



4.74%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 24 JUL 2024, 2:58 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.25%	4.49%	0.35%

Report #22145573

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masalah Kemampuan masyarakat untuk mengidentifikasi apa yang mereka butuhkan dari substansi politik, terutama yang berkaitan dengan pemilu, disebut literasi politik di era digital (Imron, 2022). Ini adalah definisi yang tepat untuk literasi politik dalam konteks pemilu. mengetahui apa, siapa, bagaimana, dan mengapa informasi dicari. mampu mengumpulkan informasi tentang figur politik yang akan digunakan untuk mewakili mereka di masa depan (Imron, 2022). Kemudahan untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk masyarakat melihat perkembangan politik di Indonesia. Media sosial menjadi salah satu wadah untuk mencari informasi seputar politik yang memiliki dampak besar dalam kebutuhan konsumsi informasi politik pada masyarakat, khususnya generasi muda atau disebut Gen-Z (Azzahri, 2024). Media sosial bagaikan ruang digital terbuka bagi para penggunanya, mereka dapat berinteraksi, berbagi, dan menghasilkan informasi di dalamnya, di mana konten yang dapat dibuat pun beragam, seperti tulisan blog, interaksi lewat jejaring sosial, artikel, diskusi forum, hingga dunia virtual yang imersif (Cahyono, 2017). Dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan wadah bagi para penggunanya untuk dapat saling terhubung, mengekspresikan diri, dan juga berkreasi tanpa terdapat batasan pada ruang dan juga waktu. Kehadiran media sosial kini telah merevolusikan cara manusia dalam mengakses dan juga menyebarkan informasi,

bukan hanya itu kehadirannya juga membuka era baru dalam komunikasi dan interaksi sosial (Suyatno, 2016). Dalam mengakses media sosial kini telah dijadikan salah satu kebutuhan bagi seorang individu dalam memenuhi kebutuhan akan konsumsi informasi sehari-hari, terutama kebutuhan informasi terkait dengan politik. **14** Media sosial adalah media yang memungkinkan orang berinteraksi satu sama lainnya melalui online atau internet tanpa dibatasi oleh adanya ruang dan juga waktu (Rustian, 2012). Menurut data yang diperoleh melalui We Are Social (2024) pengguna media sosial aktif sudah mencapai 60,4% dari total populasi atau sebanyak 167 juta manusia dan waktu perhari setiap individu untuk menggunakan internet mencapai 3 jam 11 menit (Riyanto, 2024). Alasan utama dalam penggunaan internet pun untuk menemukan informasi dan Instagram menduduki posisi ke 2 pada platform jejaring sosial yang digemari masyarakat Indonesia (Riyanto, 2024). Dalam hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan informasi melalui sosial media setiap individu tidak jarang dicari melalui media sosial Instagram. Menurut data yang dikumpulkan oleh NapoleonCat, Gen Z dan Millenials adalah mayoritas pengguna Instagram (NapoleonCat, 2023). Instagram telah menjadi sangat terkenal pada kalangan masyarakat bukan sekedar sebagai platform yang digunakan individu untuk berbagi cerita, tetapi juga saat ini menjadi platform yang dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi sesuai dengan kebutuhan penggunanya (Prayoga & Primandani, 2021). Instagram praktis, bermanfaat, dan informatif, dan tersedia untuk semua orang (Astuti & Istiyanto, 2019). Media sosial seperti Instagram sekarang telah menjadi sebuah wadah yang saat ini kerap kali digunakan oleh para content creator untuk membangun hubungan dengan publik mereka secara langsung, terutama content creator edukasi terkait dengan isu politik .

1 Menurut Nabilah (2023) Instagram merajai platform media sosial sebagai sumber informasi politik bagi publik, yang di mana menurut survey yang dilakukan oleh Katadata Insight Center Dari 1.005 orang yang menjawab, 66,2% menggunakan Instagram untuk mengakses informasi politik. Peserta yang menjadi subjek survei memiliki rentang usia yang bervariasi, dimulai dari

Generasi Z, yang berumur 17-26 tahun (50,4%), dan terdapat juga kelompok milenial yang berusia antara 27 hingga 42 tahun (49,6%) (Nabilah, 2023). Banyaknya akun – akun Instagram yang membuat edukasi politik di dalamnya juga menjadi salah satu alasan Instagram menjadi sumber informasi politik bagi publik. **13** Media sosial memberi kandidat politik, partai politik, dan masyarakat umum platform yang kuat untuk berbagi informasi, terlibat dalam diskusi politik, dan mempengaruhi opini publik (Farid, 2023). Media sosial sangat penting untuk meningkatkan partisipasi politik, terutama bagi generasi muda, selama pesta demokrasi yang akan berlangsung pada tahun 2024 (Azzahri, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk dapat mengekspresikan politik dan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan politik, terutama pada tahun pemilihan umum 2024. Pada kampanye pemilu tahun 2024 ini menunjukkan adanya perbedaan di dalam cara berkampanye, aktivitas kampanye politik sangat banyak terlihat di dalam media sosial. Berkampanye di media sosial seakan menjadi suatu kewajiban untuk menunjang pesan politik dapat sampai kepada para masyarakat. Hal ini dilakukan para kandidat calon presiden beserta wakilnya untuk memperoleh lebih banyak dukungan publik. Media sosial seakan menjadi instrument penting di dalam pembentukan komunikasi politik yang dapat memaksimalkan penyampaian pesan dari kandidat (Rismawati & Suryanef, 2019). Di samping itu, peran akun media sosial Instagram edukasi politik juga tak kalah penting keberadaannya. Saat ini, banyak sekali akun- akun Instagram yang menyajikan informasi terkait dengan isu-isu politik. Hal ini disebabkan oleh pergeseran kebiasaan konsumsi informasi oleh generasi milenial dan gen z, khususnya media sosial (Rised, 2021). Gambar 1.1. Akun Instagram @pinterpolitik Sumber: Instagram @pinterpolitik Contoh akun Instagram edukasi politik yang membagikan informasi mengenai politik adalah @pinterpolitik. Akun Instagram @pinterpolitik memiliki 642 ribu pengikut yang menjadikannya salah satu akun Instagram dengan pembahasan politik yang banyak diikuti oleh masyarakat, karena akun tersebut menyebarkan informasi terkait dengan

edukasi politik Indonesia secara kekinian dan menyajikan konten politik disajikan secara menarik dan mudah dicerna lewat grafis-grafis yang dibuat. Instagram @pinterpolitik ada sejak tahun 2016 yang merupakan media berita. Media tersebut dibentuk oleh Wim Tangkilisan, yang bertujuan untuk memberikan wawasan pengetahuan politik pada era digitalisasi melalui pesatnya perkembangan media online. 2 Adanya akun Instagram @pinterpolitik menjadi suatu wadah penyampaian informasi agar lebih sampai kepada para masyarakat dan memberikan sudut pandang yang berbeda mengenai para kandidat capres beserta wakilnya 2024. Akun @pinterpolitik membagikan beragam gambaran terkait penyampaian-penyampaian pesan yang dilakukan oleh para capres dan cawapres 2024 dengan mengulik berbagai macam sisi. Ditinjau dari kompetitor Instagram yang ada, peneliti melihat bahwa terdapat akun Instagram lain yakni @totalpolitikcom. Di antara kedua akun Instagram yang memiliki bahasan polititik di dalamnya, akun @pinterpolitik adalah akun Instagram bertemakan politik yang memiliki paling banyak pengikut atau followers . Pada akun @totalpolitikcom dengan 261 ribu pengikut, perhari hanya mengunggah 4 sampai 6 postingan, sedangkan akun @pinterpolitik bisa mengunggah konten 5 sampai 10 unggahan di setiap harinya pada periode kampanye pemilihan umum 2024. Hal tersebut membuat peneliti tertarik dan yakin untuk memilih akun Instagram @pinterpolitik. Gambar 1.2 .

Konten Instagram @pinterpolitik Sumber: Instagram/pinterpolitik Akun Instagram @pinterpolitik membagikan berbagai macam konten informatif dan edukatif mengenai isu-isu politik terkini, berita politik dari berbagai sumber terpercaya, analisis dan komentar dari peristiwa politik, dan konten-konten edukasi tentang demokrasi dan partisipasi politik. Instagram @pinterpolitik menciptakan konten dengan cara menggunakan tata gaya bahasa yang memudahkan seseorang untuk memahami, santai, dan terkadang terisi sedikit humor di dalamnya. Tujuan dari menggunakan Bahasa yang ringan dan kekinian sehingga dapat menarik minat generasi muda terhadap politik. Adanya akun Instagram @pinterpolitik menjadi suatu wadah penyampaian informasi agar lebih sampai kepada para masyarakat dan memberikan

REPORT #22145573

sudut pandang yang berbeda mengenai para kandidat capres dan cawapres 2024. Akun @pinterpolitik membagikan banyak gambaran terkait penyampaian-penyampaian pesan yang dilakukan oleh para capres dan cawapres 2024 dengan mengulik berbagai macam sisi. Selain di Instagram, PinterPolitik juga memiliki website yang di dalamnya juga membahas terkait dengan isu-isu politik, yaitu pinterpolitik.com. Pada situs website tersebut memiliki berbagai macam rubrik, diantaranya Nalar Politik, Pinter Ekbis, Trending, Pinpol TV, dan Cross Border. Hal ini sangat terbilang dapat membantu masyarakat dalam menentukan pilihan mereka di dalam melakukan pemilu 2024. Pemilihan umum, juga dikenal sebagai pemilihan umum, adalah proses di mana penduduk suatu negara memilih individu untuk mengisi posisi pemerintahan (Sarbaini, 2019). 10 Pemilihan umum ialah suatu mekanisme penting yang ada di dalam system demokrasi modern, dalam hal ini oleh para kandidat calon presiden memungkinkan rakyat untuk berpartisipasi dalam pemilihan pemimpin dan calon wakil presiden dan kebijakan negara (Annisa, 2023). 3 Pemilu atau pemilihan umum di Indonesia dilakukan dengan rentan waktu 5 (lima) tahun sekali dan setiap masyarakat memiliki kesempatan untuk dapat memilih, karena adanya sistem demokrasi yang diterapkan di Indonesia (Sarbaini 2019). Fungsi dari pemilu itu sendiri untuk melaksanakan hak rakyat yang memungkinkan rakyat dapat secara langsung memilih wakil mereka di pemerintahan (Annisa, 2023). Pada pemilihan umum 2024 kali ini terdapat 6 (enam) tokoh politik yang mencalonkan diri atau mendaftarkan diri mereka untuk maju pada pemilihan umum 2024. Terdapat Anies Baswedan dipasangkan dengan Muhaimin sebagai pasangan calon nomor urut 1, lalu Prabowo Subianto dipasangkan dengan Gibran Rakabuming sebagai paslon nomor 2, selanjutnya Ganjar Pranowo dengan Mahfud MD sebagai paslon nomor urut 3. Penelitian ini akan menggunakan penelitian sebelumnya sebagai referensi. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana pesan politik dikemas dalam akun Instagram @pinterpolitik. 5 Selanjutnya, studi terdahulu berjudul 1 “Pengaruh Media Sosial Instagram @pinterpolitik Terhadap Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z 5 yang diteliti oleh Yusuf, Anissa, dan Sendi pada

tahun 2023, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif (Maulana, Mu'arifah, & Nanda, 2023). Studi ini menganalisis bagaimana Instagram @pinterpolitik berdampak pada kebutuhan informasi politik generasi Z dengan menggunakan indikator variabel X, yang mencakup konteks, komunikasi, dan kerja sama, dan indikator variabel Y, yang mencakup pendekatan saat ini, pendekatan sehari-hari, pendekatan menyeluruh, dan pendekatan mengumpulkan. Studi tersebut menemukan bahwa akun Instagram @pinterpolitik sangat berpengaruh terhadap kebutuhan informasi politik Gen Z. **5** Penelitian terdahulu dengan judul **1** "Akun Instagram @pinterpolitik sebagai Platform Literasi Digital (Studi Deskriptif Kualitatif Pada PinterPolitik.com) **5** yang diteliti Anjani, dengan metode penelitian, yaitu kualitatif (Anjani, 2019). Penelitian ini mengenai Pinter Politik mengidentifikasi beberapa cara untuk menggunakan akun Instagram untuk melakukan literasi digital politik, Dengan kata lain, yang pertama adalah produksi pengetahuan; akun ini sering menyebabkan masalah kebijakan, strategi, survei paslon, dan identitas politik. Pinter Politik berpendapat bahwa masalah ini sangat penting karena generasi milenial perlu tahu siapa pemimpin yang tepat untuk mereka. Selain itu, Pinter Politik juga memanfaatkan berbagai pendekatan atau tawaran dalam pengetahuan. Selanjutnya, Pinter Politik menggunakan keterampilan untuk menulis konten. Mereka menggunakan jurnalisme interpretasi, yang menekankan pemahaman atau perbandingan fenomena. Adapun saran penelitian, peneliti berharap temuan penelitian ini akan mendorong penelitian lebih lanjut tentang komunikasi politik serta jejaring sosial, khususnya tentang bagaimana media nasional mampu membantu masyarakat memahami intrik politik. Studi terkait juga diharapkan mampu menjadi basis untuk studi lebih lanjut tentang politik nantinya. Perbedaan dari penelitian ini adalah Peneliti ingin melakukan penelitian dengan menggunakan pengemasan pesan terhadap para capres serta cawapres 2024 yang ada di dalam akun Instagram @pinterpolitik. **18** Penelitian selanjutnya berjudul **2** "Pengemasan Pesan Tokoh Politik pada Akun Instagram @Pinterpolitik (Analisis Isi Kualitatif Konten Tokoh Politik Periode Oktober 2022 – Maret 2023) **18** yang diteliti oleh Hamdiansyah pada

tahun 2023, dengan memakai metode penelitian, yaitu analisis isi kualitatif (Dayfullah, 2023). Penelitian tersebut berfokus pada empat tokoh yang menjadi objek penelitian dalam akun Instagram @pinterpolitik, yakni Anies, Ganjar, Prabowo, serta Ridwan Kamil, yang ditentukan berdasarkan popularitas elektabilitas mereka. Penelitian ini menggunakan beberapa indikator, termasuk topik politik, cara komunikasi, serta rupa konten berupa visual, 4 menonjol pada konten yang melibatkan Anies Baswedan. Peneliti menyarankan dapat memperluas penelitian dengan menggunakan metode semiotika, melakukan komparasi media dengan beberapa competitor dari PinterPolitik. Peneliti akan meneliti mengenai tokoh politik capres dan cawapres 2024 dengan indikator yang hampir sama, tetapi peneliti menambahkan indikator bentuk tanggapan untuk mengetahui tanggapan yang diberikan para audiens. Menurut latar belakang di atas, ada hubungan antara gagasan pengemasan pesan di akun Instagram @pinterpolitik. Kebaruan yang akan diteliti oleh peneliti ialah penggambaran yang dibuat oleh akun Instagram @pinterpolitik atas para kandidat capres serta cawapres tahun 2024 yang akan dilihat dari tema, bentuk, maupun pesan yang terdapat di dalam konten Instagram @pinterpolitik. Peneliti tertarik untuk memilih judul “Pengemasan pesan politik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 pada Media Sosial Instagram”, karena tertarik untuk menelaah konten dari Instagram @pinterpolitik terkait dengan kampanye dari pasangan capres dan cawapres di dalam pemilu 2024. Indikator penelitian yang diaplikasikan pada penelitian ini meliputi tokoh politik, tema pesan, bentuk pesan, dan bentuk konten. Periode penelitian yang dipilih adalah 19 Oktober 2023 - 10 Februari 2024. Alasan peneliti memilih periode tersebut adalah dikarenakan masa pencalonan dan kampanye para paslon presiden dan wakil presiden pada pemilu 2024 berada pada kurun waktu tersebut. Sehingga pada periode tersebut sangat banyak pembahasan mengenai pesan-pesan politik pada kampanye yang disampaikan oleh para paslon capres dan cawapres 2024. Pentingnya penelitian ini untuk dilakukan karena penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana isu politik dikemas pada masa pemilihan umum

atau pemilu tahun 2024 yang sangat berdampak bagi masyarakat dalam menerima informasi tentang para kandidat-kandidat capres dan cawapres. **30** 1.2 Rumusan Masalah Rumusan masalah pada penelitian ini ialah untuk mengetahui **3** “Bagaimana pengemasan pesan politik capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik periode Oktober 2023 – Februari 2024 . Berikut uraian yang lebih terperinci: 1. Bagaimana frekuensi konten capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik dalam periode Oktober 2023 – Februari 2024? 2. Bagaimana tema pesan pada konten capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik dalam periode Oktober 2023 – Februari 2024? 3. Bagaimana bentuk pesan pada konten capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik dalam periode Oktober 2023 – Februari 2024? 4. Bagaimana bentuk konten capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik dalam periode Oktober 2023 – Februari 2024? 1 .3 Tujuan Penelitian Tujuan penelitian ini ialah guna menerangkan kemas pesan politik terhadap capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik periode Oktober 2023 – Februari 2024”, Berikut uraian yang lebih terperinci: 1. Mengetahui frekuensi konten capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik dalam periode Oktober 2023 – Februari 2024 5 2. Mengetahui tema pesan pada konten capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik dalam periode Oktober 2023 – Februari 2024 3. Mengetahui bentuk pesan pada konten capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik dalam periode Oktober 2023 – Februari 2024 4. Mengetahui bentuk konten capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik dalam periode Oktober 2023 – Februari 2024 1 .4 Manfaat Penelitian Ada dua manfaat daripada penelitian ini: 1.4.1 Manfaat Akademis Diharapkan penelitian ini akan meningkatkan literasi ilmiah, terutama di bidang ilmu komunikasi. Tujuannya adalah memberikan edukasi masyarakat untuk sadar politik melalui akun Instagram yang berisi mengenai edukasi politik. 1.4.2 Manfaat Praktis Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat terhadap pengelola akun media sosial yang membahas masalah atau berita politik, terutama bagi mereka yang membuat konten

