

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah elemen penting dalam kegiatan politik untuk mencapai tujuan politik. Komunikasi Politik merupakan cara partai politik atau politisi menyampaikan informasi secara interaktif kepada publik melalui berbagai sarana media. Sarana media seperti media cetak, media online, hingga media sosial menjadi cara kampanye partai politik dan politisi dalam menjangkau publik (Kustiawan, 2022). Pemasaran di Indonesia telah terkait dengan politik, sehingga marketing politik memainkan peran penting dalam kehidupan politik nasional. Ini berdampak pada strategi kampanye, citra kandidat, dan interaksi antara pemilih dan calon kandidat politik.

Marketing politik merupakan metode yang memfasilitasi politisi dalam berkampanye mengenai gagasan politik, isu politik, program kerja politisi dan karakter pemimpin partai (Nurhidayat, 2023). Di Indonesia, marketing politik mulai berkembang sejak 1998 atau masa reformasi dan mengalami perkembangan dari zaman ke zaman (Rizka, 2022). Partai politik menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia berupaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendidikan, sehingga hal tersebut menciptakan strategi marketing politik untuk menjangkau masyarakat. (Kango, 2014).

Karena perkembangan demokrasi, yang menghasilkan persaingan ketat antara kandidat dan partai politik, marketing politik telah menjadi bagian penting dari dunia politik Indonesia. Marketing politik membantu politisi mengembangkan identitas, sehingga memudahkan masyarakat untuk membedakan dengan politisi lain (Aziz, 2007). Pada tahun 1968 pemilihan presiden dilakukan melalui Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR). Setelah reformasi, pemilihan umum secara langsung dilakukan hingga saat ini. Masyarakat Indonesia memberikan suara mereka untuk menentukan siapa kandidat calon presiden yang akan menggantikan pemegang kekuasaan di lembaga eksekutif dan legislatif (Nurhidayat, 2023). Tahun politik di Indonesia menunjukkan tahun di mana pemilihan umum dilakukan. Sebelum pemilihan presiden dilakukan secara langsung oleh rakyat.

Pada tahun politik, calon presiden akan melakukan kampanye untuk memperkenalkan visi, misi, dan program kerja dari masing-masing kandidat calon presiden. Media berperan dalam menyampaikan pesan yang beragam dan terkini mengenai isu politik (Rizka, 2022). Isu pemberitaan politik mengenai pemilu akan menjadi ajang kontestasi para calon presiden untuk memperebutkan dukungan dan suara rakyat. Terdapat akun-akun politik dengan pengemasan pesan yang berbeda. Konten yang terdapat pada akun-akun tersebut menyajikan informasi politik. Proses marketing politik tidak hanya dilakukan oleh akun-akun resmi kandidat. Menurut pengamatan peneliti, terdapat beragam akun yang menyematkan kata politik di akunnya, meskipun tidak teridentifikasi dan terafiliasi dengan partai atau tokoh politik.

Salah satunya yaitu akun Instagram @totalpolitikcom yang merupakan akun penyebaran informasi peristiwa politik yang terjadi di Indonesia. Melihat dari laman Youtube akun @totalpolitikcom merupakan bagian dari PT. Temukan Perspektif Indonesia yang menyajikan informasi mengenai calon presiden, calon wakil presiden Indonesia, dan pendapat menurut tokoh politik. Pada akun ini juga menyajikan isu-isu pemilihan presiden yang berhubungan dengan survei pasangan calon presiden, strategi, dan kebijakan (TotalPolitik, 2020).

Sebagai perbandingan, akun Instagram lainnya seperti @politikin.aja menyajikan informasi politik dengan cara yang berbeda, yaitu melalui parodi. Akun ini melakukan parodi sosok calon presiden Ganjar Pranowo dalam kontennya. Bentuk konten yang diunggah adalah *reels*, dan mereka baru mulai mempublikasikan informasi politik sejak 18 Desember 2023. Politikin.aja menarik perhatian dengan pendekatan humor dan hiburan.

