

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian, peneliti mencari tiga penelitian terdahulu yang mencakup teori, metode, dan konsep yang digunakan oleh peneliti sebelumnya sebagai referensi. Sebagai acuan bagi peneliti untuk pembeda dari penelitian terdahulu. Ada tiga penelitian terdahulu yang telah diidentifikasi oleh peneliti pada tabel yang ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul/Pe nulis/Ta hun	Afiliasi Univesitas	Metode Penelitia n	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
1	Pesan Politik Gubernur Ganjar Prano wo Melalui Lapak Ganjar Di Akun Instagram @Ganja_r_Prano	Universitas Katolik Soegijapran ta	Kualitatif	Pesan politik Gubernur Ganjar Prano di akun Ganjar adalah pesan persuasif dan pemberitahuan, memiliki pesan mengajak masyarakat, motivasi masyarakat, membangkitkan rasa nasionalisme.	Salah satu saran yang dapat diberikan oleh peneliti tentang pesan politik yang terkandung dalam konten Lapak Ganjar adalah bahwa konten harus dikemas dengan pesan informatif. Dengan memberikan pesan yang lebih rinci, diharapkan bukan hanya memberi tahu orang tetapi juga membantu	Pada penelitian saat ini akan berfokus pada akun instagram @totalpolitikcom. Bukan pada akun salah satu calon presiden Republik Indonesia.

				masyarakat memahami Lapak Ganjar.		
2	Analisis Isi Media Sosial Instagram @kpukotasurabaya sebagai Sarana Komunikasi Publik dalam Pilwali Kota Surabaya Tahun 2020	Universitas Bhayangkara Surabaya	Kualitatif	Setiap postingan di Instagram @kpukotasurabaya mengandung simbol dan kode unik sehingga menghasilkan interpretasi unik dari setiap permainan. Setiap permainan memiliki tujuan yang berbeda untuk berkomunikasi dengan publik, seperti mendorong partisipasi sosial dan memungkinkan perubahan dalam permainan., perubahan tindakan, dan perubahan pendapat, sehingga memastikan komunikasi publik yang beragam dan menarik.	Penelitian ini berfokus pengemasan pesan pada calon presiden Republik Indonesia pada akun @totalpolitikcom.	
3	Analisis Pesan Politik Kepala Daerah (Studi Kasus Akun Media	Universitas Islam Negeri Mataram	Kualitatif Deskriptif	Dari hasil Studi penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Gubernur Zulkieflimansyah menggunakan tiga media sosial utama, yaitu	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis isi konten calon presiden pada akun @totalpolitikcom	
				Facebook,		

Sosial	Facebook,	perlu
Gubernu	Instagram, dan	dilakukan
r NTB	Twitter. Facebook	dengan lebih
Zulkiefli	digunakan untuk	mendalam
mansya	menyampaikan	karena
h	pesan politik yang	penggunaan
	berfokus pada	media sosial
	pelayanan kepada	untuk
	masyarakat NTB.	menyampaika
	Instagram dipakai	n pesan politik
	untuk	semakin lazim
	membangkitkan	akhir-akhir
	kesadaran	ini, khususnya
	nasional terhadap	di kalangan
	prestasi dan kerja	masyarakat
	keras yang telah	NTB yang
	dilakukan sebagai	harus siap
	Gubernur NTB.	menghadapi
	Twitter	era global
	dimanfaatkan	yang berfokus
	untuk	pada
	berkomunikasi	teknologi.
	tentang kemajuan	
	kepemimpinannya	
	sebagai Gubernur	
	NTB.	

Sumber: Data Olahan Peneliti

Peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas sebagai referensi untuk perbandingan pada penelitian ini. Hal tersebut akan membantu peneliti mendapatkan wawasan dan langkah-langkah yang akan membantu penelitian ini kedepannya.

Perbandingan dengan penelitian pertama yang berjudul "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). Subjek penelitiannya yaitu pesan politik Gubernur Ganjar Pranowo dan objek pada penelitian tersebut yaitu akun instagram @Ganjar_Pranowo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pesan politik

Gubernur Ganjar Pranowo di akun Ganjar adalah pesan persuasif dan pesan pemberitahuan, memiliki pesan mengajak masyarakat, motivasi masyarakat, membangkitkan rasa nasionalisme. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian ini yaitu berfokus pada akun instagram @totalpolitikcom. Bukan pada akun salah satu calon presiden Republik Indonesia.