REPORT #22145573

untuk tokoh politik. 6 BAB II TEORI DAN KONSEP 2.1 Penelitian Terdahulu Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu No Judul Penelitian /Penulis /Tahun Afiliasi Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Saran Perbedaan Penelitian 1 Pengaruh Media Sosial Instagram @pinterpolitik Terhadap Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z/ Yusuf M, Annisa M, Sendi Eka N/ 2023 Universitas Gunadarma Kuantitatif Dari penelitian ini disimpulkan bahwa media sosial Instagram @pinterpolitik dinilai kuat terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z, hasil ini diambil dari 100 responden followers dari akun Instagram @pinterpolitik. Dapat menambahkan variabel baru, seperti partisipasi politik pada tahun pemilu 2024 Peneliti akan meneliti pesan politik yang disampaikan pada akun Instagram @pinterpolitik yang bersangkutan dengan capres dan cawapres pada masa pemilu 2024. 2 Akun Instagram @pinterpolitik sebagai Platform Literasi Digital (Studi Deskriptif Kualitatif Pada PinterPolitik.com)/ Anatasia Anjani/ 2019 Universitas Brawijaya Kualitatif Pinter Politik mengidentifikasi beberapa cara untuk menggunakan akun Instagram untuk melakukan literasi digital politik, yakni: pertama ialah produksi informasi, akun ini sering menghasilkan masalah yang berkaitan atas regulasi, survei, dan politik identitas. Mereka berpendapat bahwa masalah ini sangat penting karena generasi milenial perlu tahu siapa pemimpin yang tepat Peneliti berharap temuan penelitian ini akan mendorong penelitian lebih lanjut tentang komunikasi politik serta jejaring sosial, khususnya tentang cara media nasional mampu membantu masyarakat memahami literasi politik. Studi ini juga diharapkan mampu menjadi basis untuk studi lebih lanjut tentang literasi politik dalam Pinter Politik. Peneliti ingin melakukan penelitian dengan menggunakan pengemasan pesan terhadap para capres serta cawapres 2024 yang ada di akun Instagram @pinterpolitik 7 untuk mereka. Pinter Politik juga menggunakan berbagai pendekatan dan tawaran dalam pengetahuan. Selanjutnya, Pinter Politik menggunakan keterampilan untuk menulis konten. Mereka menggunakan jurnalisme interpretasi yang fokus terhadap perbandingan ataupun pemahaman tentang peristiwa. 3

Pengemasan Pesan Tokoh Politik pada Akun Instagram @Pinterpolitik (Analisis Isi Kualitatif Konten Tokoh Politik Periode Oktober 2022 – Maret 2023) / Dayfullah, H/ 2023 Universitas Pembangunan Jaya Kualitatif Penelitian ini memfokuskan empat tokoh sebagai unit penelitian pada akun Instagram @pinterpolitik, yaitu Anies, Ganjar, Prabowo, serta Ridwan Kamil yang dipilih dari hasil teratas elektabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tema pesan politik, komunikasi, rupa konten, serta tokoh mendominasi kandungan konten. Empat hal di atas yang terkait Anies Baswedan adalah indikatornya. Dapat memperluas penelitian dengan menggunakan metode semiotika, melakukan komparasi media dengan beberapa kompetitor dari PinterPolitik. Peneliti akan meneliti mengenai tokoh politik capres dan cawapres 2024 dengan indikator yang hampir sama, tetapi peneliti menambahkan indikator bentuk tanggapan untuk mengetahui tanggapan yang diberikan para audiens. Sumber: Olahan Peneliti Penelitian sebelumnya dapat membantu dalam menentukan penelitian selanjutnya. Ini mencakup menentukan Teori dan konsep yang akan diterapkan telah ditentukan. Berikut adalah beberapa perbedaan antara studi yang hendak dilakukan peneliti terhadap studi sebelumnya: Selanjutnya, penelitian terdahulu yang diteliti oleh Yusuf, Anissa, dan Sendi pada tahun 2023, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif (Maulana, Mu'arifah, & Nanda, 2023). Studi ini menganalisis bagaimana Instagram @pinterpolitik berdampak pada kebutuhan informasi politik generasi Z dengan menggunakan indikator variabel X, yang mencakup konteks, komunikasi, dan kerja sama, dan indikator variabel Y, yang mencakup pendekatan saat ini, pendekatan sehari-hari, pendekatan menyeluruh, dan pendekatan mengumpulkan. Studi tersebut menemukan bahwa akun Instagram @pinterpolitik sangat berpengaruh terhadap kebutuhan informasi politik Gen Z. Selanjutnya, penelitian terdahulu oleh Anatasia Anjani pada tahun 2019, (Anjani, 2019). Penelitian ini mengenai Pinter Politik mengidentifikasi beberapa cara untuk menggunakan akun Instagram untuk melakukan literasi digital politik, yaitu meliputi: produksi informasi, akun ini sering menghasilkan masalah yang berkaitan atas regulasi, strategi,

survei kandidat, dan politik identitas. Mereka berpendapat bahwa masalah ini sangat penting karena generasi milenial perlu tahu siapa pemimpin yang tepat untuk mereka. Pinter Politik juga menerapkan berbagai pendekatan. Adapun, Pinter Politik menggunakan keahliannya untuk menulis konten. Mereka menggunakan jurnalisme interpretasi yang fokus terhadap perbandingan ataupun pemahaman tentang fenomena. Adapun saran penelitian, peneliti berharap temuan penelitian ini akan mendorong penelitian lebih lanjut tentang komunikasi politik dan media sosial. Studi ini juga diharapkan mampu menjadi fundamental untuk penelitian lebih lanjut tentang literasi politik. Pembeda dari penelitian ini adalah Peneliti ingin melakukan penelitian dengan menggunakan pengemasan pesan terhadap para capres serta cawapres 2024 yang ada dalam akun Instagram @pinterpolitik . Penelitian selanjutnya yang diteliti oleh Hamdiansyah pada tahun 2023, dengan memakai metode penelitian, yaitu analisis isi kualitatif (Dayfullah, 2023). Penelitian tersebut berfokus pada empat tokoh yang menjadi objek penelitian dalam akun Instagram @pinterpolitik, yakni Anies, Ganjar, Prabowo, serta Ridwan Kamil, yang dipilih berdasarkan popularitas elektabilitas mereka. Penelitian ini menggunakan beberapa indikator, termasuk tema pesan politik, teknik komunikasi, rupa konten, serta kehadiran tokoh penting dalam konten tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwasanya empat indikator diatas, menonjol pada konten yang melibatkan Anies Baswedan. Peneliti menyarankan Dapat memperluas penelitian dengan menggunakan metode semiotika, melakukan komparasi media dengan beberapa competitor dari PinterPolitik. Peneliti akan meneliti mengenai tokoh politik capres dan cawapres 2024 dengan indikator yang hampir sama, tetapi peneliti menambahkan indikator bentuk tanggapan untuk mengetahui tanggapan yang diberikan para audiens.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Komunikasi Politik

Komunikasi ialah suatu kegiatan yang tak henti untuk dilaksanakan oleh seorang individu. Hal ini menunjukkan bahwa manusia secara alami adalah makhluk sosial yang membutuhkan interaksi. Kata "komunikasi" merujuk pada proses informasi atau pertukaran ide. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam setiap

tindakan komunikasi terdapat unsur yang sama, di mana komunikator dan penerima pesan saling berbicara dan memahami satu sama lain. (Pureklolon, 2016). Rongers serta Kincaid mengungkapkan bahwasanya komunikasi merupakan suatu mekanisme yang melibatkan dua individu ataupun lebih terlibat dalam pembentukan atau 9 pertukaran suatu hal di dalamnya, dengan tujuan mencapai pemahaman yang mendalam satu sama lain. (Cangara, 2019). Komunikasi dapat terjadi melalui berbagai metode, termasuk melalui kata-kata (verbal) dan juga melalui gerakan atau simbol yang mengandung makna (nonverbal). Proses komunikasi dapat terjadi secara langsung ataupun tidak langsung.

15 Contohnya termasuk berbicara, berbicara secara langsung, berbicara melalui telepon, menggunakan media sosial, memposting foto, atau menulis surat melalui e-mail. (Yasir, 2020). Beberapa komponen komunikasi termasuk pengirim atau pemberi pesan, penerima pesan, pesan sebagai sumber informasi, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, dan efek yang dihasilkan oleh komunikasi. Pemindahan pesan politik untuk mencapai kepentingan politik dikenal sebagai komunikasi politik. Komunikasi politik melibatkan adanya media untuk menjadi wadah penyampaian sebuah pesan politik kepada masyarakat atau komunikan. Komunikasi politik merupakan suatu fungsi dari partai politik yang melibatkan penyampaian berbagai macam pendapat dan aspirasi atau masukan dari masyarakat serta pengaturan kebijakan politik (Budiarjo, 2008). 7 Menurut Maswadi Rauf, seorang ahli politik, komunikasi politik merupakan objek penelitian dalam ilmu politik dikarenakan pesan yang dipaparkan selama proses komunikasi memiliki atribut-atribut politik, seperti terkait dengan struktur kekuasaan politik suatu negara, suatu pemerintahan, dan perilaku komunikator yang berperan sebagai pelaku politik. Karena hal tersebut, pesan politik disampaikan kepada pihak lain melalui aktor politik, karena kegiatan ini terjadi secara nyata dalam konteks kehidupan sosial. Konten Instagram @pinterpolitik, yang sering mengandung pesan komunikasi politik, akan dianalisis dalam penelitian ini. Teori komunikasi politik ini nantinya digunakan sebagai dasar dalam menelaah cara penelitian ini mengemas konten politik. 2.2.2 Tokoh

Politik Tokoh politik merupakan seseorang yang memiliki peranan penting pada bidang politik, baik secara formal maupun informal. Para tokoh politik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan dan kebijakan publik. Tokoh politik merupakan orang yang menduduki jabatan politik, seperti presiden, kabinet, menteri, anggota parlemen, atau kepala daerah. Selain itu tokoh politik juga berperan aktif dalam kegiatan politik dan memiliki pengaruh besar terhadap opini publik. Akibatnya, politisi tidak hanya harus berkonsentrasi pada kampanye politik tertentu, mereka juga harus berkomitmen untuk mengevaluasi kinerja dan mempertahankan kepentingan masyarakat dalam jangka panjang (Handayani, 2016). Menurut Harold D. Laswell, tokoh politik merupakan individu yang terlibat di dalam suatu sistem politik. Karakteristik dari tokoh politik, meliputi 1) Memiliki visi dan misi politik yang jelas, 2) Mampu dalam memimpin dan mengorganisir orang lain, 3) Memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik, 4) Mampu membangun jaringan dan kerjasama dengan berbagai macam pihak, dan 5) mampu beradaptasi dengan adanya perubahan politik dan sosial. Dengan demikian, tokoh politik mempunyai peranan penting untuk menentukan arah dan kemajuan di dalam suatu bangsa.

2.2.2.1 Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 10 Di Indonesia, Presiden dan Wakil Presiden adalah tokoh masyarakat yang paling berpengaruh. Tahun 2024 akan ada pemilihan presiden dan wakil presiden. Ada beberapa prospek untuk keduanya. Sistem pemilihan presiden dan wakil presiden Indonesia mencerminkan sistem demokrasi presiden Indonesia. Ini diakui sebagai salah satu ciri khas negara demokratis, memungkinkan rakyat Indonesia untuk memilih pemimpin berdasarkan pilihan mereka. Sejak 2004 hingga saat ini, pemilihan presiden langsung oleh rakyat telah berlangsung setiap lima tahun. (sumono, 2014). Hanya partai politik atau koalisi partai politik yang memiliki wewenang untuk mencalonkan pasangan capres serta cawapres. Dalam kontelks pemillihan umum tahun 2024, terdapat tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden, yaitu Anies Rasyid Baswedan dan Muhaimin Iskandar menjadi pasangan calon nomor 1, Prabowo Subianto dan Gibran

Rakabuming Raka menjadi pasangan calon nomor 2, serta Ganjar Pranowo serta Mahfud MD paslon nomor 3, dilusung secara langsung oleh aliansi partai politik yang bersangkutan. Setelah masa pencalonan para kandidat presiden dan wakil presiden berakhir, KPU akan mempersilahkan kepada para kandidat pilihan untuk melakukan kampanye dalam menyampaikan visi misi mereka dalam pemilu yang akan diselenggarakan tersebut. Pada penelitian ini, peneliti memiliki fokus penelitian terhadap 6 tokoh politik yang mencalonkan diri sebagai paslon presiden serta wakilnya di pemilu 2024 yang hendak dijadikan indikator pengukuran pada studi ini, yakni Anies Rasyid Baswedan dengan Muhaimin Iskandar pasangan calon nomor 1, Prabowo Subianto dengan Gibran Rakabuming Raka pasangan calon nomor 2, dan Ganjar Pranowo dengan Mahfud MD pasangan calon nomor 3. 2.2 **16** 3 Pesan Politik

Pesan politik adalah informasi yang disadari atau tidak disadari, disampaikan secara verbal atau nonverbal, entah verbal ataupun tertulis yang memuat muatan politik. Tujuan dari adanya komunikasi politik pada pesan politik juga bervariasi, seperti untuk mendapatkan suara di dalam pemilu, mempengaruhi kebijakan publik, meningkatkan kesadaran terkait dengan suatu isu, membangun dukungan untuk suatu gerakan sosial, atau untuk mendorong suatu perubahan (Akib & et al, 2023). Faktor yang mendorong adanya efektivitas pesan politik, antara lain adalah kredibilitas sumber pesan, kualitas pesan yang disampaikan, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, dan karakteristik khalayak yang menerima pesan tersebut. Menurut Wahid (2016) di dalam bukunya, pentingnya pesan dalam komunikasi politik, pesan harus dipikirkan dan dikemas dengan teliti sebelum disampaikan kepada khalayak. Ini terutama benar di era digital saat ini jika komunikator ingin kampanye politik mereka berhasil. Akibatnya, kekuatan pesan sangat bergantung pada kemampuan untuk mengkonstruksi kenyataan. Menurut Dan Nimmo Pesan politik didefinisikan sebagai konten berita yang dapat menggambarkan keadaan seorang komunikator politik (Wahid, 2016). Berikut ini adalah ringkasan dari berbagai sumber dan penelitian sebelumnya yang keberadaannya hendak menjadi alat ukur pada studi ini.

Kemudian, tema pesan politik adalah (Anjani, 2019):

1. Strategi Politik
11 Sebagaimana dijelaskan oleh Peter Schorder (Sahea, Niode, & Tulung, 2018), strategi politik adalah rencana ataupun cara yang digunakan dalam meraih tujuan spesifik. Partai politik memerlukan strategi ini karena keberhasilan mencapai perubahan jangka panjang seringkali sulit tanpanya. Dalam bukunya "Strategi Politik", Peter Schröder menjelaskan bahwa, Strategi politik dalam konteks politik partai dalam pemilu adalah seperangkat pilihan bersyarat tentang jalur tindakan yang harus diikuti untuk mencapai tujuan politik yang diinginkan.
2. Kebijakan Politik Dalam situasi ini, kebijakan politik yang dibahas merupakan bagian dari bidang studi kebijakan publik. Semua keputusan yang dibuat oleh pemerintah, termasuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, dimasukkan ke dalam kebijakan publik, Thomas Dye menyatakan bahwa baik perspektif pertama maupun kedua sejalan dalam pandangan bahwasanya kebijakan ini ialah sebuah ketetapan yang diambil pemerintah atau pejabat pada suatu bidang. Pada konteks ini, mencakup tindakan seperti keputusan dari presiden, instruksi, serta beragam aturan dari pemerintah.
3. Survei Politik Survei memiliki peranan penting di dalam negara demokrasi. Untuk dapat membantu melindungi hasil perhitungan dari komisi pemilihan umum dari manipulasi, membutuhkan hasil survey yang objektif dan metodologis. Para kandidat calon dapat menggunakan hasil survey tersebut untuk memahami kekuatan mereka.
4. Politik Identitas Menurut Abdillah (Soenjoto, 2019), Politik identitas ialah peraturan atau kebijakan yang bertujuan dalam memajukan persamaan berdasarkan kategori-kategori seperti etnis, agama, atau jenis kelamin. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Pesan politik adalah alat penting dalam proses demokrasi. Dengan memahami pesan politik, kita dapat menjadi partisipan politik yang lebih informed dan kritis, serta berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang makmur. Penelitian ini akan menganalisis pengemasan konten capres-cawapres di akun Instagram @ pinterpolitik, dengan kategori beberapa topik atau tema konten menjadi alat pengukur studi ini. Oleh sebab itulah, gagasan ini akan dijadikan dasar pada penelitian

ini. 2.2.4 Media Sosial Instagram Boyd dalam Nasrullah (2015) Media sosial adalah runtutan aplikasi yang memfasilitasi orang untuk berbagi serta komunikasi, serta bahkan bekerja atau bermain bersama. Di dalam media sosial menghapus jarak-jarak atau batasan yang ada untuk manusia bersosialisasi seperti batas ruang dan waktu, banyak manfaat yang tercipta di dalam aplikasi media sosial seperti sebagai media pemasaran, saluran komunikasi, media yang memperluas networking, dan masih banyak manfaat lainnya. ⁹