Kemudian akun Instagram @politicaljokesid merupakan platform yang menyajikan informasi pada humor politik. Akun Instagram @politicaljokesid adalah platform yang menyajikan humor politik. Akun ini menyampaikan informasi melalui tangkapan layar dari media sosial lainnya. Tujuannya adalah untuk menghibur pengikut dengan memberikan komentar atau kritik yang lucu terhadap situasi politik saat ini. Akun Instagram @politikhariini merupakan tempat informasi politik yang pengemasannya didominasi oleh bentuk konten *reels*, dan jumlah *like* dan *share* masih rendah. Jika dibandingkan dengan @pinterpolitik,

terlihat bahwa pengemasan konten didominasi oleh strategi tokoh politik mengenai rencana yang akan dilakukan oleh tokoh politik atau partai politik (Dayfullah, 2023).

Jika dibandingkan dengan @totalpolitikcom pengemasan konten yang dilakukan lebih banyak pada tanggapan calon presiden, hal tersebut akan membantu publik mendapatkan informasi mengenai tanggapan-tanggapan calon presiden terkait kebijakan atau strategi tertentu. Kemudian tersaji konten debat pemilihan presiden, dimana @totalpolitikcom berusaha untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai debat yang terjadi antara ketiga calon presiden. Akun @totalpolitikcom membahas cakupan politik yang terjadi di Indonesia yang dikemas dengan visual yang menarik. Pemilihan akun @totalpolitikcom sebagai subjek penelitian karena Akun @totalpolitikcom berusaha untuk menyajikan informasi yang membantu pengikutnya mendapatkan perspektif yang lebih luas tentang dinamika politik nasional.



Gambar 1. 1 Contoh Konten Ketiga Calon Presiden  
Sumber: <https://www.instagram.com/totalpolitikcom/>

Dari konten calon presiden di atas, terdapat perbedaan mencolok dalam bentuk visual yang digunakan untuk menggambarkan masing-masing calon. Visual ini tidak hanya berfungsi sebagai estetika, tetapi juga menyampaikan pesan dan citra tertentu kepada publik. Anies Baswedan, misalnya, diperlihatkan dengan foto yang senyum dengan latar belakang Jakarta International Stadium (JIS). Sementara itu, Prabowo Subianto diperlihatkan dengan ciri khasnya yaitu sedang berjoget dengan latar belakang foto matahari dan awan. Visual ini memberikan kesan yang dinamis dan penuh energi, mencerminkan kepribadian Prabowo yang sering kali tampil dengan semangat dan karisma yang tinggi. Ganjar Pranowo, di sisi lain, diperlihatkan dengan wajah serius dan latar belakang yang menampilkan Prabowo

dan Jokowi. Visual ini memberikan kesan yang lebih serius dan tegas, mungkin untuk menunjukkan sisi kepemimpinan yang kuat dan berkomitmen dari Ganjar.

Sebelum tahun politik terjadi akun @totalpolitikcom juga membahas mengenai profil, rekam jejak dari para tokoh politik di Indonesia. Sehingga memberi tahu pengikutnya tentang perubahan politik yang terjadi di Indonesia. Dari data yang dihimpun dari LinkedIn resmi Total Politik tidak hanya satu platform media sosial, tetapi terdapat seperti Website, Podcast, Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, dan Youtube. Media sosial menjadi alat penyampaian informasi saat kampanye politik yang memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk sebuah persepsi publik. Setiap perusahaan menggunakan beberapa platform karena setiap platform memiliki keunikan dan kelebihan. Dengan memanfaatkan berbagai platform akan memudahkan jangkauan informasi kepada masyarakat (Rahmi et al., 2023). Oleh karena itu, penggunaan internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya.

Penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan dari 2022 hingga 2023. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia rasio pengguna internet mencapai 79,5% pada 1 Februari 2024 (Hidayat, 2024). Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika peningkatan tersebut terjadi akibat keberhasilan Indonesia dalam pembangunan infrastruktur telekomunikasi. Kemajuan teknologi telah mengubah cara komunikasi dari media cetak menjadi pada media sosial. Kemajuan ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi dengan mudah melalui *platform-platform* media sosial, yang memungkinkan berita menyebar dengan cepat (Putri, 2021)

Media sosial yang merupakan bagian dari media baru. Sehingga media sosial membawa masyarakat kepada komunikasi tanpa terbatas ruang dan waktu. Menggunakan media sosial masyarakat dapat berkomunikasi dan mencari informasi secara fleksibel. Persepsi publik tentang calon presiden dibentuk sebagian besar oleh media sosial, dimana media sosial dapat membantu dalam membangun citra yang baik di masyarakat. Dalam platform media sosial tersebut para politisi akan memberikan serta menampilkan program dan kegiatan yang dilakukan dimana hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan dukungan dari publik. Publik sangat terbantu dengan adanya informasi politik di media sosial sehingga

publik bisa ikut berkomentar. Tetapi dalam media sosial perlu diwaspadai fenomena *hoax* yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap pemerintah. Pada tahun 2023 sebanyak 117 akun konten politik di media sosial telah terblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Arifianto, 2023).