Perbandingan dengan penelitian kedua yang berjudul " Analisis Isi Media Sosial Instagram @kpukotasurabaya Sebagai Sqrana Komunikasi Publik dalam Pilwali Kota Surabaya Tahun 2020" yang ditulis oleh Heru Dwi Winarko (2020). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan pada penelitian ini, setiap postingan di Instagram @kpukotasurabaya yang membawa Pilwali tahun 2020 memiliki makna tersembunyi yang ditemukan melalui analisis isi dari simbol dan coding. Setiap postingan memiliki simbol, coding, dan interpretasi yang berbeda-beda. Dan gambar memiliki tujuan komunikasi publik yang berbeda berupa. Perubahan dalam masyarakat dan partisipasi masyarakat perubahan sikap, perilaku, dan pendapat. Perbedaan penelitian terdahulu dan Penelitian ini berfokus pengemasan pesan pada calon presiden Republik Indonesia pada akun @totalpolitikcom.

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.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu fokus dan metode penelitian. Dimana nanti penelitian akan menghasilkan bagaimana pengemasan

pesan calon presiden di akun instagram @totalpolitikcom. Dengan kriteria konten yaitu ketiga calon presiden Republik Indonesia pada periode konten November 2023 – Februari 2024.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Politik

Proses penyampaian dan pertukaran pesan antara dua atau lebih individu merupakan definisi dari komunikasi. Terdapat dua jenis komunikasi yang dilakukan oleh individu yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal (Mulachela, 2022). Komunikasi verbal melibatkan kata-kata, baik tulisan maupun lisan. Namun, komunikasi nonverbal mencakup penggunaan bahasa tubuh seperti gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi suara. (Benita & Gischa, 2022). Saat melakukan komunikasi individu akan melibatkan pemahaman, tanggapan, dan interpretasi pesan yang disampaikan. Komunikasi memiliki peranan penting dalam aspek kehidupan, baik pendidikan, sosial, pribadi, dan politik.

Menurut Miriam Budiarjo dalam Fauzi (2018) salah satu fungsi politik yaitu komunikasi politik, yang berarti menyampaikan berbagai pendapat dan aspirasi masyarakat sehingga menggabungkan kepentingan dan perumusan kepentingan untuk menjadi kebijakan publik (Fauzi, 2018). Komunikasi dapat dilakukan melalui media sosial dan baliho. Baliho merupakan salah satu sarana penyampaian pesan secara luas dalam bentuk visual, di sisi lain penggunaan baliho tidak memungkinkan komunikasi dua arah. Berbeda dengan komunikasi politik melalui media sosial, lembaga politik dapat mengukur keberhasilan kampanye serta memungkinkan para politisi melakukan interaksi langsung melalui komentar, atau *polling* (Ramdhani & Putri, 2022).

Unsur komunikasi politik memiliki peranan sangat penting dalam mempengaruhi opini publik, membentuk persepsi terhadap politisi dan lembaga politik. Terdapat lima unsur komunikasi politik, (Putri, 2022) yaitu:

1. **Komunikator**

Sama dengan sebuah penyampaian informasi yaitu melalui komunikator, maka dalam komunikasi politik elemen komunikator sangat penting untuk memberikan informasi tentang kepentingan politik.

2. Pesan

Pesan politik merupakan sebuah pernyataan yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal yang memiliki kaitan dengan informasi politik. Sehingga pesan yang disampaikan dapat mempersuasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam perkembangan politik.

3. Media Politik

Media politik merupakan sarana atau alat penyampaian pesan-pesan informasi kepada masyarakat. Media politik mencakup semua media termasuk media massa dan media sosial.

4. Sarana

Sarana politik dapat disebut juga dengan tujuan politik, di mana tujuan politik yaitu masyarakat. Masyarakat diharapkan memberikan dukungan berupa suara atau keberpihakan kepada politisi atau partai politik.

5. Pengaruh

Pengaruh yang diinginkan dari sebuah komunikasi politik yaitu meningkatkan pemahaman tentang kebijakan pemerintah dan sistem politik. Sehingga pengaruh komunikasi politik akan menciptakan kesepahaman antara pemerintah, partai politik, dan masyarakat.

Dikarenakan terdapat kesinambungan yang jelas antara konsep yang diadopsi dalam penelitian, yaitu komunikasi politik, dengan objek penelitian, yakni akun @totalpolitikcom, peneliti memilih menggunakan komunikasi politik sebagai landasan utama dalam menjawab pertanyaan tentang bagaimana pengemasan pesan calon presiden Republik Indonesia untuk tahun 2024.