Menurut McGraw Hill Dictionary di dalam buku Ikhwan (2022), media sosial merupakan sarana yang berfungsi untuk melakukan interaksi satu sama lain oleh orang-orang dengan cara menciptakan, membagikan, dan saling bertukar informasi dan gagasan di dalam sebuah jaringan yang terbangun. Kini terdapat beragam jejaring sosial yang ada dan berkembang di era serba digital ini seperti aplikasi X, Instagram, Tiktok, dan sebagainya. Dalam jejaring sosial menyediakan 12 sarana bagi komunikasi untuk melakukan feedback secara terbuka seperti kolom komentar yang disediakan. Komunikasi bisa turut berpartisipasi langsung sehingga dapat tercipta interaksi dua arah antara komunikator dengan komunikasi. Instagram ialah media yang mana penggunaannya mampu memposting video dan gambar untuk audiens online yang besar. Istilah "gram", yang berasal dari frasa "telegram", yang digunakan untuk berkomunikasi dengan cepat, dan kata "instan", yang menggambarkan kecepatan layaknya kamera Polaroid, yang kemudian disebut menjadi "foto instan", adalah apa yang menginspirasi nama "Instagram". ²⁶ Per Oktober 2023, Dilansir dari We Are Social, di Indonesia terdapat 104,8 juta pengguna Instagram. ²⁵ Hal ini menjadikan Indonesia menduduki urutan keempat pengguna Instagram terbanyak di dunia. ²² Instagram menjadi aplikasi yang mencapai urutan keempat dengan pengguna terbanyak setelah Facebook, YouTube, dan Whatsapp (Annur, 2023). Menurut Atmoko (2012) di dalam (Antasari & Pratiwi, 2022) Untuk smartphone iOS dan Android, Instagram adalah perangkat lunak gratis yang memungkinkan pengguna memposting gambar dan video. Dengan menggunakannya, pengguna dapat mengirimkan gambar atau video mereka sendiri dan berbagi dengan lingkaran teman atau pengikut mereka. Mereka juga dapat menelusuri, menyukai, dan

mengomentari apa pun yang dipublikasikan oleh teman-teman mereka. Berikut penjelasan mengenai indikator yang terdapat pada pengukuran di studi ini, yaitu kriteria berbentuk pesan yang di dalamnya tersusun atas 3 indikator. Indikator tersebut didapatkan dari rangkuman berbagai sumber dan penitihan terdahulu, yaitu Andreas (2021) di dalam (Dayfullah, 2023). 1. Gambar Sebuah pesan yang disampaikan melalui rupa visual statis yang tersusun daripada satu gambar yang tak bergerak disampaikan melalui bentuk gambar statis yang terdiri dari satu gambar tanpa gerak. 2. Video/ Reels Sebuah pesan berbentuk video, dan adanya Batasan waktu kurang lebih 1 menit atau 60 detik. 3. Carousel Sebuah pesan visual dengan jumlah posting yang terdiri daripada 2-10 postingan. Penelitian ini akan melakukan analisis terhadap konten capres dan cawapres 2024 pada Instagram @pinterpolitik yang di mana peneliti memerlukan kriteria rupa konten menjadi wadah ukur untuk melakukan studi analisis ini. Oleh sebab itulah, konsepsi ini hendak dijadikan sebagai landasan studi.

2.2.5 Instagram Sebagai Sarana Kampanye Politik Menurut Anugrah (2023), Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan suatu individu atau kelompok menjalin hubungan satu sama lain, berbagi informasi, dan menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Media sosial telah memengaruhi politik dan partisipasi masyarakat dalam berbagai cara. Mereka melakukan banyak hal dalam dunia politik, seperti memberikan informasi, berkomunikasi dengan orang-orang, membantu dalam kampanye politik, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, dan memantau opini publik.

8 13 Menurut Jerry, Ruth, dan Hermina (2023) dalam jurnalnya, media sosial menjadi medium utama komunikasi politik penguasa dan politisi pada saat ini. Media sosial digunakan sebagai wadah untuk menyampaikan pernyataan politik, kebijakan, dan komentar tentang peristiwa nasional atau internasional. Banyak politisi memanfaatkan IG menjadi wadah yang sangat diminati dalam mengkomunikasikan ide dan pesan mereka dengan tujuan khusus. Pada penelitian yang dilakukan oleh Suryasuciramadhan dkk (2024) memiliki hasil bahwa media sosial dapat menjadi forum, fasilitator, dan berperan untuk kepentingan

tertentu serta memiliki potensi memberikan keuntungan dalam kampanye politik. Melalui platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok, kandidat politik dapat berinteraksi dengan publik dan berhasil memenangkan hati rakyat.

2.2.6 Bentuk Pesan

Bentuk pesan adalah cara yang digunakan oleh para individu atau kelompok untuk berkomunikasi. Menurut Suryanto (2015), ada tiga jenis bentuk pesan, seperti:

1. Pesan Informatif
Pesan informatif ialah pesan yang membawakan sebuah keterangan dalam bentuk faktual ataupun data.
2. Pesan Persuasif
Pesan persuasif ialah hal yang memberikan rasa untuk mengubah sikap, seperti adanya pesan ajakan.
3. Pesan Koersif
Pesan koersif merupakan pesan yang memiliki sifat memaksa, seperti adanya ancaman di dalam pesan.

2.3 Kerangka Berpikir

14

Kebutuhan publik mengenai informasi politik di periode pemilu tahun 2024. Sehingga banyak akun media sosial yang menyediakan edukasi politik dengan berbagai macam pengemasan pesan. Bagaimana pengemasan pesan politik calon presiden dan calon wakil presiden 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik Oktober 2023 – Februari 2024.

Tokoh Politik

Bentuk Pesan

Tema Pesan

Bentuk Konten

Analisis Isi Kuantitatif

Pengemasan pesan politik pada akun Instagram @pinterpolitik periode oktober 2023 – februari 2024

Gambar 2.

1. Kerangka Berpikir Awal terbentuk kerangka ini, dikarenakan tahun 2024 merupakan tahun politik. Kebutuhan publik mengenai informasi politik di periode pemilu tahun 2024. Sehingga banyak akun media sosial yang menyediakan edukasi politik dengan berbagai macam pengemasan pesan. Hal ini menjadikan banyaknya konten media sosial yang membahas mengenai para kandidat calon presiden dan wakil presiden. Hal tersebut menjadikan peneliti memiliki keinginan untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana pengemasan pesan politik pada gaya kampanye capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik periode Oktober 2023 sampai Februari 2024. Pertanyaan tersebut akan dijawab peneliti dengan cara analisis menggunakan konsep tokoh politik, bentuk konten, tema pesan, Teknik komunikasi, dan bentuk tanggapan.

32 Metode penelitian menggunakan analisis isi kuantitatif. Hasil akhir dari studi ini ialah guna menelaah kemasan

pesan politik pada IG @pinterpolitik periode Oktober 2023 – Februari 2023. **1** **BAB III**

METODOLOGI PENELITIAN 3.1 Pendekatan Penelitian Pendekatan merupakan struktur pemikiran yang diaplikasikan guna memahami, menafsirkan, dan menjelaskan situasi atau masalah tertentu. pendekatan terdiri dari serangkaian konsep yang terkait secara logis. Pemahaman tentang ide-ide pendekatan tersebut sangat penting untuk perkembangan penelitian dan ilmu pengetahuan (Thontowi, 2012). **1** **3** **4**

31 Pandangan dasar tentang pokok bahasan ilmu disebut paradigma. **1** **3** **4** **Paradigma** mendefinisikan dan membantu dalam menentukan topik penelitian dan penyelidikan, pertanyaan yang harus diajukan, metode untuk merumuskan pertanyaan, dan standar yang harus diikuti saat memahami jawaban. Dalam dunia ilmiah, paradigma adalah komponen dari kesepakatan terbesar, atau kesepakatan, yang digunakan 15 untuk membedakan komunitas ilmiah yang berbeda satu sama lain.

1 **3** Pendefinisian, teori, metode, dan hubungan antara model dan alat yang tercakup disebut sebagai paradigma (Lubis, 2014). Pendekatan yang membantu peneliti menggunakan konsep dan metode tertentu untuk melakukan penelitian mereka. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme, yang merupakan analisis yang memiliki tujuan untuk dapat melengkapi dan memperbaiki adanya kelemahan positivisme. Di sini, paradigma post-positivisme sangat penting untuk memahami fenomena sosial. Menurut pendekatan post-positivisme, untuk memperoleh kebenaran dari subjek yang sedang diteliti, peneliti harus melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang hendak dikaji. Pada studi ini, peneliti akan mengadopsi paradigma post-positivisme karena ingin mengkaji cara para tokoh politik capres serta cawapres digambarkan melalui muatan komunikasi politik. Pendekatan penelitian ini menggunakan verifikasi melalui analisa hasil observasi langsung daripada konten yang diposting oleh capres dan cawapres 2024 di akun Instagram @pinterpolitik.

3.2 Metode Penelitian Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif, dimana penelitian ini mengkuantifikasikan suatu data yang mampu digeneralisir (Ansori, 2017). **23** **Yang** dimaksud dengan generalisasi ialah membentuk suatu kesimpulan umum yang terjadi terhadap populasi yang diteliti. Penelitian kuantitatif berpusat dalam

realita sosial karena peneliti melihat dunia merupakan realita obyektif. Oleh karena itu, pengumpulan serta analisa data sangat vital (Duli, 2019). **11 Metode penelitian ini menggunakan analisa isi kuantitatif.** Analisa ini ialah metode yang mempelajari serta menyimpulkan sebuah peristiwa melalui dokumentasi (Eriyanto, 2013). Analisa isi merupakan suatu metode penelitian yang menggunakan prosedur khusus untuk memproses data ilmiah dengan tujuan menghasilkan inferensi yang dapat diandalkan serta data yang valid (Rokhmah, Nafikadini, & Istiaji, 2019). Unit analisa utamanya ialah konten capres serta cawapres yang terdapat di akun media sosial Instagram @pinterpolitik. Analisis isinya tak membutuhkan suatu kedalaman data, namun hanya menganalisa kulit bahasanya saja (Ahmad, 2018). Melalui fokus kepada beragam faktor seperti data visual, analisa ini mampu menciptakan suatu data menjadi kesimpulan yang tergeneralisir, meminimalisir kerumitan konten, serta membawakan suatu hasil yang objektif (Pauwels & Margolis, 2011). Dalam artian peneliti wajib menyeimbangkan objektivitas, kevalidan, menjauhi bias, serta keberpihakan di dalamnya, analisa wajib secara tepat memberikan arti dari konten (Ahmad, 2018). Karakteristik dari penelitian analisis isi kuantitatif, ialah (Ahmad, 2018): 1. Prinsip Sistematis Penelitian wajib mencakup semua konten populasi dan sampel, bukan hanya sesuai dengan keinginannya. 2. Prinsip Objektif Menghapus bias serta subjektivitas: peneliti yang melakukan studi yang sama menghasilkan analisis yang hampir identik atau hampir sama. 3. Kuantitatif Membuat nilai numerik ataupun frekuensi analisa yang dijelaskan 4. Isi yang Nyata 16 Semua penelitian tentang isi bermula daripada analisa yang realistis. Hasil studi dapat membenarkan jika menunjukkan isi tersembunyi. 5. Replikabel Penelitian dengan isi serta metodologi yang sama mampu dilakukan berulang kali serta membentuk hasil yang sama. 6. Perangkuman Analisis isi dengan tipe nomotetik bertujuan untuk menggeneralisir sebuah konten, tetapi tidak secara khusus. Pada studi ini akan menerapkan analisa yang fokus terhadap kategori tokoh politik, tema pesan politik, bentuk konten, Teknik komunikasi, dan bentuk tanggapan yang ditimbulkan.

Metode ini dipilih agar dapat menelaah Bagaimana pengemasan pesan politik capres dan cawapres 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik periode Oktober 2023 – Februari 2024. 3.3 Unit Analisis Menurut Yin dalam (Millati, 2018) menyatakan bahwasanya unit analisa ialah bagian dari penelitian kualitatif. Dalam kasus penelitian, unit analisis memiliki hubungan langsung dengan masalah penentu. Menurut (Saputra, 2019), Unit analisis adalah teknik yang diterapkan untuk memilih sampel daripada populasi yang tersusun atas subjek-subjek yang dapat diukur. Contoh klasiknya adalah ketika subjek penelitian adalah individu tertentu yang dijadikan kasus untuk diteliti secara mendalam. Pada studi ini, unit analisis yang dipakai berbentuk gambar atau video yang ada di dalam akun IG @pinterpolitik. **29** Adapun kriteria yang digunakan di dalam pemilihan unit analisis untuk penelitian ini adalah: 1.

Konten berupa gambar, video/ reels, dan carousel pada akun Instagram @pinterpolitik yang diunggah pada periode 19 Oktober 2023 – 10 Februari 2024. 2. Konten kampanye politik yang memperlihatkan salah satu tujuan dari pesan politik, yaitu mendapatkan suara di dalam pemilu. Alasan peneliti menetapkan konten pada periode tersebut dikarenakan pada saat itu pencalonan para capres dan cawapres pada pemilu 2024 ke KPU (Komisi Pemilihan Umum) baru dimulai sampai dengan periode masa kampanye para kandidat capres dan cawapres 2024 akan banyak konten-konten yang membahas mengenai pemilu 2024. Unit analisis juga dibatasi dari pesan politik yang disajikan, yaitu hanya pada saat konten yang dibuat menunjukkan bagaimana cara dari para paslon mendapatkan suara di dalam pemilu 2024, hal ini didasari dari tujuan pesan politik, yaitu untuk mendapatkan suara di dalam pemilihan umum (Akib & et al, 2023). Dalam periode ini, terdapat sebanyak 150 konten yang akan dianalisis. Konten-konten tersebut dipilih oleh peneliti berdasarkan berbagai faktor seperti aspek visual, topik pembahasan, dan respons yang diterima di dalam akun IG @pinterpolitik. Berikut adalah berbagai contoh dari konten-konten: Tabel 3.1. Contoh Unit Analisis No Konten Bentuk Konten Periode Caption 17 1 Gambar 13 November 2023 Duet Anies-Imin langsung

REPORT #22145573

ashiapp! 🗨️ Bacawapres Koalisi Perubahan untuk Persatuan (KPP) Muhaimi n Iskandar menyatakan kesiapannya untuk hadir di acara diskusi atau uji publik yang rencananya digelar oleh PP Muhammadiyah. Sebelumnya, Ketum PP Muhammadiyah Haedar Nashir menyebut diskusi publik itu demi mewujudkan Pemilu dan Pilpres 2024 yang damai dan terbuka. Well, menurut kalian gimana soal uji publik itu? Berikan pendapatmu yaa! 🗨️ 🗨️ #muhammadiyah #diskusipublik #pilpres2024 #muhaiminiskandar #haedarnashir #pinterpolitik #infografis #politikindonesia #beritapolitik #beritapolitikterk ini #beritapolitikterbaru 2 Gambar 25 Oktober 2023 Sepakat nggak kalau gaya pidato Mas Gibran tadi emang percaya diri dan menguasai panggung banget? 🗨️ Program mana aja dari yang disampaikan Mas Gibran (@gibran_rakabuming) yang paling menarik bagi kalian? Share pendapat kalian di kolom komentar ya! 🗨️ 🗨️ #gibranrakabumingraka #gibran #prabowosubianto #prabowo #KartuIndonesiaSehatLa nsia #milennial #generasiZ #santri #pinterpolitik #beritapolitik #infografis #politik #politikIndonesia 3 Gambar 10 Desember 2023 Kalau kemarin kita udah singgung janji Anies- Imin dan Prabowo- Gibran, sekarang ini nih janji Pak Ganjar dan Pak Mahfud minggu ini. Dicatet baik-baik ya, biar nanti bisa ditagih kalau mereka yang jadi pemenang. Kalau menurut kalian apa lagi yang harus jadi konsen Pak Ganjar dan Pak Mahfud? Share pendapat kalian di kolom komentar ya! #ganjarmahfud #janji #pilpres2024 #pinterpolitik #beritapolitik 18 #politikindonesia 4 Video 6 November 2023 Anies Baswedan adalah satu-satunya kandidat di Pilpres 2024 yang hadir di aksi bela Palestina di Monas, Jakarta (5/11/2023). #anies #belapalestina #capres #palestina #israel #monas #pilpres2024 #partaipolitik #pinterpolitik #beritapolitik #infografis #politik #politikIndonesia 5 Video 25 Oktober 2023 Tena ng saja Pak, saya udah disini. 🗨️ #gibranrakabumingraka #gibran #prabowosubianto #prabowo #jokowi #capres #cawapres #deklarasi #pilpres2024 #pemilu2024 #pinterpolitik #fyp 6 Video 8 Januari 2024 Siap, Pak Ketua yang kata netizen paling on fire! #capres #anies #prabowo #ganjar #debatcapres #pertahanan #reels #pinterpolitik #politikindo

nesia #beritapolitikindonesia 5 Carousel 9 November 2023 Kalo terpilih jangan omdo dan cuma janji ya, Bapak-Bapak! 🗣️ Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto memaparkan visi ekonominya di hadapan para ekonom di Jakarta kemarin. Ketiga bacapres memiliki visi ekonomi yang berbeda dan cukup menarik untuk dianalisis kembali dalam masa kampanye mendatang pasca penetapan kandidat oleh KPU. Well, menurut kalian siapa yang visi ekonominya lebih memungkinkan untuk teranalisis? Berikan pendapatmu! 🗣️ #ganjar #prabowo #anies #visicapres #capres2024 #infografis #pinterpolitik #politikindonesia #beritapolitik Sumber: Olahan Peneliti 3.4 Teknik Pengumpulan Data 19 Menurut Sugiyono pada (Rokhmah, Nafikadini, & Istiaji, 2019) mengatakan bahwa pengumpulan data adalah tahap penting dalam penelitian karena tujuannya adalah memperoleh informasi yang diperlukan. Jika seorang peneliti kurang memahami proses pengumpulan data, maka hasil penelitiannya mungkin tidak memenuhi standar yang telah menjadi ketentuan untuk data tersebut. Pada konteks ini, terbagi menjadi dua jenis pengumpulan data, yakni data primer serta sekunder. Bergantung terhadap sumber data yang dipakai, proses pengumpulan data dapat melibatkan metode eksperimental. 1. Data Primer Data awal dikumpulkan oleh peneliti untuk mengatasi tantangan dalam penelitian disebut sebagai data primer. Pengumpulan data primer bisa dilakukan melalui berbagai cara, termasuk riset, analisis, atau karya ilmiah yang secara langsung mempertimbangkan tema penelitian. Data primer merupakan informasi asli yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri untuk menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian (Istijanto, 2006). a) Dokumentasi Dokumentasi mengacu pada proses mencatat peristiwa yang telah diabadikan dalam bentuk tulisan atau karya seni. Jenis dokumentasi ini meliputi berbagai format, seperti catatan harian, narasi sejarah, biografi, cerita, peraturan, dan kebijakan. Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan teknik analisis isi dokumen sebagai metode pengumpulan data. Teknik ini melibatkan penggunaan berbagai sumber informasi seperti gambar, catatan, video, dan arsip untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Pendekatan ini digunakan untuk memprediksi, melakukan uji, serta melaksanakan tafsiran

data. Proses ini mencakup penyesuaian serta pengaturan data yang relevan terhadap fokus penelitian pada catatan, memungkinkan peneliti untuk memilih dan menggunakan data sesuai kebutuhan. Karena itu, memahami fenomena teoritis menjadi kunci dalam penelitian ini, di mana peneliti akan secara selektif memilih dan membedakan data yang digunakan.

2. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari literatur atau penelitian terdahulu yang relevan atau berkorelasi terhadap topik studi yang hendak dibahas. Dalam konteks ini, data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, skripsi, dan sumber lain yang terkait dengan laporan penelitian ini. Terdapat kemungkinan bahwa metode penelitian kepustakaan akan digunakan dalam proses pengumpulan data sekunder ini. Penelitian kepustakaan adalah teknik pengumpulan data sekunder yang melibatkan pencarian ide-ide dan teori-teori melalui studi, penelitian, dan tinjauan literatur yang relevan dengan subjek penelitian (Rizqiyah, 2020).

Pemanfaatan data sekunder yang diambil dari penelitian kepustakaan, mencakup sumber-sumber seperti buku, skripsi, dan jurnal daring yang relevan dengan topik studi.

3.5 Metode Pengujian Data

Pada penelitian kuantitatif, jika hasil temuan dilaporkan konsisten dengan fenomena yang ada di dunia nyata, maka dapat dianggap bahwa data yang dikumpulkan adalah valid. Ketepatan data adalah relatif dan dipengaruhi oleh pengaruh individu, terbentuk oleh latar belakang dan proses pemikiran masing-masing. Dalam penelitian kuantitatif, ada tiga metode yang digunakan untuk mengevaluasi keandalan data: transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmasi, sebagaimana diungkapkan oleh Sugiyono (2018). Dalam konteks ini, peneliti memilih untuk memanfaatkan metode konfirmasi untuk menguji keabsahan data. Konfirmasi adalah proses untuk dapat menguji hasil dari penelitian untuk memastikan bahwa proses yang dijalankan benar atau valid. Dalam penelitian, uji kebenaran juga berfungsi sebagai uji objektivitas. Jika hasil penelitian dapat diterima oleh banyak orang, maka penelitian tersebut objektif. Validitas penelitian dapat diuji dengan memastikan bahwa hasilnya sesuai dengan tujuan dan kerangka penelitian yang telah disusun,

sehingga dapat dikatakan memiliki Confirmability . Salah satu metode untuk memverifikasi kelabsahan penelitian ini adalah dengan memperoleh persetujuan dari individu terkait terhadap sudut pandang serta opini yang terkait studi. Dalam penelitian ini, peneliti menyediakan data untuk coder yang telah ditentukan, memakai lembaran coding yang sudah **24** disiapkan. Kemudian, peneliti akan membandingkan hasil dari coder dengan lembar coding yang sudah diisi oleh peneliti sendiri. Tahapan berikutnya ialah melakukan perhitungan menggunakan rumus Holsti untuk mengetahui nilai tingkat keakuratan coder tersebut. Rumus Reliabilitas antar-coder: Gambar 3.1. Rumus Holsti (Sumber: eprints.upj.ac.id)

$M = \frac{N1 \times N2}{N1 + N2}$

M : Total coding yang sama
 N1 : Total coding yang diciptakan coder pertama
 N2 : Total coding yang diciptakan coder kedua

Dalam rumus Holsti, pengukuran reliabilitas memakai skala dari 0-1. Nilai 0 menampilkan taraf ketidak reliabelan tertinggi, sementara 1 menampilkan taraf yang sempurna. Dalam rumus Holsti, reliabilitas yang paling rendah ialah 70% atau 0.7. Jika hasil hitung ternyata kurang dari presentase diatas, maka indikator yang ada dinyatakan tak reliabel. Tetapi, apabila hasil hitung sama atau lebih besar daripada presentase diatas, maka indikator dinyatakan reliabel. Pada penelitian ini, terdapat 150 konten yang diambil dari akun Instagram @pinterpolitik. Peneliti melibatkan 2 orang coder, di mana coder 1 ialah peneliti sendiri dan coder 2 ialah Hamdiansyah Fazry Dayfullah.

Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas Kategori Indikator Coder 1 Coder 2 Uji Reliabilitas Persentas e Tokoh Politik Paslon Capres dan Cawapres

Kategori	Coder 1	Coder 2	Uji Reliabilitas
Paslon Capres dan Cawapres 1	34	34	$\frac{2(34)}{34+34} 100\%$
Paslon Capres dan Cawapres 2	41	41	$\frac{2(41)}{41+41} 100\%$
Paslon Capres dan Cawapres 3	30	30	$\frac{2(30)}{30+30} 100\%$
Semua Paslon Capres dan Cawapres	45	45	$\frac{2(45)}{45+45} 100\%$
Tema Pesan Strategi Politik	83	84	$\frac{2(83)}{84+83} 99\%$
Kebijakan Politik	29	28	$\frac{2(28)}{28+29} 98\%$
Survei Politik	31	31	$\frac{2(31)}{31+31} 100\%$
Politik Identitas	8	8	$\frac{2(8)}{8+8} 100\%$
Bentuk Pesan Informatif	114	115	$\frac{2(114)}{114+115} 99\%$
Persuasif	36	35	$\frac{2(35)}{35+36} 98\%$
Koersif	2	0	$\frac{2(0)}{0+2} 100\%$
Bentuk Konten Gambar	115	115	$\frac{2(115)}{115+115} 100\%$
Video/Reels			

23 23 2(23)/23+23 100% Carousel 12 12 2(12)/12+12 100% Total

150 150 99% Sumber: Olahan Peneliti 3.6 Metode Analisis Data Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan deskriptif-kuantitatif. Sugiyono pada (Irsyadi, 2012) menyatakan bahwa analisa deskriptif adalah jenis analisa yang dipakai dalam menganalisa data melalui pemberian deskripsi data yang sudah dihimpun. Penelitian deskriptif ialah metode yang memberikan visualisasi umum tentang subjek yang dikaji. Suatu cara dalam melaksanakannya ialah melalui penunjukkan pergerakan tiap variabel penelitian melalui tabel ataupun grafik. Pada penelitian ini, analisis data kuantitatif diaplikasikan guna menaksir

17 parameter. Analisis kuantitatif memberikan informasi atau penjelasan dalam bentuk angka, mulai dari pengumpulan data, menafsirkan hasilnya, dan menampilkan hasil olahan data. Tabel 3.3. Tabel Kategorisasi Kategori Indikator Keterangan Tokoh Politik Paslon 1 Bentuk konten yang fokus pada informasi mengenai Anies Baswedan dan Muhaimin Paslon 2 Bentuk konten yang fokus pada informasi mengenai Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Paslon 3 Bentuk konten yang fokus pada informasi mengenai Ganjar Pranowo dan Mahfud MD Semua Paslon Bentuk konten yang fokus pada informasi mengenai semua paslon Tema Pesan Strategi Politik Konten strategi atau taktik yang dipakai guna mencapai tujuan politik Kebijakan Politik Konten kebijakan yang dibuat serta berkaitan dengan tokoh Survei Politik Konten survei terkait ramalan hasil tokoh politik Politik Identitas Konten identitas tokoh seperti etnis, gender, dan sebagainya Bentuk Pesan Informatif Pesan yang membawakan suatu penjelasan yang terdapat fakta serta data. Persuasif Pesan yang memberikan rasa untuk mempengaruhi atau mengubah sikap Koersif Pesan yang memiliki sifat memaksa, seperti adanya ancaman di dalam pesan. Bentuk Konten Gambar Sebuah pesan melalui bentuk gambar statis yang terbentuk dari suatu gambar tak bergerak Video/Reels Sebuah pesan berbentuk video dengan adanya Batasan waktu kurang lebih 1 menit atau 60 detik Carousel Sebuah pesan visual dengan total postingan yang terdiri atas 2-10 postingan Sumber: Olahan Peneliti 3.7 Keterbatasan Penelitian Pada

penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya ialah: 22 1. Penelitian ini hanya fokus terhadap konten mengenai para paslon untuk mendapatkan suara di dalam pemilu 2024 di akun Instagram @pinterpolitik pada periode Oktober 2023 – Febru 20 ri 2024. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN Pada bagian ini, peneliti menampilkan hasil deskripsi yang terkait dengan subjek penelitian yang dilakukan. Peneliti memperlihatkan secara garis besar terkait dengan jumlah unggahan konten di akun Instagram @pinterpolitik. Peneliti akan melakukan analisis konten pada konten yang diunggah oleh akun @pinterpolitik bermula dari Oktober 2023 – Februari 2024. Setelahnya, peneliti hendak mengkategorisasikan data daripada unit analisa yang sudah ditetapkan. Lalu, peneliti akan menetapkan konten yang dapat menjelaskan kriteria yang dibutuhkan untuk 33 tudi ini. 4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian 23 Gambar 4.1. Logo PinterPolitik Sumber: stephanietangkilisan.com PinterPolitik ialah sebuah media berita yang mana ialah bagian daripada PT. Media Pintar Kreasi yang beralamat di Jakarta. Di tahun 2016, Wim Tangkilisan bersama Stephanie T mendirikan PT. Media Pintar Kreasi. Kantor pusatnya beralamt di Jl. Adityawarman No.43, Kec. Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. PinterPolitik sudah memperoleh sertifikasi resmi daripada Dewan Pers yakni melalui SPS: 660/2016/11/E/2019. (PinterPoliti 11 , 2022). Salah satu karakteristik PinterPolitik adalah bahwa berita dikemas dengan infografis, tulisan, dan video, yang tak hanya menyajikan berita, tetapi juga dibahas secara mendalam dari berbagai sudut pandang. Beberapa konten termasuk: 1. Nalar Berita ini ialah tulisan yang membahas mengenai peristiwa politik dengan komprehensif dari berbagai perspektif. 2. Celoteh Berita ini termasuk kedalam berita ringan yang membahas mengenai fenomena politik dan non-politik dengan cara pembahasan yang unik, menghibur, dan melalui visual yang fresh. 3. Video Berita ini ialah video yang membahas mengenai fenomena politik yang dirangkan menggunakan bahasan singkat, sederhana, mudah untuk dipahami dengan tujuan untuk dapat memberikan edukasi. 4. Infografis Berita ini ialah berita politik dengan data dan fakta yang dikemas dalam bentuk konten visual yang bertujuan untuk mempermudah

audiens untuk memahami isi dari konten tersebut. Akun media sosial yang dikenal sebagai PinterPolitik ini berfokus pada analisis, dan juga pemahaman politik. Hal yang terjadi pada PinterPolitik, yaitu memberikan rangkuman-rangkuman berita terbaru dan analisis yang mendalam terkait dengan isu-isu politik yang relevan, baik isu nasional ataupun internasional. Akun PinterPolitik dibuat dengan tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman audiens terkait politik, regulasi publik, serta masalah politik modern. Akun PinterPolitik memiliki banyak isu politik yang dibahas di dalamnya, termasuk kebijakan pemerintah, masalah sosial hingga sampai debat politik yang sedang berlangsung pada masa-masa kampanye pemilu pada tahun 2024 ini. Mereka memberikan informasi yang akurat dan terpercaya untuk menganalisis berita politik dengan cara yang objektif dan berimbang. Pada akun PinterPolitik berinteraksi dengan para pengikutnya melalui platform media sosial, memungkinkan mereka untuk berbicara dan berbagi pendapat tentang masalah-masalah politik terbaru. Selain itu, guna membantu masyarakat memperoleh wawasan terkait politik, mereka menyediakan konten edukatif dalam bentuk artikel informatif, rangkuman kebijakan, dan infografis. 24 Gambar 4.2 Akun Instagram @pinterpolitik Sumber: Instagram /pinterpolitik PinterPolitik memiliki jejaring sosial yang umum digunakan, yaitu Instagram. PinterPolitik memiliki akun Instagram dengan nama akun @pinterpolitik yang memiliki total followers, yaitu 642 ribu. Hal ini menjadikan akun PinterPolitik sangat membantu untuk mereka yang terlibat dalam politik serta mendapatkan wawasan yang optimal terkait dinamika politik yang hendak berlangsung secara nasional ataupun internasional. Selain itu, PinterPolitik menyebarkan berita melalui berbagai media. Salah satunya akun Instagram @pinterpolitik, dengan followers 642 ribu, akun twitter @pinterpolitik dengan 14,2 ribu pengikut, akun Youtube PinterPolitik TV dengan 410 ribu subscribers, dan akun TikTok @pinter.politik dengan jumlah pengikut 45,8 ribu. Bukan hanya itu, PinterPolitik juga mempunyai laman resmi seperti pada laman berita mereka, yakni pinterpolitik.com. Selain itu, PinterPolitik memiliki sasaran, yaitu generasi

milenial dengan slogan yang sering dipakai, yakni “suara politik milenial Indonesia”. Pada studi ini, peneliti menetapkan untuk menggunakan media sosial Instagram sebagai objek studi yang hendak dikaji dalam konten capres serta cawapres dalam pemilu 2024 pada akun @pinterpolitik dengan periode dimulai dari bulan Oktober 2023 sampai dengan Februari 2024 sesuai dengan jadwal kampanye para kandidat capres dan cawapres 2024. Dengan nama-nama kandidat capres dan cawapres 2024, yaitu Anies Rasyid Baswedan dengan Muhaimin Iskandar sebagai pasangan calon nomor 1, Prabowo Subianto dengan Gibran Rakabuming Raka sebagai pasangan calon nomor 2, dan Ganjar Pranowo dengan Mahfud MD sebagai pasangan calon nomor 3.

4.2 Hasil Penelitian Sub-bab ini memberikan rumusan masalah, yang hendak digunakan peneliti sebagai pedoman dalam melaksanakan analisa tentang cara capres serta cawapres mengirimkan pesan politik dengan akun Instagram @pinterpolitik. Setelah itu, akan dibagi lagi oleh peneliti untuk dapat melihat secara lebih dalam terkait dengan tokoh politik, bentuk konten, tema pesan, bentuk komunikasi, dan bentuk tanggapan. Pada penelitian ini terdapat enam tokoh politik yang mencalonkan diri menjadi presiden serta wakilnya pada tahun 2024, yakni Anies Rasyid Baswedan, Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto, Gibran Rakabuming Raka, Ganjar Pranowo, dan Mahfud MD. Periode yang digunakan, yaitu pada bulan Oktober 2023 sampai dengan Februari 2024.

4.2.1 Frekuensi Postingan Instagram @pinterpolitik

Konten feeds Instagram yang diunggah pada akun IG @pinterpolitik yang dipakai untuk di analisis akan dihitung dengan landasan total tokoh politik yang muncul pada konten dengan durasi sebulan. Periode konten tokoh politik capres dan cawapres yang diambil oleh peneliti mulai dari Oktober 2023 sampai dengan Februari 2024.

Periode	Frekuensi Postingan
Oktober 2023	25 %
November 2023	14 %
Desember 2023	20 %
Januari 2024	26 %
Februari 2024	29 %
2024	11 %

Gambar 4.3. Pie Chart Frekuensi Postingan Instagram @pinterpolitik

Sumber: Olahan Peneliti Pada gambar 4.1 diatas terdapat frekuensi konten yang dibuat oleh PinterPolitik pada akun Instagram @pinterpolitik.

Frekuensi tersebut dihitung mulai dari periode Oktober 2023 sampai dengan Februari 2024. Pada Oktober 2023 sebanyak 14%, November 2023 sebanyak 20%, Desember 2023 sebanyak 26%, Januari 2024 sebanyak 29%, Februari 2024 sebanyak 11%. Tabel 4.1. Tabel Frekuensi Postingan Capres dan Cawapres 2024 Bulan Jumlah Konten Presentase 2023 2024 2023 2024 Oktober 21 0 14% 0% November 29 0 20% 0% Desember 39 0 26% 0% Januari 0 44 0% 29% Februari 0 17 0% 11% Total 89 61 60% 40% 150 100%

Sumber: Olahan Peneliti Pada akun IG @pinterpolitik, total konten yang memiliki pembahasan tokoh politik capres dan cawapres 2024, yaitu Anies Rasyid Baswedan, Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto, Gibran Rakabuming Raka, Ganjar Pranowo, dan Mahfud MD pada periode Oktober 2023 sampai dengan Februari 2024 terdapat sebanyak 150 konten (100%).