Penggunaan Instagram sebagai media penyajian informasi politik sudah tidak asing bagi masyarakat. Penyebab Instagram menjadi media komunikasi politik saat ini karena Instagram menduduki peringkat keempat dengan media sosial terpopuler di dunia dengan 2 miliar pengguna (Annur, 2023). Instagram dapat berfungsi sebagai market politik karena dapat mengumpulkan massa untuk kemenangan politik. Karena media sosial ini dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi dan memberi tahu masyarakat tentang calon presiden, dan memberi mereka kesempatan untuk memilih yang layak untuk memimpin (Hanifah et al., 2021).

• Pada pemilihan presiden 2019, Jokowi selaku calon presiden menggunakan Instagram @jokowi sebagai saluran komunikasi dengan masyarakat. Berhubung tahun 2024 masyarakat Indonesia akan melakukan pemilihan umum. Oleh karena itu, akun @totalpolitik.com memberikan kompilasi informasi pemilu dan tanggapan para politisi Indonesia terkait pemilu 2024. Pemilu atau pemilihan umum merupakan proses demokratis di mana warga negara memilih calon presiden, anggota parlemen, dan pemerintah daerah. Pemilihan umum merupakan fondasi dari sistem demokrasi yang akan menentukan negara kedepannya (Rangkuti, 2023).

Pemilu di Indonesia merupakan cara rakyat memberikan suara mereka untuk menggantikan pemegang kekuasaan di Lembaga eksekutif dan legislatif (Ariyanti, et al., 2021). Dalam pemilu 2024, partisipasi generasi milenial dan generasi Z sangat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial dalam kampanye dan penyebaran informasi. Berdasarkan Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 278,8 juta jiwa dengan jenjang usia 15-64 tahun sebanyak 69,13% (Rizaty, 2023).

Dibanding dengan pemilu lima tahun lalu yaitu 2019, penyebaran informasi di masyarakat sangat dibantu oleh teknologi sehingga masyarakat mendapatkan informasi politik lebih banyak dan mudah. Menurut Wiranto, Menteri Koordinator bidang Politik, Hukum dan Keamanan RI menyatakan partisipasi dalam pemilu

2019 melampaui target dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) tahun 2019 yaitu mencapai 80,9% (Iskandar, 2019).

Menurut Komisi Pemilihan Umum (KPU), terdapat sekitar 33,60% pemilih merupakan generasi milenial dan 22,85% merupakan generasi Z (Muhamad, 2023). Generasi milenial dan generasi Z memiliki keunggulan karena terbiasa dengan internet, media sosial, dan teknologi digital sehingga aktif dalam mengikuti akun-akun politik di media sosial (Utama, 2021). Lebih dari sekedar mencoblos namun diperlukan untuk mempertahankan kualitas partisipasi pemilih dalam demokrasi untuk memastikan bahwa substansi dan proses demokrasi dapat diterapkan dengan benar. Untuk menjadikan partisipannya melek politik adalah tantangan bagi demokrasi.

Generasi milenial dan generasi Z memiliki keunggulan karena terbiasa dengan internet, media sosial, dan teknologi digital sehingga aktif dalam mengikuti akun-akun politik di media sosial (Utama, 2021). Antusias kedua generasi tersebut dapat terlihat dari opini-opini mereka mengenai kebijakan pemerintah melalui ruang digital (Watra, 2023).

Kemudahan akses informasi tentu memberi dampak pada komunikasi politik, dimana saat ini sering ditemukan konten isu politik hingga konten edukasi politik. Kehadiran konten-konten tersebut tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi masyarakat terkait perkembangan politik yang terjadi, tetapi memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi terkait kepentingan politik. Seperti salah satu aktivitas politik menjelang pemilu yaitu survei. Survei dilakukan untuk melihat elektabilitas calon presiden, yang kemudian hasil dari survei akan mempengaruhi perubahan pemilih seiring dengan berkembangnya isu-isu politik.