2.2.2. Pesan

Pesan yaitu proses komunikasi antara komunikator dan dikomunikasikan secara langsung atau melalui media kepada komunikator. Pesan umumnya melibatkan berbagai motif bagi komunikator. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pesan yang disampaikan oleh komunikan memiliki tujuan. Tujuan dari adanya pesan yaitu memperoleh informasi, atau memperoleh kekuasaan dalam sosial maupun politik (Purwasito, 2017).

Terdapat pesan verbal dan nonverbal dalam proses komunikasi. Pesan verbal merupakan komunikasi yang menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Kemudian pesan nonverbal merupakan komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata dalam penyampaiannya. Pesan nonverbal melibatkan gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan elemen lainnya. Dalam unggahan konten di media sosial mengandung elemen pesan nonverbal, seperti ekspresi wajah yang menunjukkan seseorang tersenyum atau marah. Kemudian pada unggahan konten video dapat menunjukkan gerakan tubuh dalam video sehingga dapat memberikan petunjuk tentang sikap atau perasaan (Telkom, 2023). Terdapat juga model komunikasi politik merupakan gambaran sederhana dari proses komunikasi dalam aspek politik. Berbagai model komunikasi terus dibuat untuk menggambarkan berbagai aspek komunikasi politik.

Menurut Lely Arrianie, model komunikasi politik salah satunya model Laswell yang memiliki beberapa komponen pesan yaitu *Who; Say What; In Which Channel; To Whom; Dan With What Effect*. Munculnya pertanyaan tentang informasi politik sangat dipengaruhi oleh sumber (*who*). Unsur pesan (*say what*) menentukan isi pesan politik, sedangkan saluran komunikasi (*in which channel*) adalah sarana yang akan digunakan untuk mengkomunikasikan pesan politik, unsur penerima (*to whom*) menentukan hubungan dengan masyarakat yang menerima informasi politik, unsur pengaruh (*with what effect*) menentukan konsekuensi akan terjadi ketika pesan politik disampaikan kepada masyarakat atau pembacanya (Arrianie, 2022).

Konsep pesan penting untuk penelitian ini. Pesan politik yang disampaikan oleh akun di media sosial. Khususnya @totalpolitikcom, akan mempengaruhi pendapat publik dan sikap terhadap calon presiden Republik Indonesia. Kemudian, peneliti akan menganalisis tema pesan yang terdapat pada akun Instagram @totalpolitikcom.

2.2.3. Tema Pesan Komunikasi Politik

Kekuatan pesan sangat penting bagi komunikator untuk memastikan bahwa pesan berjalan dengan baik selama kampanye, karena penting dalam komunikasi

politik untuk menunjukkan bahwa pesan dikemas dengan baik sebelum disebarluaskan kepada masyarakat (Turhamun, 2022).

Sistem simbol yang bermakna yang dikomunikasikan secara tertulis atau tidak tertulis membentuk pesan politik bahasa. Pesan politik adalah konten yang mengkontruksi realitas, menyampaikan pesan, dan mempengaruhi politik (Wijaya & Gischa, 2023). Berbagai jenis pesan politik termasuk retorika, iklan politik, dan propaganda. Retorika mengkaji bagaimana pesan dikonstruksi agar dapat mempengaruhi pendengar atau pembaca. Iklan politik adalah bentuk komunikasi yang bertujuan promosi politisi agar dapat mempengaruhi pembaca. Propaganda adalah cara komunikasi yang ekstrim yang digunakan secara teratur untuk meningkatkan pemahaman publik (Turhamun, 2022).

Berikut ini adalah penjabaran dari hasil analisis peneliti pada akun Instagram @totalpolitikcom yang berkaitan dengan indikator tema pesan yang akan digunakan sebagai alat ukur penelitian yang akan dilakukan, yaitu:

1. Debat Pemilihan Presiden

Debat adalah sebuah proses formal antara dua atau lebih individu yang memiliki pandangan atau sudut pandang yang berbeda. Debat terjadi dalam berbagai konteks, seperti politik, pendidikan, dan bisnis. Debat politik adalah forum di mana seorang atau partai politik berbicara tentang pendapat terkait isu-isu politik tertentu, debat politik terjadi biasanya dalam pemilihan umum, referendum, atau proses pengambilan keputusan terkait permasalahan politik. Pada tahun politik, debat pemilihan presiden merupakan salah satu elemen kunci selama kampanye pemilihan presiden berlangsung (Salamah & Sumarlam, 2019). Di Indonesia debat pemilihan presiden dan calon presiden berlangsung sebanyak lima kali. Pada pemilihan umum calon presiden Republik Indonesia 2024 debat pertama dan kedua digelar pada 12 Desember 2023 dan 22 Desember 2023. Debat ketiga dan keempat digelar pada 7 Januari 2024 dan 21 Januari 2024 (Nurhanisah, 2024). Pada tema ini, konten yang akan dianalisis yaitu ketiga calon presiden Republik Indonesia dalam debat pemilihan presiden yaitu Anies Baswedan, Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo.