Persentase konten tokoh politik capres dan cawapres 2024 yang muncul setiap bulan diurutkan dari bulan Oktober 2023 hingga Februari 2024.

Dapat terlihat bahwa daripada presentasi tertinggi sampai yang terendah, yakni pada bulan Januari 2023 dengan nilai persentase tertinggi sebesar 29% atau berjumlah 44 konten. Lalu pada urutan kedua, yaitu ada pada bulan Desember 2024 dengan nilai persentase sebesar 26% atau berjumlah 39 konten. Setelahnya, pada November 2023 melalui presentasi sejumlah 20% ataupun berjumlah 29 konten. Lalu disusul di Oktober 2023 memiliki nilai persentase sebesar 14% atau berjumlah 21 Konten. Selanjutnya persentase konten yang terendah ada pada bulan Februari 2024 dengan persentase hanya sebanyak 11% atau berjumlah 17 konten. Akun IG @pinterpolitik ialah suatu wadah yang terbilang aktif pada pembuatan konten dengan pembahasan isu politik di setiap harinya. Pada table di atas, terdapat 150 konten yang diciptakan @pinterpolitik dari Oktober 2023 – Februari 2024. Dari 150 konten tersebut hanya memiliki bahasan yang fokus pada ke-enam tokoh politik calon presiden dan calon wakil presiden 2024. Secara keseluruhan jika dihitung mulai dari bulan Oktober 2023 hingga Februari 2024. Konten dikategorikan menurut rubrik yang telah ditetapkan oleh mereka, seperti nalar, celoteh, 26 infografik, serta video. Oleh karena

itu, peneliti tak memakai keseluruhan muatan dan hanya menggunakan unggahan yang relevan untuk digunakan di dalam studi ini. Berlandaskan hasil observasi daripada peneliti, mengapa pada bulan Desember dan Januari memiliki posisi dengan jumlah frekuensi terbanyak. Hal ini terjadi dikarenakan pada bulan Desember 2023 dan Januari 2024 merupakan bulan puncak untuk para kandidat berkampanye di pemilu 2024 yang akan berlangsung pada bulan Februari 2024 tersebut. Sedangkan mengapa pada bulan Februari 2024 memiliki presentase frekuensi konten paling sedikit, hal ini dikarenakan keterbatasan periode yang ditetapkan oleh peneliti yang hanya akan mengambil konten tokoh politik sampai dengan pemilihan umum 2024 berlangsung, yaitu hanya sampai pada tanggal 1 Februari 2024, di mana masa kampanye para pasangan calon berakhir.

4.2.2 Frekuensi Konten Tokoh Politik

Pada penelitian analisa isi kualitatif ini memiliki tujuan dalam menetapkan tokoh politik capres serta cawapres 2024 berdasarkan daripada kategori yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Kategori ini ditetapkan karena mempunyai pengaruh di studi ini. Pada tiap konten yang sudah ditetapkan menjadi unit analisa di dalam studi ini, yang mampu memvisualisasikan kriteria penelitian. Pada studi ini, peneliti memiliki fokus penelitian terhadap 6 tokoh politik yang mencalonkan diri sebagai pasangan capres serta cawapres di pemilu 2024 yang hendak indikator alat ukur di dalam penelitian ini, yaitu Anies Rasyid Baswedan dengan Muhaimin Iskandar pasangan calon nomor 1, Prabowo Subianto dengan Gibran Rakabuming Raka pasangan calon nomor 2, dan Ganjar Pranowo dengan Mahfud MD pasangan calon nomor 3. Yang di mana hanya partai politik atau koalisi partai politik yang memiliki wewenang untuk mencalonkan pasangan calon presiden dan wakil presiden. Setelah dilakukannya pengelompokkan berdasarkan dari nomor urut calon yang terdapat pada setiap konten yang diupload pada IG@pinterpolitik, hasil yang ditemukan sebagai berikut: 23% 27% 20% 30% Presentase frekuensi konten Capres dan Cawapres Periode Oktober 2023 – Februari 2024 Paslon 1 Paslon 2 Paslon 3 Semua Paslon Gambar 4.4. Presentase konten berdasarkan

frekuensi konten Capres dan Cawapres periode Oktober 2023 – Februari 2024 Sumber: Olahan Peneliti Pada gambar 4.23 di atas, terdapat persentase konten berdasarkan frekuensi kemunculan calon presiden dan calon wakil presiden 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik pada periode 27 Oktober 2023 – Februari 2024. Paslon 1 sebanyak 23%, paslon 2 sebanyak 27%, paslon 3 sebanyak 20%, dan semua paslon sebanyak 30%. Tabel 4.5.

Jumlah Postingan Berdasarkan Tokoh Politik Kategori Indikator Deskripsi

Jumlah Postingan Jumlah Presentase Tokoh Politik Paslon 1 Bentuk konten yang fokus pada informasi mengenai Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming 34 23% Paslon 2 Bentuk konten yang fokus pada informasi mengenai Anies Baswedan dan Muhaimin 41 27% Paslon 3 Bentuk konten yang fokus pada informasi mengenai Ganjar Pranowo dan Mahfud MD 30 20% Semua Paslon Bentuk konten yang fokus pada informasi mengenai semua pasangan capres serta cawapres 2024 45 30%

Sumber: Olahan Peneliti Pada konten tokoh politik capres cawapres, konten yang terdiri dari semua paslon unggul dengan jumlah presentase, yaitu 30% atau sebanyak 45 konten yang diunggah di IG @pinterpolitik. Konten yang paling sedikit diantara konten lainnya adalah konten yang membahas mengenai pasangan calon nomor urut 3 yang hanya mendapatkan persentase 20% atau sebanyak 30 konten yang diunggah di IG @pinterpolitik. Frekuensi konten yang unggul ialah konten yang membahas semua paslon di dalam kontennya. Terdapat 45 konten selama periode yang ditentukan atau sebanyak 30% konten yang didominasi oleh konten yang berisikan semua paslon. Pada konten semua paslon yang ada di dalam akun Instagram @pinterpolitik terlihat lebih banyak membahas mengenai visi misi dan juga hasil survei dari para paslon capres serta cawapres 2024. Gambar 4.5. Postingan bentuk konten semua paslon periode 21 Januari 2024 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.5 ialah sebuah unggahan Instagram @pinterpolitik yang menunjukkan adanya pembahasan mengenai semua paslon yang membahas mengenai gagasan yang dikeluarkan oleh para calon wakil presiden 2024 pada periode 21 Januari 2024. Di dalamnya terdapat calon wakil presiden nomor urut 1, yaitu Muhaimin

REPORT #22145573

atau Cak Imin, lalu calon wakil presiden nomor urut 2, yaitu Gibran Rakabuming, dan calon wakil presiden nomor urut 3, yaitu Mahfud MD. Muhaimin dengan gagasan pertamanya, yaitu pemerintah abai akan nasib petani, lalu Gibran dengan gagasan pertamanya, yaitu hilirisasi diperluas: hilirisasi maritim, pertanian, dan digital, lalu Mahfud MD dengan gagasan pertamanya 3 hal yang menentukan: Tuhan, manusia, dan alam. Selanjutnya terdapat Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming lebih banyak dibahas oleh akun Instagram @pinterpolitik dibandingkan dengan pasangan calon lainnya dengan persentase 28 konten sebanyak 27% atau 41 konten. Hal ini dikarenakan banyaknya kontroversi yang dilakukan oleh Prabowo Subianto dan juga Gibran Rakabuming, mulai dari isu pelanggaran putusan MK hingga pada strategi kampanye yang menggunakan 'joget gemoy'. Selanjutnya konten yang sedikit menjadi bahasan PinterPolitik adalah pasangan capres serta cawapres nomor 3 yang hanya memiliki persentase sebanyak 20% atau hanya ada 30 konten saja. Hal ini dikarenakan kurangnya sorotan terhadap kampanye dari paslon capres serta cawapres urut 3 tersebut. Gambar 4.6. Postingan bentuk konten paslon 1 periode 27 November 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.6 ialah sebuah unggahan Instagram @pinterpolitik yang menunjukkan unggahan tokoh politik capres nomor urut 1, yaitu Anies Baswedan serta Muhaimin. Konten ini diunggah pada periode 27 November 2023 pada akun Instagram @pinterpolitik. Di dalam konten tersebut membahas mengenai IKN yang nantinya segera menjadi Ibu Kota. PKS menyebutkan bahwa jika nantinya mereka menang, Jakarta tetap akan menjadi Ibu Kota. Capres KPP (Koalisi Perubahan untuk Persatuan) yang saat ini dibutuhkan oleh Indonesia merupakan pemerataan. Yang di mana hal ini menjadi salah satu visi misi Anies Baswedan dan juga Muhaimin di dalam pemilihan umum 2024. Gambar 4.7. Postingan bentuk konten paslon 2 periode 12 Desember 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.7 ialah sebuah unggahan IG @pinterpolitik yang menunjukkan unggahan tokoh politik paslon no urut 2, yakni Prabowo-Gibran. Konten ini diunggah pada periode 12 Desember 2023 pada akun Instagram

@pinterpolitik. Di dalam konten tersebut terdapat pembahasan salah satu visi misi yang diusungkan oleh Prabowo-Gibran, yaitu program makan siang gratis. Konten yang dibuat oleh PinterPolitik dengan pengemasan yang melihat sisi dari negara lain yang menerapkan program tersebut, seperti Swedia, Finlandia, Estonia, India, dan Amerika Serikat merupakan beberapa contoh yang menerapkan program tersebut. Dengan adanya program tersebut Prabowo berharap dapat membantu memenuhi kecukupan gizi anak – anak di Indonesia. 29 Gambar 4.8. Postingan bentuk konten paslon 3 periode 9 Januari 2024 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.8 ialah unggahan IG @pinterpolitik yang menunjukkan unggahan tokoh politik paslon nomor urut 3, yaitu Ganjar Pranowo dan Mahfud MD. Konten ini diupload pada periode 9 Januari 2023 di akun Instagram @pinterpolitik. Di dalam konten ini membahas mengenai gaya kampanye dari Ganjar dan Mahfud yang terbilang mirip Tom Cruise, dikarenakan jaket yang dikenakan pada saat debat capres. Ganjar Pranowo dan Mahfud MD sering kali berganti tema kampanye, yang pada konten tersebut sedang mengusung tema kampanye, yaitu “Top Gov”. 4.2.3 Tema Pesan Tujuan dari penelitian ini adalah guna menemukan tema konten dengan landasan kriteria yang telah dibuat peneliti sebelumnya. Kategori-kategori ini diidentifikasi melalui tinjauan apakah konten di akun Instagram @pinterpolitik serupa atau tidak. Pada penelitian ini, disetiap konten yang sudah ditetapkan akan digunakan sebagai unit analisa, yang menunjukkan bahwa konten adalah yang ter-cocok untuk menyampaikan tema dalam setiap kategori. Konten yang diupload pada akun IG @pinterpolitik, yang mana ialah pesan politik, disebut sebagai tema pesan. Konten dapat berupa video, gambar, ataupun infografik yang dibentuk secara langsung oleh PinterPolitik. Tema pesan yang dipakai pada studi ini terbagi menjadi 4 indikator: strategi politik, kebijakan politik, survei politik, dan identitas politik. Tema pesan pertama ialah strategi politik; strategi politik ialah rancangan ataupun metode yang digunakan dalam meraih tujuan politik. Pemikiran yang kritis, pembuatan rencana, serta pembuatan sumber daya yang dapat memberikan pengaruh

terhadap keputusan politik, guna mendapatkan dukungan serta kompetensi politik adalah semua bagian dari strategi politik. Strategi politik dapat mencakup kemenangan dalam pemilihan umum, meningkatkan kontrol politik, memberikan perubahan pada regulasi publik, mendapatkan dukungan daripada kelompok ataupun pemilih, untuk membangun kedudukan politik saat ini. Analisis situasi politik, pemilihan target audiens, pemakaian media sosial serta media yang menunjang komunikasi, dan koordinasi mobilisasi politik adalah semua aspek strategi. Strategi politik dipengaruhi oleh konteks politik, tujuan, serta ciri khas pemimpin yang dilibatkan. Fokus pesan yang kedua adalah kebijakan politik. Kebijakan politik mencakup jenis tahapan yang diambil pemerintah guna menelaah masalah sosial atau politik yang terdapat di masyarakat. Regulasi politik adalah garis besar untuk meraih tujuan politik, layaknya meningkatkan kesejahteraan, melindungi HAM, membangun infrastruktur, ataupun menyelesaikan konflik. Mekanisme pembuatannya terdiri dari analisa situasi, rumusan tujuan, mengumpulkan informasi, konsultasi, penetapan keputusan, implementasi kebijakan, serta evaluasi. Masyarakat sangat dipengaruhi oleh kebijakan politik, yang menetapkan arah regulasi serta tata pengelolaan negara. 30 Survei politik adalah tema pesan ketiga. Survei politik ialah jenis penelitian yang dipakai dalam menghimpun data serta informasi tentang pendapat, pilihan, dan perilaku politik warga. Survei politik biasanya melibatkan wawancara langsung dengan peserta melalui kuesioner yang bertanya tentang hal-hal seperti partai politik, pemilihan umum, dan isu-isu lainnya yang berkaitan dengan politik. Survei politik dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang perspektif dan tindakan masyarakat terhadap politik juga untuk mendapatkan data yang mampu dipakai pada analisa serta perancangan regulasi. Identitas politik adalah tema pesan terakhir. Identitas politik mampu diartikan menjadi pandangan seorang individu ataupun kelompok tentang bagaimana mereka berdiri pada konteks politik. Identitas politik dapat memberikan pengaruh terhadap pandangan seseorang dalam dunia politik, cara mereka bersosialisasi terhadap pemeran politik lain, dan cara mereka

menyampaikan serta mempertahankan perspektif politik dirinya. Opini, sikap, dan preferensi politik dibentuk oleh identitas politik; identitas politik juga dapat memengaruhi partisipasi politik serta pemilu. Setelah dilakukannya pengelompokan berdasarkan tema pesan yang terdapat pada setiap konten yang diupload dalam IG @pinterpolitik, hasil yang ditemukan sebagai berikut: 55% 19% 21% 5% Persentase konten tema pesan periode Oktober 2023 – Februari 2024 Strategi Politik Kebijakan Politik Survei Politik Identitas Gambar 4.9. Persentase konten berdasarkan tema pesan periode Oktober 2023 – Februari 2024 Sumber: Olahan Peneliti Pada gambar 4.4 di atas, terdapat persentase kemunculan konten tema pesan pada akun Instagram @pinterpolitik. Konten dengan tema pesan strategi politik sebanyak 55%, kebijakan politik sebanyak 19%, survei politik sebanyak 21%, dan politik identitas sebanyak 5%. Data yang ada pada gambar tersebut didapatkan pada periode Oktober 2023 sampai dengan Februari 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik. Tabel 4.2. Jumlah Postingan Berdasarkan Tema Pesan Kategori Indikator Deskripsi Jumlah Postingan Presentase Tema Pesan Strategi Politik Konten yang berisikan strategi ataupun teknik yang diterapkan dalam meraih sebuah tujuan politik 83 55% Kebijakan Politik Konten yang berisikan kebijakan yang dikeluarkan oleh tokoh politik capres dan cawapres 2024 28 19% Survei Politik Konten survei yang berisikan mengenai prediksi hasil tokoh politik capres dan cawapres 2024 31 21% Politik Identitas Konten yang berisikan identitas tokoh politik capres dan cawapres 2024 secara etnis, agama, sampai 8 5% 31 jenis kelamin Sumber: Olahan Peneliti Konten dengan tema pesan strategi politik adalah indikator dari tema pesan yang terbanyak ditampilkan dalam akun IG @pinterpolitik dengan total sejumlah 83 konten ataupun presentase sejumlah 55% dari total keseluruhan. Selanjutnya, Konten dengan tema pesan politik identitas adalah indikator dari tema pesan yang paling sedikit atau jarang dibuat oleh akun Instagram @pinterpolitik hanya berjumlah 8 konten atau presentase 5%. Hal ini menunjukkan bahwa pada akun IG @pinterpolitik di dalam pembuatan konten lebih sering

menunjukkan sisi konten dengan tema pesan strategi politik (55%) yang bertujuan guna membawakan informasi terkait strategi yang digunakan paslon capres serta cawapres menjelang pemilu 2024. 4.2.3.1 Strategi Politik Suatu rencana atau strategi yang dirancang dalam meraih suatu tujuan politik biasanya merupakan tema pesan politik tentang strategi politik. Dengan strategi politik ini, masyarakat dapat dengan mudah menilai bagaimana para politisi yang berkompetisi untuk presiden dan wakil presiden pada tahun 2024 bertindak atau membuat keputusan untuk negara. Pada tema ini, terdapat juga bahasan mengenai apa yang menjadi cita – cita para capres serta cawapres, sesuai apa yang diimpikan oleh mereka untuk kedepannya. 25% 35% 22% 18% Persentase Konten Tema Pesan Strategi Politik Paslon 1 Paslon 2 Paslon 3 Semua Paslon Gambar 4.10.