Gambar 1. 2 Contoh Konten

Sumber: <https://www.instagram.com/totalpolitikcom/>

Bentuk konten di atas merupakan salah satu postingan yang terdapat pada akun @totalpolitikcom, konten tersebut menggambarkan Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan calon presiden republik Indonesia 2024 (KPU, 2023). Kampanye adalah komponen penting dari komunikasi politik, yang melibatkan semua peristiwa politik. Profesional politik menyusun kampanye politik berdasarkan tujuan partai politik dan kandidat. Untuk mencapai publik secara luas, kampanye dilakukan melalui berbagai saluran dan media komunikasi politik. Kampanye politik dikerjakan oleh seseorang, kelompok, atau organisasi politik dalam jangka waktu tertentu guna memperoleh dukungan dari publik.

Seperti yang telah dijelaskan, kampanye politik adalah kegiatan yang diselenggarakan oleh komunikator profesional. Ada partai politik yang mengelola dan mengatur kampanye pemilu sesuai dengan tujuan partai. Agar tercapainya tujuan kampanye politik, maka diperlukan manajemen kampanye dan kemampuan mengembangkan konsep kampanye yang komprehensif. Penyusunan rencana kampanye akan memberikan hasil yang efektif dan efisien (Wahid, 2016). Kampanye politik adalah waktu yang disediakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) kepada calon presiden Republik Indonesia 2024. Waktu tersebut diberikan untuk mempresentasikan visi, misi, dan program kerja dari setiap kandidat.

Pada masa kampanye, para calon pasangan presiden akan berlomba-lomba untuk membentuk citra melalui konten media sosial. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan ciri khas, sehingga dapat menarik perhatian publik pada kampanye mereka. Pada tahun 2024, para calon presiden memiliki ciri khas untuk mendorong

publik tertarik dengan kampanye yang dilakukan. Mulai dari julukan gemoy, selepet sarung, hingga salam tiga jari untuk para calon presiden (Syamsudin, 2023).

Kampanye politik memiliki peraturan khusus yang mencakup waktu dan prosedur (Wahid, 2016). Di Indonesia kampanye politik calon presiden 2024 ditetapkan pada 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Pemilihan periode tersebut karena saat terjadinya kampanye calon presiden Republik Indonesia menjadi momentum bagi politisi untuk melakukan branding di media sosial. Aktivitas online meningkat selama periode kampanye. Media sosial menjadi platform yang sangat berguna untuk mencapai *audiens* yang luas dan beragam dan masyarakat dapat mencari informasi terkait calon presiden, program politik, hingga debat pemilihan presiden (Sakti, 2023).

Dalam penelitian ini akan menganalisis pengemasan konten pesan calon presiden Republik Indonesia pada akun Instagram @totalpolitikcom. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Terdapat empat kategori pada penelitian ini, yaitu: Tema Pesan, Teknik Komunikasi, Calon Presiden Republik Indonesia, dan Bentuk Konten. Terdapat Tiga penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dan perbandingan dengan penelitian yang dilakukan.

Penelitian terdahulu pertama adalah "Pesan Politik Gubernur Ganjar Pranowo Melalui Lapak Ganjar Di Akun Instagram @Ganjar\_Pranowo (11 Juli 2020 – 26 Desember 2021)" yang ditulis oleh Ocha Hermalia Sari (2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami tindakan politik yang diambil Gubernur Ganjar Pranowo di akun Instagramnya, @ganjar\_pranowo. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dan menggunakan metode analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan akun @ganjar\_pranowo, yang berfokus pada tindakan persuasif dan pemberitahuan (Sari, 2022).

Penelitian terdahulu kedua, yaitu dengan judul "Analisis Isi Media Sosial Instagram @kpukotasurabaya Sebagai Sarana Komunikasi Publik dalam Pilwali Kota Surabaya Tahun 2020" yang ditulis oleh Heru Dwi Winarko (2020). Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih jauh tentang akun Instagram @kpukotasurabaya dan potensinya dalam menginformasikan kegiatan KPU Kota Surabaya, menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa

Komisi Pemilihan Umum Kota Surabaya bertanggung jawab atas semua aktivitas pemilihan, termasuk pengumuman hasil pemilihan (Winarko, 2022).