2. Survei Politik

Survei politik mengumpulkan informasi tentang preferensi pemilih, pandangan politik, dan pendapat publik tentang politik. Survei politik biasanya dilakukan oleh lembaga pemerintah untuk memahami dinamika politik dan mengukur dukungan publik terhadap kandidat, partai politik, dan kebijakan politik tertentu. Survei pemilihan umum dari sudut pandang pendidikan masyarakat merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memahami peran penting tingkat pendidikan seseorang dalam pemahaman politik. Menurut Trougot dan Lavrakas, ahli komunikasi politik dari Kurt Lang dan Gladys Lang, ada dua efek dari survei: efek bandwagon, di mana pemilih cenderung memilih kandidat yang diprediksi akan menang, dan efek underdog, di mana pemilih dapat merasa sedih dan memilih kandidat yang dianggap kalah (*underdog effect*) (Anjani, 2019).

3. Tanggapan Calon Presiden

Tanggapan dapat digambarkan sebagai bentuk kesan yang dibuat seseorang dari pengamatan. Dalam hal ini, tanggapan terhadap pemilu dan kandidat politisi dapat berupa tanggapan positif atau negatif. Tanggapan positif seperti santun, mendukung, dan cenderung optimis. Sedangkan, tanggapan negatif cenderung pesimis, kritis, dan mengkritik dengan kurang santun. Tanggapan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti pemimpin politik, masyarakat umum, atau media. Tanggapan dapat mempengaruhi pendapat atau tindakan pemilih terhadap calon kandidat saat pemilihan umum. Calon presiden dapat menggunakan tanggapan sebagai bagian dari strategi komunikasi politik untuk memperkuat masing-masing dari kandidat calon presiden atau partai politik (Arintowati & Wahyudi, 2022).

4. Marketing Politik

Marketing politik adalah teknik pemasaran dan komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan partai politik, ideologi politik, atau kandidat dari masing-masing partai politik. Tujuan utamanya untuk mengubah pandangan, tindakan, dan sikap pemilih, dan mempersuasif masyarakat untuk memperoleh dukungan dalam pemilihan umum (Nurhidayat, 2023). Media memiliki peran penting untuk menjangkau dan mempercepat

komunikasi dan penyebaran pesan politik. Terutama pada tahun pemilihan umum, media seperti televisi menjadi platform utama untuk acara debat politik. Kampanye politik melalui media akan mempengaruhi identitas individu politik dan citra partai politik dalam memperoleh dukungan dan suara dari masyarakat (Firmansyah, 2023). Dalam tema ini, konten yang akan dianalisis yaitu bagaimana akun @totalpolitikcom melakukan postingan terkait marketing politik atau kampanye pada ketiga calon presiden.

Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis konten dari calon presiden Republik Indonesia yang terdapat di akun Instagram @totalpolitikcom. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, yang memerlukan alat ukur dalam bentuk kategori pesan. Oleh karena itu, gagasan di atas akan menjadi landasan penelitian ini.

2.2.4. Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi adalah kemampuan individu untuk menyampaikan pesan dengan efektif secara lisan maupun tulisan dengan menggunakan berbagai metode, strategi, dan sarana komunikasi dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Menurut Effendy dalam Siregar, Nursyamsi & Junengsih (2022) ada beberapa macam teknik komunikasi (Siregar et al., 2022), yaitu:

1. Komunikasi Informatif (*Informative Communication*)

Komunikasi informatif merupakan komunikasi untuk menyampaikan pesan tentang hal-hal baru yang diketahui kepada seseorang atau kelompok tertentu. Pada proses ini informasi yang disampaikan hanya ditujukan agar komunikan mengetahui isinya, sehingga efek atau reaksi komunikan bukanlah tujuan utama dari komunikasi informatif.

2. Komunikasi Koersif/Interaksi (*Coersif&Inteructive Communication*)

Penyampaian pesan kepada orang lain dengan ancaman untuk mengubah perilaku, sikap, atau pendapat mereka dikenal sebagai komunikasi koersif. Penyampaian pesan tersebut mencakup paksaan, perintah, intruksi, bahkan ancaman dengan maksud untuk membawa perubahan dalam hal sikap, atau pendapat. Komunikasi koersif dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman pada penerima pesan.