Persentase konten berdasarkan tema pesan strategi politik Sumber: Olahan Peneliti Pada pie chart di atas, menunjukkan terdapat persentase dari setiap paslon pada tema pesan strategi politik. Paslon 1 sebanyak 25%, Paslon 2 sebanyak 35%, paslon 3 sebanyak 22%, dan semua paslon sebanyak 18%. Berikut ialah penjabaran peneliti terkait analisa unit pesan politik, yaitu strategi politik yang telah menjadi unit analisa di dalam studi ini: 32 Gambar 4.11. Postingan tema pesan strategi politik periode 6 Desember 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.11 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan sosok tokoh politik calon presiden nomor urut 1, yaitu Anies Baswedan. Konten itu diunggah pada akun IG @pinterpolitik di periode 6 Desember 2023. Di dalam konten itu menyebutkan bahwa Anies Baswedan selaku capres nomor urut 1 memakai sepak bola sebagai alat politiknya. Di mana terdapat kutipan kalimat yang dilontarkan oleh Anies Baswedan yang berencana untuk membangun sebuah stadion di Makassar dengan alasan karena pernah membangun stadion di Jakarta. Hal ini dapat diartikan bahwa Anies Baswedan menggunakan pembangunan stadion sebagai strategi politik dalam mendapatkan suara rakyat. Pada paslon nomor urut 1 di akun Instagram @pinterpolitik memiliki beberapa pembahasan di dalam konten yan

g dibuat oleh tim PinterPolitik. Mulai dari strategi kampanye yang membawa konflik antara Israel dengan palestina, gaya kampanye yang mengarah kepada populisme, adanya strategi kampanye yang dibuat dengan sebutan “desak Anies” dan “Slepet Imin”, strategi kampanye yang menjadikan sepak bola menjadi bahasannya, hingga pernyataan-pernyataan dari calon wakil presiden yaitu Muhaimin atau Cak Imin yang banyak mengundang kontroversi, lalu terdapat bahasan yang mendominasi pada masa-masa debat capres, yaitu taktik debat yang digunakan oleh Anies Baswedan dan juga Muhaimin pada saat acara debat berlangsung. Tidak ketinggalan untuk menjadi pembahasan akun Instagram @pinterpolitik adalah terkait dengan pernyataan seorang Anies Baswedan yang mengatakan bahwa kalau dirinya tidak menang, Indonesia dalam ancaman bahaya dan kehancuran, di mana menjadikan pada kampanye seorang Anies Baswedan menggunakan kalimat ancaman untuk rakyat memilih dirinya pada pemilihan presiden 2024. Gambar 4.12. Postingan tema pesan strategi politik periode 26 November 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.12 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan sosok tokoh politik calon presiden nomor urut 2, yaitu Prabowo Subianto. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik pada periode 26 November 2023. Di dalam konten itu dapat dilihat bahwa Prabowo Subianto menunjukkan caranya untuk melakukan kampanye dengan memperlihatkan narasi ‘gemoy’ yang disambut baik dengan adanya respon afektif dan estetis oleh publik, terutama pada generasi Z dan juga generasi Milenial. Pada postingan tersebut juga menampilkan sosok Prabowo Subianto yang terlihat sedang ‘goyang gemoy’ dengan menggunakan kemeja berwarna putih, peci berwarna hitam, dan juga kacamata hitam. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh LSI Denny JA pada periode Oktober – November 2023 mengatakan bahwa elektabilitas Prabowo Subianto mengalami peningkatan dari 36,9% menjadi 41,6%, hal ini dikarenakan adanya narasi gemoy yang melekat pada sosok Prabowo Subianto. 33 Sehingga dapat dikatakan bahwa konten ini termasuk ke dalam tema pesan politik, yaitu strategi politik. Hal ini dikarenakan terdapat

strategi Prabowo Subianto dalam mengambil hati publik dengan menggambarkan dirinya yang merupakan sosok yang tegas dan juga jenaka. Pada paslon nomor urut 2 pada akun Instagram @pinterpolitik memiliki beberapa pembahasan di dalam konten yang dibuat oleh tim PinterPolitik. Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming memiliki persentase terbanyak yang tema pesan strategi politiknya banyak dibahas oleh akun Instagram @pinterpolitik. Mulai dari awal kemunculan Gibran Rakabuming sebagai anak dari presiden republik Indonesia, yaitu Jokowi yang dipersiapkan untuk mendampingi Prabowo Subianto pada pemilihan presiden 2024. Lalu pembahasan mengenai pernyataan dari seorang Prabowo Subianto yang mengatakan bahwa adanya dinasti politik merupakan hal yang wajar terjadi. Strategi kampanye dengan menggunakan kemeja berwarna biru dan juga joget gemoy atau gemoy effect yang tidak ketinggalan untuk dibahas oleh tim PinterPolitik, dan juga strategi kampanye Gibran Rakabuming yang memanfaatkan media sosial dengan nada guyon atau jenaka untuk lebih dekat dengan rakyat. Selanjutnya terdapat taktik debat dari palon capres serta cawapres nomor urut 2 yang tidak terlewatkan untuk dijadikan bahan pembahasan pada akun Instagram @pinterpolitik. Gambar 4.13. Postingan tema pesan strategi politik periode 29 Oktober 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.13 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan sosok calon presiden nomor urut 3, yaitu Ganjar Pranowo. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik pada periode 29 Oktober 2023. Judul dari konten itu adalah “Alasan Ganjar Pakai Kemeja Hitam” yang sudah menggambarkan dari sosok Ganjar Pranowo yang menggunakan kemeja berwarna hitam pada konten tersebut. Strategi dari kampanye Ganjar Pranowo semakin tercium dikarenakan sering menggunakan warna pakaian yang sama, yaitu hitam. Terdapat kalimat yang dilontarkan oleh Ganjar Pranowo: “Ada banyak yang masuk, tapi ternyata katanya lebih banyak suka saya pakai baju hitam, baju hitam” Hal ini dapat dikatakan sebagai simbol dari Ganjar Pranowo untuk menggambarkan dirinya yang identik dengan pakaian hitam. Sehingga pada konten tersebut dapat dikatakan masuk ke dalam tema pesan strategi

politik, dikarenakan warna pakaian dari Ganjar pranowo merupakan strategi politik untuk dikenal masyarakat dan untuk menciptakan kesan identik pada dirinya dengan menggunakan baju warna hitam. Pada paslon capres serta cawapres nomor urut 3 pada akun Instagram @pinterpolitik memiliki beberapa pembahasan di dalam konten yang dibuat oleh tim PinterPolitik. Memiliki intensitas kemunculan paling sedikit dibandingkan dengan pasangan calon lainnya. Konten Ganjar Pranowo dan Mahfud MD mengenai strategi politik yang cukup sering menjadi pembahasan pada 34 akun Instagram @pinterpolitik ialah mengenai pakaian yang digunakan untuk mereka berkampanye, pakaian yang terlihat kurang konsisten tersebut banyak dibahas oleh tim PinterPolitik. Selain itu terdapat juga pembahasan mengenai simbol 3 jari yang dipakai mereka itu untuk melakukan kampanyenya. Pernyataan Mahfud MD yang terkesan “ceplas-ceplos” juga tidak jarang terlihat pada konten akun Instagram @pinterpolitik. Selain itu gaya kampanye yang seakan meniru pasangan calon nomor urut 1 juga menjadi pembahasan yang ramai karena cara kampanye yang hamper menyerupai tersebut, seperti “Tabrak Mahfud!” yang hampir sama dengan “Desak Anies” dan juga “Slepet Imin”. Pembahasan mengenai taktik debat capres juga tidak ketinggalan untuk dibahas oleh tim PinterPolitik.

4.2.3.2 Kebijakan Politik

Tema pesan politik mengenai kebijakan politik umumnya digambarkan dengan adanya tindakan yang hendak dijalankan pemerintah yang berguna dalam menuntaskan isu politik ataupun sosial. Dengan adanya hal tersebut nantinya akan tercipta suatu gagasan atau program dari tokoh politik yang akan mencari antusias daripada masyarakat banyak. Lalu, pada tema ini pun memiliki pembahasan terkait cara pemerintah dapat merespon isu yang hangat di tengah masyarakat kini.

Tema	Persentase
Paslon 1	25%
Paslon 2	11%
Paslon 3	14%
Semua Paslon	50%

Gambar 4.14. Persentase konten berdasarkan tema pesan kebijakan politik

Sumber: Olahan Peneliti

Pada pie chart di atas, menunjukkan terdapat persentase dari setiap paslon capres serta cawapres 2024 pada tema pesan kebijakan politik. Paslon 1 sebanyak 25%, paslon 2 sebanyak

REPORT #22145573

11%, paslon 3 sebanyak 14%, dan semua paslon sebanyak 50%. Berikut ini penjabaran peneliti terkait analisa isi atas tema pesan politik, yaitu kebijakan politik yang telah menjadi poin analisa di dalam studi ini:

Gambar 4.15. Postingan tema pesan kebijakan politik periode 30 November 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik 35 Pada gambar 4.15 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan sosok calon presiden nomor urut 1, yaitu Anies Baswedan. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik di periode 30 November 2023. Pada postingan tersebut menjelaskan bahwa Anies Baswedan selaku capres nomor urut 1 tidak akan melanjutkan program food estate jika terpilih, ia mengusungkan program baru, yaitu farming contract . Di dalam postingan tersebut terdapat penjelasan bahwa Anies Baswedan mengusungkan gagasan tersebut karna ia nilai akan memudahkan petani lokal dan produk yang dihasilkan akan diambil oleh badan usaha dengan harga terbaik. Hal ini dapat dikatakan sebagai kebijakan politik dikarenakan adanya rencana untuk mengatasi isu petani yang dilakukan oleh Anies Baswedan selaku calon presiden nomor urut 1. Terkait paslon 1 di akun Instagram @pinterpolitik memiliki beberapa pembahasan tema pesan kebijakan politik di dalam konten yang dibuat oleh tim PinterPolitik. Terdapat pembahasan mengenai visinya mengenai IKN, lalu mengganti program food estate dengan program yang menjadi gagasannya, yaitu farming contract yang dinilai akan lebih memudahkan petani lokal. Selain itu, banyak juga pembahasan yang dibuat oleh tim PintePolitik pada akun Instagram @pinterpolitik mengenai janjinya Anies Baswedan untuk membangun stadion sepak bola di beberapa kota di Indonesia. Pembahasan mengenai janji-janji Anies Baswedan dan Muhaimin tetap mendominasi konten pada tema pesan kebijakan politik tersebut. Gambar 4.16. Postingan tema pesan kebijakan politik periode 24 Desember 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.16 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan sosok cawapres nomor urut 2, yakni Gibran Rakabuming. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik di periode 24 Desember 2023. Pada postingan tersebut

t menampilkan usulan calon wakil presiden nomor urut 2 tersebut mengenai badan pajak yang akan dipisah antara Dirjen Pajak dan Bea Cukai, Gibran Rakabuming menyebutkan bahwa jika badan pajak terpisah akan lebih efisien. Disebutkan bahwa hal ini diusung oleh Gibran Rakabuming yang diadopsi dari negara seperti Tiongkok dan Jepang. Dapat dikatakan sebagai tema pesan kebijakan politik dikarenakan adanya rencana untuk mengatasi isu badan pajak yang akan dilakukan oleh cawapres nomor urut 2 tersebut. Terkait paslon nomor urut 1 pada akun Instagram @pinterpolitik memiliki beberapa pembahasan tema pesan kebijakan politik di dalam konten yang dibuat oleh tim PinterPolitik. Paling banyak dibahas oleh tim PinterPolitik pada akun Instagram @pinterpolitik ialah mengenai program – program yang diusung oleh Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming untuk mendapatkan suara dari rakyat. Pada pasangan calon nomor urut 2 juga masih sama dengan yang lainnya, konten yang sering dibahas terkait dengan tema pesan kebijakan politik adalah janji – janji mereka jika nantinya terpilih oleh rakyat untuk mewakili rakyat menjadi presiden dan wakil presiden 2024. 36 Gambar 4.17. Postingan tema pesan kebijakan politik periode 9 Januari 2024 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.17 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan capres nomor urut 3, yaitu Ganjar Pranowo. Konten itu diupload dalam akun IG @pinterpolitik pada periode 9 Januari 2023. Pada postingan tersebut menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo akan memprioritaskan kabinet teknokrat jika dirinya terpilih pada pilpres 2024. Hal ini dapat dikatakan sebagai tema pesan kebijakan politik dikarenakan adanya gagasan yang di rencanakan oleh Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024 nomor urut 3. Terkait paslon nomor urut 3 pada akun Instagram @pinterpolitik memiliki beberapa pembahasan tema pesan kebijakan politik di dalam konten yang dibuat oleh tim PinterPolitik. Konten tema pesan kebijakan politik pada pasangan calon nomor urut 3 di dominasi oleh janji – janji dari Ganjar Pranowo dan Mahfud MD jika nanti mereka terpilih pada pemilihan presiden dan wakil presiden

REPORT #22145573

2024. Gambar 4.18. Postingan tema pesan kebijakan politik periode 5 Januari 2024 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.18 tersebut ialah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan calon presiden nomor urut 1, 2, dan 3, yaitu Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik di periode 5 Januari 2024. Pada unggahan konten tersebut menunjukkan janji – janji dari para calon presiden. Anies baswedan mengatakan akan membangun stadion di Sumatera Barat, mudahkan KPR dan Pendidikan tinggi, dan janjikan ketersediaan pupuk untuk para petani. Prabowo Subianto mengatakan UMKM bebas pajak selama 3 tahun, jaga kebebasan pers Indonesia, dan menurunkan tarif PPN. Ganjar Pranowo mengatakan KTP sakti untuk distribusi bantuan, 190 miliar bantu kredit nelayan, dan pemutihan utang petani 600 miliar. Dalam hal ini para calon presiden menangani isu – isu di Indonesia dengan cara mereka sendiri – sendiri dan memberikan beberapa penanganan yang nantinya jika menjadi presiden akan dilakukan. Sehingga pada konten ini dapat dikatakan sebagai konten tema pesan kebijakan politik dikarenakan adanya gagasan yang akan dilaksanakan para capres guna menarik hati masyarakat. 37 Gagasan dari seluruh paslon merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh mereka jika mereka terpilih untuk menjadi pemimpin negara.

4.2.3.3 Survei Politik Tema pesan politik mengenai survei politik

biasanya digambarkan dengan adanya pembicaraan mengenai suatu pesan yang memiliki tujuan guna membawakan informasi ataupun data-data hasil survei dari seorang tokoh ataupun parpol sekalipun. Keberadaan survei kini dianggap penting dan berguna untuk para tokoh publik terutama para kandidat dan juga parpol, hal ini berguna karena mereka dapat menelaah kekuatan mereka serta juga pada parpol dapat bermanfaat dalam mereka menelaah kader partai yang mempunyai nilai popularitas. Selain itu, pada tema pesan ini juga mengkaji terkait urutan dari mereka yang mendapatkan atensi dari publik. 7% 26% 19% 48% Persentase Konten Tema Pesan Survei Politik Paslon 1 Paslon 2 Paslon 3 Semua Paslon Gambar 4.19.

