan goals dari copywritingnya telah tercapai dan memberikan hasil yang diharapkan dengan sempurna

DAFTAR PUSTAKA

- Julius, A. H., & Agustin, D. A. C. (2022). Strategi Copywriting dalam Meningkatkan Kerjasama Pada Telkom Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1371–1382. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2565>
- Nurtial, H. (2020). Copywriting Modul Diklat Promosi Perpustakaan Berbasis Digital Perpustakaan Nasional Republik Indonesia 2020. *Modul Pelatihan*, 64. [https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/105353/Modul Materi Copywriting.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/105353/Modul_Materi_Copywriting.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Studies, C., Herawati, A., & Unsriana, L. (2014). *Language, People, Art, and Communication Studies Vol. 5 No. 1 April 2014*. 5(1).
- Tarigan, A. A. (2022). Peran Copywriting Media Sosial Dalam Meningkatkan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]*, 2(3), 1–10. <https://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimsipol/article/viewFile/1454/1494>
- Zafirahana, M. R. (2021). Kajian Musikalisasi Puisi “Sang Guru” Karya Panji Sakti (Diambil Dari Puisi Karya Nurlaelan Puji Jagad Dan Diaransemen Oleh Dorry Windhu Sanjaya). *Perpustakaan.Upi.Edu; Repository.Upi.Edu*, 1–12. [file:///C:/Users/RudiRivalzi/OneDrive/Documents/SEMESTER 6/MK METODOLOGI PENELITIAN/kualitatif.pdf](file:///C:/Users/RudiRivalzi/OneDrive/Documents/SEMESTER%206/MK%20METODOLOGI%20PENELITIAN/kualitatif.pdf)
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>