3. Komunikasi Persuasif (*Persuasive Communication*)

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi untuk mengubah perilaku, sikap, atau pendapat penerima pesan. Komunikasi persuasif dapat ditemukan dalam berbagai situasi seperti iklan, pidato, dan kampanye politik. Berbeda dengan komunikasi koersif, pada teknik ini penyampaian pesan didasarkan pada kesadaran pribadi dan tidak melakukan paksaan.

Penelitian ini akan menganalisis konten calon presiden Republik Indonesia di akun Instagram @totalpolitikcom. Untuk melihat bagaimana teknik komunikasi yang digunakan oleh akun tersebut, sehingga teknik komunikasi diatas akan menjadi alat ukur penelitian.

2.2.5. Instagram

"Medium" bentuk jamak dari kata Latin "Medium", yang berarti "Tengah", dan "Antara" dalam bahasa Indonesia, memiliki arti dasar "media", yaitu sesuatu yang berfungsi sebagai perantara atau pengantar informasi antara pengirim dan penerima pesan. Pada saat ini media sudah banyak bervariasi akibat adanya perkembangan internet. Media dapat dengan mudah mempengaruhi opini publik dengan apa yang media ingin sampaikan pada pemberitaan.

Menjadi media pertama yang menyebarkan informasi melalui. Karena media dapat mempengaruhi opini publik melalui narasi dan berita yang mereka berikan kepada masyarakat. Media online memberikan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses untuk memperoleh berita baru terkait dengan informasi. Selain itu media online juga memberikan kesempatan bagi para individu untuk membangun merek dan *personal branding* dengan khalayak luas sehingga memungkinkan untuk berinteraksi satu sama lain.

Menurut Nasrullah dalam Setiadi (2016), media sosial merupakan perantara yang terjadi di internet dimana penggunaanya dapat berinteraksi, berbagi, bekerja sama, dan berkomunikasi secara online atau virtual. Pada tahun 1978, ketika sistem papan buletin ditemukan, kemudian awal terbentuknya media sosial. Papan buletin memiliki kegunaan untuk mengunduh dan mengupload atau berkomunikasi melalui surat yang dapat terhubung dengan internet (Setiadi, 2016). Selain perkembangan

internet tersebut, perkembangan juga terjadi pada media sosial yang terus menawarkan kebaruannya untuk mempermudah penggunaannya.

Media sosial menjadi salah satu media komunikasi yang diminati oleh masyarakat karena penggunaan media sosial sangat mudah (Zuniananta, 2021). Media sosial merupakan media yang penggunaannya bisa melakukan interaksi seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube. Media sosial menjadi jembatan komunikasi masyarakat tanpa batas ruang dan waktu. Dengan kecepatan media sosial dalam membagikan informasi menjadikan masyarakat menggunakan media sosial sebagai sarana informasi tentang teknologi, pendidikan, dan informasi politik (Hutabarat, 2024).

Salah satu media sosial populer saat ini yaitu Instagram yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang diluncurkan pada tahun 2010. Instagram sendiri merupakan jejaring sosial yang mempunyai kegunaan untuk membagikan video, dan foto. Instagram sangat diminati oleh masyarakat karena dengan menggunakan Instagram dapat melihat konten dari semua orang diseluruh dunia. Selain dapat melihat konten, di Instagram pengguna juga dapat menyukai, mengomentari setiap postingan (Shalihah & Hardiyanto, 2024).

Konten merupakan istilah yang merujuk pada informasi yang dibagikan atau dipublikasikan melalui platform media sosial. Pada unggahan konten Instagram yang mencakup konten, *caption*, dan komentar adalah postingan yang lengkap dengan semua informasi yang diperlukan untuk memahami apa yang diposting (Dimayanti, 2018). Penggunaan *caption* bertujuan untuk menjelaskan isi, memberikan konteks, dan menarik perhatian pengguna yang terdiri dari kalimat deskriptif, kutipan inspiratif, humor, atau bahkan puisi. Tujuan utama *caption* adalah untuk menambah makna dan membuat konten visual lebih menarik. Komentar merupakan anggapan, pendapat, atau pernyataan yang diberikan seseorang tentang suatu topik, peristiwa (A'la, 2022). Komentar positif merupakan tanggapan yang menyampaikan pujian, dukungan, atau apresiasi. Sebaliknya, komentar negatif adalah tanggapan yang mengungkapkan kritik, keluhan, atau ketidakpuasan (Wahyudi, 2022).