Persentase konten berdasarkan tema pesan survei politik Sumber Olahan

REPORT #22145573

Peneliti Pada pie chart di atas, menunjukkan terdapat persentase dari setiap paslon capres serta cawapres 2024 pada tema pesan survei politik. Paslon 1 sebanyak 7%, paslon 2 sebanyak 26%, paslon 3 sebanyak 19%, dan semua paslon sebanyak 48%. Berikut ini penjabaran peneliti terkait an alisa unit tema pesan politik, yaitu survei politik yang telah menjadi unit analisa. Gambar 4.20. Postingan tema pesan survei politik periode 27 Desember 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.20 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan sosok cawapres nomor urut 3, yakni Mahfud MD. Konten itu diupload dalam akun IG @ pinterpolitik di periode 27 Desember 2023. Pada konten tersebut sedang membahas elektabilitas survey dari paslon nomor urut 3 yang memiliki angka kecil di daerah Madura. Pada hal ini PinterPolitik memunculkan sosok Mahfud MD pada kontennya dikarenakan Madura merupakan 38 tempat asal dari sosok Mahfud MD. Dijelaskan pada konten tersebut bahwa paslon tersebut hanya mendapatkan elektabilitas 4,0 persen saja. Konten tersebut dapat dikatakan sebagai konten yang memiliki tema pesan politik, yaitu survey politik dikarenakan memiliki pembahasan mengenai hasil survei paslon nomor urut 3 pada daerah Madura. Gambar 4.21. Postingan tema pesan survei politik periode 24 Januari 2024 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.21 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan sosok cawapres nomor urut 1,2, dan juga 3, yaitu Muhaimin, Gibran Rakabuming, dan Mahfud MD. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik pada periode 24 Januari 2024. Pada unggahan tersebut, sosok yang terlihat paling menonjol adalah Gibran Rakabuming, pintepolitik membuat gambar Gibran Rakabuming lebih besar dikarenakan hasil dari survei yang menunjukkan persentase dari Gibran Rakabuming lebih tinggi dari calon wakil presiden lainnya. Gibran Rakabuming meraih persentase sebesar 47%. Gambar 4.22. Postingan tema pesan survei politik periode 20 Januari 2024 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.22 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan calon presiden nomor urut 3, yaitu

Ganjar Pranowo. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik pada periode 20 Januari 2024. Pada postingan tersebut dengan judul “Elektabilitas Turun, Pilih Ganjar Ke Mana” terlihat adanya penjelasan terkait dengan elektabilitas seorang Ganjar Pranowo yang mengalami penurunan, yang di mana pemilih Jokowi akhirnya beralih ke Prabowo Subianto. Disebut juga di dalamnya bahwa para pendukungnya berpindah pilihan kepada Anies Baswedan berdasarkan survei LSI Denny JA pada periode September – November 2023. Konten tersebut dapat dikatakan sebagai konten yang memiliki tema pesan politik, yaitu survei politik dikarenakan memiliki pembahasan mengenai hasil survei para calon wakil presiden 2024. Hasil survei yang dibahas oleh akun @Pinterpolitik paling banyak mengenai semua kandidat dan survei tersebut membandingkan hasil dari para kandidat capres serta cawapres 2024. Pada paslon nomor urut 1, 2, dan 3 pada akun Instagram @pinterpolitik memiliki beberapa pembahasan tema pesan survei politik di dalam konten yang dibuat oleh tim PinterPolitik. 39 Pembahasan yang sering kali muncul tidak jauh dari elektabilitas para calon. Selain itu hasil survei para calon presiden dan calon wakil presiden pada beberapa daerah juga kerap kali menjadi pembahasan oleh tim PinterPolitik pada akun Instagram @pinterpolitik. Hasil – hasil survei dari berbagai lembaga survei terpercaya pun tidak jarang menjadi pembahasan pada PinterPolitik. 4.2.3.4 Politik Identitas Tema pesan politik mengenai politik identitas biasanya digambarkan dengan adanya konten yang memiliki bahasan mengenai persamaan dari para tokoh politik capres serta cawapres. Maksud daripada persamaan tersebut merupakan adanya rangkulan dari para tokoh politik terkait etnis, keudayaan, gender, dan sebagainya. Hal tersebut biasanya dilaksanakan untuk memperoleh atensi yang mempunyai kesamaan tersebut. Adanya politik identitas juga dipengaruhi daripada sebuah kelompok ataupun organisasi untuk memberikan dukungan kepada tokoh politik tertentu. Sehingga dengan adanya tema ini akan menjadi pembahasan bagaimana PinterPolitik mengemas konten dari tema politik identitas pada akun Instagram @pinterpolitik. 50% 12% 25% 13% Persentase Konten Tema

Pesan Politik Identitas Paslon 1 Paslon 2 Paslon 3 Semua Paslon Gambar

4.23. Persentase konten berdasarkan tema pesan politik identitas Sumber:

Olahan Peneliti Pada pie chart di atas, menunjukkan terdapat persentase

dari setiap paslon capres serta cawapres 2024 pada tema pesan politik

identitas. Paslon 1 sebanyak 50%, paslon 2 sebanyak 12%, paslon 3

sebanyak 25%, dan semua paslon sebanyak 13%. Berikut ialah penjabaran

peneliti terkait analisa isi untuk tema pesan politik, yaitu survei

politik yang telah dijadikan unit analisa di dalam studi ini: 40

Gambar 4.24 Postingan tema pesan politik identitas periode 23 November

2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.24 tersebut ialah

sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan setiap

paslon capres serta cawapres nomor urut 1,2, dan 3, yaitu Anies

Baswedan dengan Muhaimin, Prabowo Subianto dengan Gibran Rakabuming, dan

Ganjar Pranowo dengan Mahfud MD. Konten itu diupload pada akun IG

@pinterpolitik pada periode 23 November 2023. Pada postingan tersebut

terdapat 4 slide gambar dengan judul pada gambar pertama, yaitu “Apa Kabar

Perempuan di Pilpres 2024”. Terdapat masing – masing statement yang

dikeluarkan oleh setiap paslon. Pertama Anies Baswedan berkata bahwa “mereka

yang jadi garda terdepan yang menjaga Jakarta waktu itu” dengan isi poin

tekankan pada prinsip meritokratis dan sebut banyak peran perempuan di

organisasi pimpinan Anies. Lalu kedua Prabowo Subianto berkata bahwa “mereka

sangat berperan, akan muncul perempuan – perempuan hebat” dengan isi poin

sebut banyak posisi penting dipegang perempuan dan sebut kepemimpinan

Gerindra juga banyak perempuan. Ketiga Ganjar Pranowo berkata bahwa “Ada tiga

kelompok yang jadi prioritas: perempuan, penyandang disabilitas, dan anak – anak

” dengan isi poin singgung affirmative action dan perempuan jadi

kelompok prioritas. Hal ini dapat dikatakan sebagai bentuk tema pesan

politik identitas dikarenakan para paslon capres serta cawapres itu

menyebutkan salah satu jenis kelamin, yaitu perempuan yang dianggap

penting keberadaannya untuk Indonesia. Gambar 4.25. Postingan tema pesan

politik identitas periode 26 Oktober 2023 Sumber: Instagram @pinterpoliti

k Pada gambar 4.25 ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan ca pres serta cawapres nomor urut 1, yaitu Anies Baswedan dengan Muhaimin. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik pada periode 26 Oktober 2023. Pada konten ini, paslon nomor 1 tersebut mempergunakan sarung untuk bermain slepet. Politik identitas pada konten ini didapatkan dari adanya pembawaan sarung yang identik dengan orang – orang muslim di Indonesia. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa konten tersebut termasuk ke dalam sebuah konten dengan tema pesan politik, yaitu politik identitas, dikarenakan adanya pembawaan sarung yang identik dengan orang – orang muslim di Indonesia. Pada akun IG @pinterpolitik memiliki beberapa pembahasan tema pesan politik identitas di dalam konten yang dibuat tim PinterPolitik. Paslon 1 identik dengan pembahasannya mengenai 41 agama muslim, paslon 2 identik dengan pembahasannya terkait dengan Gibran Rakabuming yang merupakan anak dari seorang Presiden, lalu pasangan calon nomor urut 3 identik dengan pembahasan yang membawa jenis kelamin perempuan di dalam kampanyenya. Sejauh peneliti meneliti, hal yang sering muncul pada tema pesan politik identitas di dominasi oleh paslon 1. Pada penelitian ini menunjukkan adanya dominasi pada tema pesan strategi politik. Hal ini terjadi dikarenakan sedang berlangsungnya kampanye pada waktu pemilu 2024, yang di mana kampanye dimulai pada November 2024 sesuai dengan ketetapan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU). Sehingga membuat para capres serta cawapres 2024 tersebut menggunakan strategi atau teknik mereka dalam mewujudkan tujuan mereka. Di mana strategi politik sendiri ialah sebuah rencana ataupun metode yang digunakan dalam meraih tujuan politik (Sahea, Niode, & Tulung, 2018). Pengemasan konten tokoh politik capres serta cawapres 2024 yang dilaksanakan PinterPolitik bertujuan untuk memberikan informasi mengenai strategi atau cara para tokoh politik tersebut mewujudkan tujuan politiknya.

4.2.4 Bentuk Pesan Tujuan dari studi analisa isi kuantitatif

ini adalah guna menemukan bentuk komunikasi yang didasarkan pada kategori yang telah ditentukan oleh peneliti sebelumnya. Seluruh konten yang

dijadikan unit analisa akan dievaluasi berdasarkan relevansinya dengan konten capres serta cawapres 2024 yang ada di akun Instagram @pinterpolitik. Pesan yang disampaikan untuk audiens berspesifikasi serta kejelasan yang lebih rinci dikenal sebagai bentuk komunikasi. Teknik komunikasi dalam konteks sangat bergantung terhadap tujuan yang hendak diraih. Pada studi ini, teknik komunikasi pada konten dianalisa berlandaskan tiga kategori bentuk komunikasi yakni informatif, koersif, serta persuasif. Tujuan dari analisis ini adalah guna memahami bagaimana komunikasi membawakan pengaruh terhadap audiens serta meraih tujuan mereka. Bentuk pesan yang pertama, yakni informatif. Pesan ini bertujuan dalam menyampaikan informasi serta wawasan. Fokus pesan adalah memberikan fakta, data, dan detail yang relevan. Informasi disampaikan secara objektif dan juga jelas melalui bentuk komunikasi informatif. Konten di akun Instagram @pinterpolitik ini menyajikan informasi aktual yang memperlihatkan berita terbaru apa yang kini tengah berlangsung di dunia politik, khususnya terkait keenam tokoh politik yang mencalonkan diri sebagai presiden serta wakilnya di pemilu 2024. Bentuk pesan yang kedua, yaitu persuasif. Pesan ini berupaya untuk dapat memberikan keyakinan serta pengaruh audiens melalui argumen, serta emosi. Tujuan dari pesan ini adalah untuk mempengaruhi pandangan, sikap, ataupun tindakan dari audiens. Bentuk komunikasi persuasif menggunakan kekuatan persuasi untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Bentuk pesan yang terakhir adalah koersif, pesan ini bertujuan dalam pemaksaan ataupun pembatasan kebebasan audiens melalui ancaman ataupun tekanan. Pesan ini mencoba mendesak audiens dalam menggunakan kekuatan otoritas atau kekuatan lainnya. Bentuk komunikasi koersif berarti berupaya untuk mengontrol kebebasan seseorang dengan dampak yang dominan. Sesudah dilakukannya pengelompokan berlandaskan bentuk pesan yang terdapat dalam seluruh konten yang diunggah pada akun Instagram @pinterpolitik, hasil yang ditemukan sebagai berikut: 42 94% 6% Persentase konten bentuk pesan periode Oktober 2023 – Februari 2024 Informatif Persuasif Koersif Gambar 4.26. Persentase konten berdasarkan bentuk

pesan periode Oktober 2023 – Februari 2024 Sumber: Olahan Peneliti Pada gambar 4.26 diatas, terdapat persentase konten berdasarkan bentuk pesan pada akun Instagram @pinterpolitik pada periode Oktober 2023 – Februari 2024. Konten Informatif ada sebanyak 94% dan konten persuasif ada sebanyak 6%. Sedangkan pada konten koersif tidak terlihat keberadaannya pada akun Instagram @pinterpolitik. Tabel 4.3. Jumlah Postingan Berdasarkan Bentuk Pesan Kategori Indikator Deskripsi Jumlah Postingan Jumlah Presentase Bentuk Pesan Informatif Pesan yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi, data, atau fakta yang ada 114 76% Persuasif Pesan yang memiliki tujuan untuk mengajak yang dapat mempengaruhi seseorang 36 24% Koersif Pesan yang memiliki tujuan untuk memaksa dengan adanya proses ancaman atau intimidasi 0% Sumber: Olahan Peneliti Konten dengan bentuk komunikasi informatif adalah indikator dari bentuk pesan yang paling sering tampil di akun IG @pinterpolitik sejumlah 114 konten ataupun presentase sejumlah 76 % dan bentuk pesan persuasif sebanyak 36 konten atau persentase sebanyak 24%. Sedangkan, pada bentuk pesan koersif tidak terlihat pada keberadaannya pada akun Instagram @pinterpolitik. Akun IG @pinterpolitik di dalamnya lebih sering menampilkan muatan yang berisi mengenai suatu informasi baik berupa fakta atau data yang disajikan tim PinterPolitik pada penciptaan konten, khususnya terkait konten yang melibatkan calon presiden dan calon wakil presiden 2024. Jika disandingkan terhadap kesan pesan yang memuat kesan intimidasi ataupun desakan terhadap audiens, terlihat bahwasanya PinterPolitik tak menciptakan konten dengan bentuk pesan yang koersif ataupun pesan yang memiliki sifat intimidasi bagi para audiens.

4.2.4.1 Informatif

Bentuk komunikasi informatif di sebuah pesan politik umumnya bermuatan suatu informasi dengan tujuan membawakan suatu fakta atau data – data yang ada. Sehingga dengan adanya informasi tersebut dapat bermanfaat dan dapat memperluas wawasan atau pengetahuan audiens mengenai capres serta cawapres 2024 yang disajikan dalam konten. Bentuk konten informatif 43 dilandaskan oleh data yang valid, hasil dari riset, serta bersumber dari informasi yang handal. Hingga informasi yang

didapatkan dan dibawakan kepada audiens mampu disajikan secara obyektif mengenai topik yang sedang menjadi pembahasan. Di dalam penyajian konten yang informatif yang diutamakan adalah ketepatan untuk dapat memberikan informasi yang layak dikonsumsi. Lalu, bentuk komunikasi informatif mampu membawakan pesan berupa data dengan bentuk diagram, presentase, atau sebuah data pendukung lain, hingga hal tersebut mampu dipertanggungjawabkan suatu kevalidannya. Berikut adalah penjabaran peneliti terkait analisis isi dalam bentuk komunikasi informatif yang telah menjadi unit analisa di dalam studi ini: Gambar 4.27 Postingan bentuk komunikasi informatif periode 17 Januari 2024 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.27 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan calon presiden nomor urut 1, yaitu Anies Baswedan. Konten itu diupload pada akun IG @pinterpolitik pada periode 17 Januari 2024. Konten tersebut memiliki judul “Strategi Face-To-Face Anies Tokcer”. Pada konten tersebut membahas beberapa strategi kampanye yang digunakan oleh Anies Baswedan untuk mendapatkan suara dari rakyat, seperti slepet imin, Anies bubble, hingga kampanye online yang dilakukan menggunakan fitur live pada sosial media. Konten tersebut dapat dikatakan sebagai konten informatif dikarenakan pada konten menyediakan informasi berupa fakta-fakta mengenai kampanye yang dilakukan oleh Anies Baswedan selaku capres nomor urut 1 dalam mendapatkan suara di dalam pemilu 2024. Gambar 4.28. Postingan bentuk komunikasi informatif periode 22 Oktober 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.28 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan unggahan dari calon presiden dan calon wakil presiden 2024 nomor urut 2. Konten ini di posting pada periode 22 Oktober 2023. Pada konten ini memperlihatkan sosok Prabowo Subianto sebagai calon presiden yang terlihat sangat bergembira dengan Gibran Rakabuming sebagai calon wakil presiden yang juga turut berbahagia dikarenakan sudah diresmikan sebagai salah satu pasangan calon pada pemilihan umum 2024 yang akan dilangsungkan pada 14 Februari 2024 mendatang. Pada postingan tersebut terdapat judul “Gibran Resmi Jadi Cawapr

REPORT #22145573

s Prabowo” yang berarti menginformasikan fakta kepada publik bahwa Gibran Rakabuming sudah resmi menjadi 44 pasangan dari Prabowo Subianto untuk maju pada pemilihan umum 2024 sebagai calon wakil presiden. Pada postingan tersebut juga terdapat kalimat “sebelumnya parpol koalisi rekomendasikan Gibran Rakabuming, mulai dari Golkar hingga PBB, Jokowi disebut sudah restui” kalimat tersebut memberikan penjelasan darimana Gibran Rakabuming mendapatkan dukungan untuk maju pada pemilihan umum 2024, selain itu terdapat kutipan kalimat yang diungkapkan dari Prabowo Subianto yang dimasukkan ke dalam konten tersebut oleh PinterPolitik, yang berbunyi: “Kita sudah berembug secara final, secara konsensus. Seluruhnya sepakat, Saudara Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden”. Sehingga, jika dilihat daripada konten tersebut mampu dinyatakan bahwasanya konten itu adalah salah satu konten yang informatif. Dikarenakan terdapat fakta – fakta yang disebutkan mulai dari memberikan informasi bahwa Gibran Rakabuming maju sebagai pasangan dari Prabowo Subianto hingga bagaimana cara Gibran Rakabuming dapat maju ke pemilihan umum 2024 sebagai calon wakil presiden 2024 sebagai pasangan dari Prabowo Subianto. Gambar 4.29. Postingan bentuk komunikasi informatif periode 25 Januari 2024 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.29 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan unggahan dari paslon nomor urut 3, yaitu Ganjar Pranowo dengan Mahfud MD. Konten ini di posting pada periode 25 Januari 2023. Postingan tersebut berjudul “Copy Paste Ala Ganjar-Mahfud”. Di dalam konten membahas mengenai strategi kampanye yang digunakan oleh mereka memiliki kesamaan dengan strategi yang digunakan paslon nomor urut 1. Di mana memiliki program “Tabrak Prof!” yang mirip dengan “Desak Anies” dan “Slepet Imin” dan juga sempat melakukan live pada tiktok sama dengan yang dilakukan oleh Anies Baswedan. Pada konten tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk pesan informatif dikarenakan menyajikan konten yang berisikan fakta-fakta yang dimiliki oleh pasangan calon nomor urut 3 itu. Gambar 4.30. Postingan bentuk komunikasi informatif periode 7 November 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada

gambar 4.30 tersebut ialah sebuah unggahan dari akun IG @pinterpolitik yang menampilkan unggahan dari setiap paslon. Konten itu di posting pada periode 7 November 2023. Di 45 dalam konten itu menampilkan setiap paslon dengan menampilkan wajah yang terlihat memberikan senyuman. Konten ini menginformasikan terkait dengan hasil survei yang di mana sesuai dengan judul yang ditampilkan “Ganjar Tempati Pun ak Survei” tidak hanya memperlihatkan hasil survei elektabilitas dari Ganjar Pranowo dan Mahfud MD saja, akan tetapi menampilkan semua persentase hasil survei dari seluruh paslon. Terlihat bahwa dituliskan masing – masing persentase yang didapatkan, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD mendapatkan 36,9%, Prabowo Subianto dengan Gibran Rakabumin mendapatkan 35,3%, dan Anies Baswedan dengan Muhaimin mendapatkan 24,3%. PinterPolitik juga menampilkan fakta dan data – data hasil persentase tersebut yang diperoleh hasil survei yang dilaksanakan oleh Charta Politika yang melibatkan 2.400 responden pada periode 26 sampai 31 Oktober 2023. Konten tersebut merupakan salah satu konten yang memiliki bentuk komunikasi yang informatif, yang mana PinterPolitik menunjukkan hasil data-data elektabilitas dari pada paslon yakni Anies Baswedan dengan Muhaimin, Prabowo Subianto dengan Gibran Rabuming, dan Ganjar Pranowo dengan Mahfud MD. PinterPolitik juga memberikan infografis yang menampilkan persentase dari hasil survei Charta Politika. Yang di mana, Konten dengan bentuk pesan informatif biasanya berisikan mengenai suatu informasi dengan tujuan untuk dapat memberikan sebuah fakta - fakta atau data – data yang ada