Penelitian terdahulu ketiga, dengan judul "Analisis Pesan Politik Kepala Daerah (Studi Kasus Akun Media Sosial Gubernur NTB Zulkieflimansyah) yang ditulis oleh Yusran Sibawaih (2023). Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pesan politik disampaikan di media sosial dan bagaimana publik menanggapi pesan politik Zulkieflaimansyah di media sosial. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Gubernur Zulkieflimansyah menggunakan tiga media sosial utama, yaitu Facebook, Instagram, dan Twitter. Facebook digunakan untuk menyampaikan pesan politik yang berfokus pada pelayanan kepada masyarakat NTB. Instagram dipakai untuk membangkitkan kesadaran nasional terhadap prestasi dan kerja keras yang telah dilakukan sebagai Gubernur NTB. Twitter dimanfaatkan untuk berkomunikasi tentang kemajuan kepemimpinannya sebagai Gubernur NTB (Sibawaih, 2023).

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, hal yang menjadi kebaruan dari penelitian ini yaitu ingin memberikan gambaran bagaimana pengemasan pesan politik dikemas di media sosial, terutama di Instagram @totalpolitikcom mulai dari tema pesan, teknik komunikasi, calon presiden Republik Indonesia, dan bentuk konten dalam konteks komunikasi politik.

Penelitian ini menarik diteliti karena pada tahun politik terdapat banyak akun media sosial Instagram dengan menyematkan nama politik. Akun media sosial dapat memberikan informasi mengenai calon presiden, terlebih pada tahun 2024 merupakan tahun pemilihan umum. Sehingga, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengemasan pesan konten calon presiden pada media sosial Instagram @totalpolitikcom dalam bentuk *carousel*, *reels*, dan gambar. Alasan peneliti memilih periode November 2023-Februari 2024, karena pada bulan tersebut merupakan masa kampanye kandidat calon presiden Republik Indonesia.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian ini dirumuskan sebagai "Bagaimana Pengemasan Pesan Calon Presiden Republik Indonesia pada Akun Instagram @totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024?" dan diuraikan menjadi pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Tema Pesan Konten Calon Presiden Republik Indonesia Pada Akun Instagram @Totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024?
2. Bagaimana Teknik Komunikasi Konten Calon Presiden Republik Indonesia Pada Akun Instagram @Totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024?
3. Bagaimana Frekuensi Konten Calon Presiden Republik Indonesia Paling Banyak Pada Akun Instagram @Totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024?
4. Bagaimana Bentuk Konten Calon Presiden Republik Indonesia Pada Akun Instagram @Totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Kemudian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan Pengemasan Pesan Calon Presiden Republik Indonesia Pada Akun Instagram @Totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024 dan diuraikan menjadi pertanyaan sebagai berikut:

1. Mengetahui Tema Pesan Calon Presiden Republik Indonesia pada akun Instagram @totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024
2. Mengetahui Teknik Komunikasi Calon Presiden Republik Indonesia pada akun Instagram @totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024
3. Mengetahui Frekuensi Calon Presiden Republik Indonesia pada akun Instagram @totalpolitikcom Periode November 2023 – februari 2024.
4. Mengetahui Bentuk Konten Calon Presiden Republik Indonesia pada akun Instagram @totalpolitikcom Periode November 2023 – Februari 2024.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan manfaat akademis dan praktis. Tidak hanya memberikan manfaat terhadap pengetahuan baru di lapangan tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang terhadap pemahaman isu-isu praktis dan mendukung pengembangan pengetahuan ilmiah yang komprehensif. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini terbagi menjadi dua manfaat yaitu:

##### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini mampu memperkaya literatur ilmiah dalam mengembangkan teori-teori komunikasi politik terkait pengemasan pesan politik di era media sosial Instagram.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian dapat berfungsi sebagai panduan untuk tim kampanye, calon presiden, dan praktisi komunikasi politik dalam merancang pengemasan dan penyampaian pesan politik di Instagram sehingga memahami dinamika komunikasi politik di era modern.