Di instagram, terdapat beberapa jenis konten, antara lain (Andreas, 2021) :

1. **Konten Gambar:** Konten gambar hanya menggunakan satu gambar sebagai sumber utamanya.
2. **Konten *Carousel*:** Konten *carousel* adalah konten yang menggabungkan banyak gambar dalam satu konten.
3. **Konten Instagram *Reels*:** Konten Instagram *reels* adalah fitur yang pengguna dapat mengunggah video pendek dengan durasi 90 detik.
4. **Konten Video:** Konten video adalah konten yang penggunanya mengunggah informasi dengan bentuk visual gerak.
5. **Konten IGTV:** konten IGTV adalah konten video dengan durasi maksimal 10 menit. IGTV membantu pengguna menyampaikan informasi secara lengkap dan singkat.
6. **Konten *Live* Instagram:** *Live* instagram adalah konten yang diunggah secara *real-time*. Sehingga pengguna akan dengan mudah berinteraksi dua arah melalui komentar.

Pada penelitian ini kategori bentuk konten yang akan dianalisis yaitu Gambar, *Carousel*, dan *Reels* yang terdapat pada akun @totalpolitikcom. Sehingga, landasan utama diatas akan menjadi dasar untuk penelitian ini.

2.2.6. Sistem Pemilihan Umum

Di awal kemerdekaan Indonesia, Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR), yang terdiri dari anggota dari Badan Penyelidikan Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia (BPUPKI) dan Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia (PPKI) bertanggung jawab untuk pemilihan presiden. Setelah reformasi, sistem pemilihan presiden Indonesia berubah menjadi pemilihan langsung, di mana seluruh rakyat Indonesia memilih presiden melalui proses Pemilihan Umum Presiden (Pilpres). Dalam penerapan sistem presidensial terlihat jelas bahwa pemegang kekuasaan dalam pemerintahan adalah seorang presiden (Octavina, 2018).

Indonesia menganut sistem presidensial karena jika sistem ini diperkuat maka mampu membawa pemerintahan yang kuat dan dampaknya akan langsung dirasakan dan kembali kepada rakyat. Mengingat Indonesia disebut sebagai negara yang demokrasi. Penguatan sistem presidensial di Indonesia dapat dibantu dengan adanya peran MPR. Eksekutif dan legislatif akan memiliki sinergitas yang

seimbang sehingga sistem ketatanegaraan dapat berjalan dengan baik. Sistem presidensial yang dianut oleh Indonesia dengan mengimplementasikan pemisahan kekuasaan membuat masing-masing elemen pemerintahan memiliki fungsi dan tugasnya masing-masing sehingga ranah pekerjaan dan kemampuannya tidak akan terjadi tumpang tindih. Hal ini menjadi alasan mengapa sistem presidensial masih dilaksanakan di Indonesia karena Indonesia tidak menginginkan adanya konflik atau ketidakstabilan apalagi ketika dalam proses pemilihan pemegang kekuasaan (RI, 2019).

Di Indonesia masih terdapat calon presiden sehingga Indonesia masih melaksanakan pemilu, dengan adanya calon presiden tersebut rakyat diberikan kesempatan untuk mengenal bagaimana visi, misi, dan program kerja dari masing-masing calon yang akan menjadi pemegang kekuasaan di Indonesia. Tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden telah melakukan pendaftaran di Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk ikut serta dalam Pemilihan Presiden 2024. Ketiga pasangan tersebut adalah Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD, dan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Presiden Indonesia dipilih secara langsung oleh masyarakat Indonesia melalui pemungutan suara dalam pemilihan umum yang diadakan setiap lima tahun. Proses pemilihan melibatkan partai politik serta kandidat yang akan bersaing untuk mendapatkan suara mayoritas (Amin, 2023).

Pada penelitian ini akan berfokus pada postingan konten Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo karena ketiga nama tersebut merupakan calon presiden Republik Indonesia 2024 telah ditetapkan oleh KPU. Konten tersebut akan diambil pada akun Instagram @totalpolitikcom pada periode November 2023 – Februari 2024.

2.2.7. Instagram Sebagai Media Politik

Popularitas Instagram di Indonesia yang dicatat oleh Napoleon Cat pada Januari 2024 terdapat sebanyak 89 juta pengguna. Data tersebut mengalami kenaikan dari tahun 2020 yang dimana terdapat 69,2 juta pengguna di Indonesia.

Kenaikan tersebut memberikan gambaran bahwa masifnya pengguna Instagram di Indonesia yang menjadikan peluang bagi para lembaga politik untuk melakukan kampanye online. Kampanye menggunakan media sosial lebih efektif dan efisien dalam menjangkau publik, dari pada kampanye menggunakan media konvensional seperti orasi di ruang terbuka (Ninditya, 2018).

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang menawarkan berbagai macam fitur yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi informasi seperti foto, video, live Instagram, dan berkomunikasi dua arah melalui DM (*Direct Message*). Kemudian konten yang berada di Instagram bisa dibagikan ke berbagai layanan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan TikTok. Kemudahan tersebut membuat pengguna dapat membentuk personal branding melalui media sosial. Personalisasi pengguna dalam media sosial akan membangun dan memperkuat citra pribadi pengguna, sehingga akan memudahkan politisi untuk membangun citra baik di masyarakat melalui media sosial. Saat melakukan kampanye melalui media sosial, politisi perlu memperhatikan tiga poin penting yaitu target audiens, target wilayah, dan pemilihan media sosial (Krisdamarjati, 2023).

Fungsi dari media sosial sendiri yaitu membantu masyarakat berkomunikasi dalam jarak jauh dan menjadi ajang promosi. Dampak positif dari media sosial yaitu sebagai sarana penyebaran informasi secara cepat, dapat membentuk komunitas, mencari informasi dengan mudah, bisa membuat kita berinteraksi dengan orang diberbagai negara, media sosial juga menyediakan informasi yang tepat dan disajikan secara cepat, bisa menambah wawasan pengetahuan karena dengan kecepatannya media sosial bisa membagikan informasi. Dalam upaya mendapatkan dukungan, pilihan untuk membangun jaringan komunikasi politik melalui media sosial adalah hal yang umum (Yusuf et al., 2023).

Komunikasi politik dapat digunakan sebagai sarana mencari informasi yang bersifat positif, seperti memberikan pemahaman terkait politik, memberikan pembelajaran, dan menyuarakan harapan untuk negara dalam kedepannya. Kehadiran media sosial Instagram, memberikan kemudahan para calon presiden untuk melakukan kampanye online melalui laman Instagram pribadinya.

Komunikasi politik pada media sosial juga dapat memungkinkan pengguna untuk memperoleh informasi terkait dengan program kerja para calon presiden.

Informasi tersebut dapat pengguna peroleh dari laman pribadi masing-masing calon presiden, maupun akun-akun bertema politik. Akun yang terdapat pada media sosial Instagram hadir sebagai sarana informasi yang dikemas secara singkat dan menarik.

Dengan menggunakan platform Instagram @totalpolitikcom sebagai media penelitian. Akun @totalpolitikcom merupakan akun yang memberikan informasi politik kepada masyarakat sehingga peneliti akan menganalisis bagaimana pengemasan konten calon presiden Republik Indonesia selama periode November 2023 – Februari 2024. Melalui pengemasan konten yang terdapat pada akun @totalpolitikcom akan menjadi landasan penelitian.

2.2.8 Definisi Operasional

No	Kategori	Indikator	Referensi
1	Tema Pesan	Debat Pemilihan Umum Survei Politik Tanggapan Calon Presiden Marketing Politik	Olahan Peneliti
2	Teknik Komunikasi	Informatif Koersif Persuasif	(Siregar et al., 2022)
3	Calon Presiden Republik Indonesia	Anies Baswedan Prabowo Subianto Ganjar Pranowo	Komisi Pemilihan Umum
		Anies Baswedan, Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo Anies Baswedan, Prabowo Subianto Anies Baswedan, Ganjar Pranowo Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo	
4	Bentuk Konten	Gambar Carousel Reels	(Andreas, 2021)

Sumber: Data Olahan Peneliti

Dalam penelitian ini, empat kategori yang digunakan sebagai indikator penelitian yaitu Tema Pesan, Teknik Komunikasi, Calon Presiden Republik Indonesia, Bentuk Konten. Pada kategori tema pesan terdapat empat indikator yaitu Debat Pemilihan Umum yang berfokus pada konten informasi terkait debat yang mencakup rincian debat seperti lokasi, tema dan jadwal debat. Survei politik, berfokus pada konten yang berisi prediksi mengenai calon presiden. Tanggapan calon presiden, konten yang berfokus pada tanggapan calon presiden terhadap suatu isu, kebijakan, dan pertanyaan seputar politik. Marketing politik, konten yang

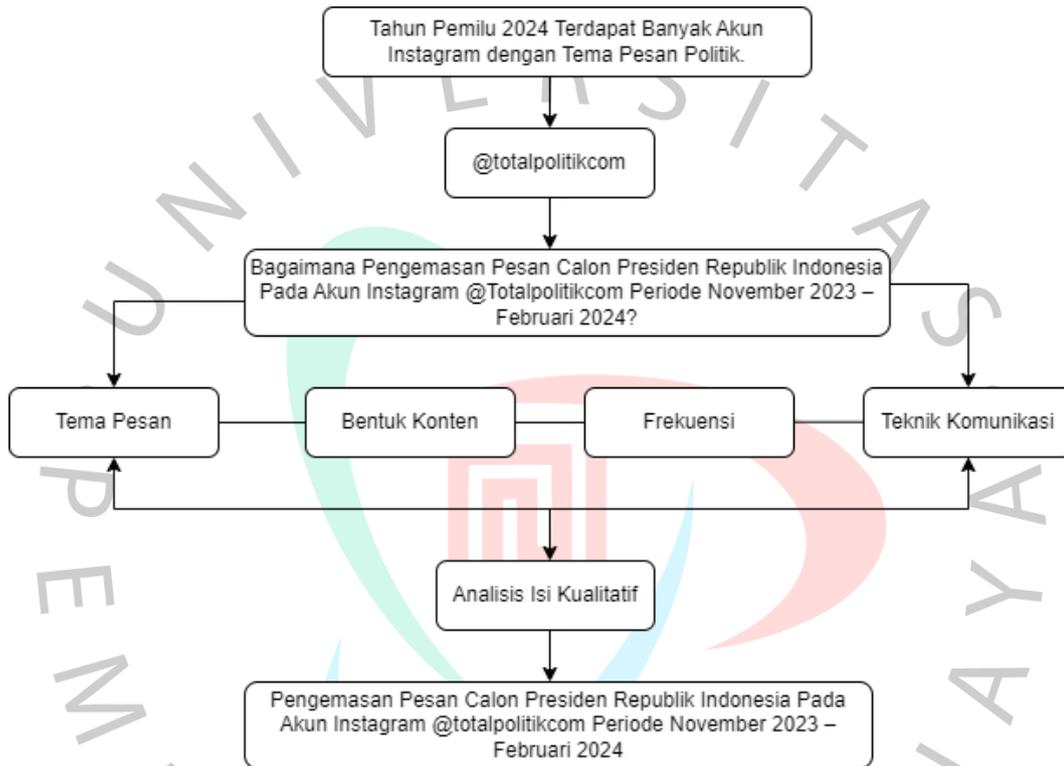
berfokus pada strategi yang menggunakan prinsip pemasaran untuk memperkuat dan memberikan informasi kepada publik pada setiap kandidat calon presiden.

Terdapat tiga indikator pada kategori teknik komunikasi yaitu informatif, koersif, dan persuasif. Konten informatif mengacu pada informasi yang disampaikan tanpa mengharapkan respon dari penerima pesan. Konten koersif merupakan konten pada proses penyampaian pesan mengandung paksaan untuk mengubah sikap dan perilaku penerima pesan. Konten persuasif merupakan konten yang tujuan penyampaian pesan tanpa adanya paksaan, namun berusaha untuk merubah pandangan atau tindakan dari penerima pesan.

Terdapat tujuh indikator pada kategori calon presiden Republik Indonesia yaitu Anies Bawedan, Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, Ketiga calon presiden, Anies Baswedan dan Prabowo Subianto, Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo. Konten mencakup pada masing-masing calon presiden dan konten yang berpasangan.

Terdapat tiga indikator pada kategori bentuk konten yaitu gambar, *carousel*, dan *reels*. Konten gambar adalah konten yang tidak bergerak yang terdiri dari satu gambar sebagai sumber utamanya. Konten *carousel* merupakan konten penggabungan dari beberapa gambar dan informasi dalam satu unggahan konten. Konten *reels* merupakan konten video dengan durasi pendek, terdapat musik pendukung, dan teks yang dapat bergerak.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Dalam mengembangkan kerangka berpikir di atas, peneliti mengamati bahwa tahun politik 2024 akan memicu banyak akun media sosial terutama Instagram yang tidak terafiliasi dengan partai atau tokoh politik untuk memposting konten yang berkaitan dengan calon presiden Republik Indonesia. Hal ini menjadi fokus penelitian untuk menganalisis bagaimana pengemasan pesan calon presiden Republik Indonesia pada akun Instagram @totalpolitikcom periode November 2023 – Februari 2024.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, yang memerlukan kategori pesan sebagai alat ukur. Dengan demikian, konsep di atas akan menjadi dasar bagi penelitian ini. Hal ini akan memberikan hasil penelitian terkait pengemasan konten

calon presiden Republik Indonesia pada akun @totalpolitikcom periode November 2023 – Februari 2024.