. 4.2.4.2 Persuasif Bentuk pesan persuasif pada pesan politik mengandung ajakan dengan maksud dan tujuan untuk mempengaruhi ataupun meyakinkan seseorang untuk menerima perspektif atau suatu tindakan. Adanya konten persuasif digunakan untuk meyakinkan audiens. Bentuk pesan ini juga dilakukan untuk memperoleh kesepakatan dari sebuah golongan. Pada sajian konten persuasif dapat didasarkan melalui teknik argumentasi yang kuat, bukti yang valid, dan sebagainya. Berikut ini penjabaran peneliti terkait analisa bentuk komunikasi persuasif yang telah dianalisa di dalam studi

REPORT #22145573

ini: Gambar 4.31. Postingan bentuk komunikasi persuasif periode 3 November 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.31. tersebut ialah sebuah unggahan dalam bentuk komunikasi persuasif dari akun Instagram @pinterpolitik yang menampilkan postingan tokoh politik calon presiden nomor urut 1, yaitu Anies Baswedan. Konten itu di posting pada periode 3 November 2023. Dalam konten yang dibuat oleh PinterPolitik tersebut menampilkan sosok Anies Baswedan yang memberikan kesan sikap tegas dan percaya diri dengan menggunakan kemeja batik dan kacamata yang dipakainya. Di konten ini dengan judul “Janji Anies Untuk Sumatera Utara” ingin memperlihatkan Anies Baswedan yang terlihat mempersuasi masyarakat Sumatera Utara untuk memilihnya jika ingin di daerah Sumatera Utara dibangun sebuah stadion sepak bola kelas FIFA, Dimana terdapat kutipan kalimat yang dilontarkan oleh Anies Baswedan. “Mau tidak di Sumut ada stadion sepak bola yang bagus? Insyaallah nanti dibangun stadion kelas FIFA di Sumut.” Melalui kutipan itu, seakan Anies menawarkan peluang bagi masyarakat Sumatera Utara, dan seakan – akan mempersuasi masyarakat Sumatera Utara untuk memilihnya nanti pada pemilihan umum 2024 jika ingin dibangun Stadion kelas FIFA. Lalu Pengemasan pesan dengan judul “Janji Anies Untuk Sumatera Utara” juga membuat seakan – akan mengajak masyarakat Sumatera Utara untuk mempengaruhi ataupun mengubah sikap kepada pasangan calon nomor 1 tersebut karena terdapat janji untuk wilayahnya. Gambar 4.32. Postingan bentuk komunikasi persuasif periode 26 Oktober 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.32 tersebut juga menjadi sebuah unggahan dalam bentuk komunikasi persuasif dari akun Instagram @pinterpolitik yang menampilkan postingan tokoh politik calon presiden nomor urut 2. Konten tersebut diposting pada akun @pinterpolitik pada periode 26 Oktober 2023. Di dalam konten memperlihatkan sosok Prabowo Subianto yang terlihat berwibawa menggunakan kemeja putih, peci hitam, dan mengalungkan kain pada lehernya. Pada konten tersebut ingin menunjukkan bagaimana Prabowo Subianto mempersuasi atau mengajak masyarakat untuk memiliki pandangan bahwa adanya dinasti politik itu suatu hal yang wajar, terlihat dari judul konten “Prabowo Anggap Dinasti Pol

tik Wajar”. Selain itu PinterPolitik juga menambahkan beberapa kalimat yang menunjukkan adanya usaha dari Prabowo Subianto untuk mengajak publik untuk mempercayai hal tersebut seperti: “Sebut hampir di semua parpol pasti ada dinasti politik, mengaku dirinya juga bagian dari dinasti politik”, sehingga dengan adanya kalimat tersebut, menjadikan seakan – akan Prabowo Subianto sedang meyakinkan publik bahwa adanya dinasti politik adalah hal yang wajar. Lalu Pengemasan pesan melalui judul yang dilakukan oleh tim PinterPolitik juga seakan – akan ingin mempengaruhi masyarakat terkait dengan adanya dinasti politik yang terbentuk pada pasangan calon nomor urut 2 tersebut.

4.2.4.2 Koersif

Sifat koersif merupakan salah satu pesan politik yang berisikan mengenai suatu ajakan yang memaksa dengan tujuan menghimbau individu lainnya, namun menggunakan metode yang mengancam. Pesan yang memiliki sifat koersif dipakai dalam mengontrol ataupun membatasi kebebasan sikap, pikiran, ataupun perilaku dengan adanya kekuatan yang terbilang tak sah ataupun etis untuk dilakukan. 47 Pada konten selama periode penelitian tidak ditemukan konten yang dibuat oleh tim PinterPolitik dengan bentuk pesan koersif atau pesan yang berisikan ancaman di dalamnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa tim PinterPolitik tidak berusaha untuk memberikan ancaman kepada para audiensnya. Konten dengan bentuk pesan koersif biasanya berisikan mengenai suatu ajakan yang memaksa dan menggunakan cara yang mengintimidasi. Bentuk pesan juga termasuk ke dalam salah satu kategori di dalam penelitian ini. Bentuk pesan digunakan dengan tujuan untuk mengetahui atas dasar apa suatu konten dibuat. Pada konten yang dibuat oleh PinterPolitik ada beragam bentuk komunikasi yang digunakan pada konten tokoh politik calon presiden dan calon wakil presiden 2024, seperti (Effendy, 2019): informatif, persuasif, dan koersif. Pada penelitian ini terdapat temuan, yaitu bentuk komunikasi didominasi dengan bentuk pesan informatif, yang di mana berarti terdapat sebuah pesan yang disampaikan dengan tujuan membawakan informasi terhadap orang lainnya. Dari keseluruhan konten yang menjadi unit analisis, tidak ditemukan adanya bentuk pesan persuasif dan juga

koersif yang dibuat oleh tim PinterPolitik. Hal ini menunjukkan bahwa tim PinterPolitik lebih banyak menyajikan informasi berupa data dan fakta untuk para audiens nya mengenal para calon presiden dan calon wakil presiden 2024.

4.2.5 Bentuk Konten

Pada penelitian ini memiliki tujuan dalam menetapkan bentuk konten dengan landsan kategori yang telah ditetapkan. Yang mana kategori konten itu ditetapkan sebab mempunyai keterkaitan atas konten setiap paslon dalam akun IG @pinterpolitik. Pada seluruh konten yang dijadikan sebagai unit analisa penelitian ini, ialah konten yang mampu dijelaskan melalui kategori. Bentuk konten dalam studi ini adalah cara atau format informasi ataupun pesan disampaikan terhadap publik. Bergantung pada platform atau media yang kita gunakan, berbagai jenis konten dapat digunakan. Penelitian ini menggunakan berbagai jenis konten yang tersedia di Instagram, namun peneliti hanya menggunakan bentuk konten gambar, video, serta carousel sebagai kategori penelitian. Bentuk konten pertama, yakni gambar. Gambar ialah bentuk representatif visual ataupun suatu gambar tak bergerak yang digunakan dalam menyampaikan sebuah informasi ataupun pesan. Bentuk konten ini mamp berbentuk grafik, foto, infografis, dan sebagainya. Bentuk konten kedua, yaitu video. Video ialah bentuk runtutan gambar bergerak yang direkam serta akan ditampilkan runtut dengan cara menggabungkan gambar di dalam runtutan waktu agar tercipta visual yang bergerak. Video umumnya ditemui guna mengutarakan sebuah informasi, hal ini digunakan karna dianggap sebagai metode yang lebih interaktif serta dinamis dis andingkan dengan hanya menampilkan gambar statis. Bentuk konten terakhir, yaitu carousel. Carousel ialah gabungan konten yang terdiri dari gambar serta video yang ditampilkan di sebuah area postingan konten. Pada bentuk konten ini, penikmatnya mampu melihat konten yang ada tersebut dengan cara menggulir konten dalam urutan secara vertikal atau kesamping. Setelah dilakukannya pengelompokkan berdasarkan dari bentuk konten yang terdapat pada setiap konten yang diupload pada akun IG @pinterpolitik, hasil yang ditemukan sebagai berikut :

48 76% 16% 8% Persentase konten bentuk konten periode Oktober 2023

– Februari 2024 Gambar Video Carousel Gambar 4.31. Persentase konten berdasarkan bentuk konten periode Oktober 2023 – Februari 2024 Sumber : Olahan Peneliti Pada gambar 4.31 diatas, terdapat persentase konten berdasarkan bentuk komunikasi pada akun Instagram @pinterpolitik pada periode Oktober 2023 – Februari 2024. Gambar sebanyak 76%, video sebanyak 16%, dan carousel sebanyak 8%. Tabel 4.4. Jumlah Postingan Berdasarkan Bentuk Konten Kategori Indikator Deskripsi Jumlah Postingan Jumlah Presentase

Bentuk Konten	Jumlah Postingan	Jumlah Presentase
Konten dengan bentuk gambar dalam sebuah postingan yang tersusun atas 1 gambar tidak bergerak	115	76%
Video Konten dengan bentuk video	23	16%
Carousel Konten dengan bentuk gambar atau video berjumlah 2 sampai 10 dalam satu postingan	12	8%

Sumber: Olahan Peneliti Konten pesan politik dengan bentuk gambar adalah indikator dari bentuk konten yang paling sering ditampilkan di akun IG @pinterpolitik dengan total 115 konten ataupun presentase sejumlah 76%. Konten pesan politik dengan bentuk carousel yang tidak banyak ditampilkan pada akun Instagram @pinterpolitik adalah koersif, hanya ada 12 konten atau presentase 8% dari total keseluruhan konten. Hal ini dapat diartikan bahwa pada akun IG @pinterpolitik dalam pembuatan kontennya lebih sering menggunakan konten berbentuk gambar dengan total dari keseluruhan unit analisis sebanyak 76%. Hal ini terjadi karena akun Instagram @pinterpolitik ingin masyarakat mendapatkan informasi yang sudah dirangkum secara efisien. Sementara terdapat bentuk konten yang jarang dibuat pada akun IG @pinterpolitik, yaitu bentuk konten carousel yang hanya terdapat sebanyak 8% dari total keseluruhan. Hal ini dapat dikatakan bahwa PinterPolitik melihat minat baca masyarakat Indonesia yang rendah dan berupaya agar kontennya dapat dikonsumsi dengan benar dengan hanya memperbanyak menampilkan konten dengan cara yang lebih ringkas dibandingkan dengan membuat konten dalam bentuk carousel.

4.2.5.1 Gambar 49 Pada konten pesan politik dengan bentuk gambar, umumnya diilustrasikan melalui gambar yang tak bergerak serta terdapat teks yang ada di gambar terkait. Konten dengan bentuk gambar biasanya terdapat capres serta cawapres

menunjukkan suatu ekspresi pada wajah dan gestur yang ada di dalam gambar. Tidak hanya berisi mengenai tokoh politik, pada konten bentuk gambar juga terdapat data-data ataupun fakta fakta yang ditunjukkan dalam bentuk persentase, gambar, atau semacamnya pada gambar. Objek yang ada pada gambar juga dapat berbentuk animasi atau foto dari para tokoh politik yang digambarkan yang dapat mewakili maksud dari adanya konten tersebut. Isi teks yang ada juga dapat berupa pernyataan ataupun pertanyaan yang sekiranya dapat menjelaskan mengenai apa yang sedang diilustrasikan di dalam gambar atau konten itu. Berikut ini penjabaran peneliti terkait analisis unguj bentuk konten atau postingan gambar yang telah menjadi unit analisa di dalam studi ini: Gambar 4.32. Postingan bentuk konten gambar periode 6 November 2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.32 ialah sebuah unggahan akun IG @pinterpolitik yang memperlihatkan sosok tokoh politik calon presiden dan calon wakil presiden 2024, yakni Anies Baswedan, Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto, Gibran Rakabuming, Ganjar Pranowo, dan Mahfud MD. Konten ini diunggah pada periode 6 November 2023 pada akun Instagram @pinterpolitik. Isi dari konten tersebut menampilkan ketiga paslon yang mencalonkan diri di pemilu 2024 mendatang. Pada konten ini menggambarkan mengenai nomor urut paslon yang tidak diundi, terlihat dari judul “Setuju Nomor Urut Capres-Cawapres Tidak Diundi?”. Isi dari konten tersebut memberitahukan terkait fakta-fakta bagaimana nomor urut capres-cawapres dapat dilakukan dengan cara tidak diundi. Selain itu terdapat kutipan kalimat yang disampaikan oleh ketua harian parta gerindra, yaitu Sufmi Daulo Ahmad. “PKB nomor urut satu, sama kaya partai. Gerindra nomor urut dua, Pak Prabowo seperti nomor urut partai. PDIP, Ganjar-Mahfud nomor urut tiga” Hal ini menambahkan maksud dari unggahan pada akun Instagram @pinterpolitik bahwa nomor urut dari para paslon capres serta cawapres 2024 didapatkan dari nomor urut masing – masing partai, yaitu Anies dan Cak Imin PKB nomor urut 1, Prabowo dan Gibran Gerindra nomor urut 2, juga Ganjar serta Mahfud PDIP nomor urut 3. Konten ini termasuk pada yang berbentuk gambar.

Terlihat dari konten yang diciptakan oleh tim PinterPolitik menggunakan gambar yang tidak bergerak dan terdapat teks untuk menjelaskan mengenai maksud dari konten terkait objek yang terdapat di dalam gambar tersebut.

50 Gambar 4.34. Postingan bentuk konten gambar periode 10 Februari 2024
Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.34 ialah sebuah unggahan akun IG @pinterpolitik dalam bentuk konten berupa gambar yang memperlihatkan paslon nomor urut 2, yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming. Konten ini diunggah pada periode 10 Februari 2024 pada akun Instagram @pinterpolitik. Pada postingan ini membahas mengenai kampanye membirukan GBK yang berlangsung pada tanggal 10 Februari 2024. Pada postingan berbentuk gambar tersebut menunjukkan apa saja hal yang dibahas oleh Prabowo Subianto dan juga Gibran Rakabuming pada saat menjalankan kampanye terakhirnya sebelum masa tenang menjelang pemilihan umum 2024. Pada gambar terlihat bahwa sosok Prabowo Subianto serta Gibran memakai kemeja berwarna sama, yaitu biru dan digambarkan dengan wajah yang tersenyum, dan terdapat gambar latar belakang sekumpumpulan orang – orang yang datang ke GBK untuk membirukan stadion juga memberikan dukungan kepada Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming sebagai paslon nomor urut 2. Konten tersebut termasuk ke dalam bentuk konten gambar. Terlihat dari konten yang dibuat oleh tim PinterPolitik menggunakan gambar yang tidak bergerak dan terdapat teks untuk menjelaskan mengenai maksud dari konten terkait objek yang terdapat di dalam gambar tersebut.

4.2.5.2 Video

Pada konten pesan politik dengan bentuk gambar, umumnya ditampilkan melalui gambar bergerak, audio, atau teks di dalamnya sebagai terjemahan dari video yang dibuat oleh pihak PinterPolitik. Dalam video, tokoh politik umumnya menampilkan perubahan gestur serta mimik yang ekspresif, yang mampu membawakan kesan dramatis serta emosional. Objektif itu mampu berbentuk animasi atau manusia, berdasarkan tujuan konten itu sendiri. Teks pada video dapat berbentuk cerita yang diceritakan narator atau percakapan yang berlangsung di objek video. Berikut ini penjabaran peneliti terkait analisa isi atas bentuk konten atau postingan video

yang telah menjadi unit analisa di dalam studi ini: Gambar 4.35.

Postingan bentuk konten video periode 25 Oktober 2023 Sumber: Instagram

@pinterpolitik 51 Pada gambar 4.35 ialah sebuah unggahan akun IG

@pinterpolitik dalam bentuk konten berupa video yang memperlihatkan paslon

nomor urut 2, yaitu Prabowo Subianto dengan Gibran Rakabuming. Konten

ini diunggah pada periode 25 Oktober 2023 pada akun Instagram

@pinterpolitik. Pada video ini membahas mengenai deklarasi paslon tersebut

yang menampilkan sosok Gibran Rakabuming yang terlihat sangat percaya diri dalam mengatak

an kalimat “tenang saja pak, saya sudah disini.”, di mana hal itu

menjadi sorotan publik karna perkataan tersebut memiliki makna yang

mendalam dan merupakan bentuk kepercayaan diri juga dari sosok Gibran

Rakabuming untuk dapat melindungi Prabowo Subianto. Pada konten bukan

hanya penggalan video pada saat Gibran Rakabuming mengatakan hal tersebut,

tetapi juga terdapat beberapa kalimat yang diartikan di dalam sebuah

teks yang dibuat oleh tim PinterPolitik. Konten tersebut termasuk ke

dalam bentuk konten video dikarenakan pada konten menunjukkan adanya

gambar yang bergerak disertakan dengan adanya audio serta teks terjemahan

audio yang ada. 4.2.5.3 Carousel Pada konten pesan politik dengan bentuk

carousel, biasanya diilustrasikan dengan adanya konten dengan gabungan

gambar ataupun video yang biasanya berjumlah 1-10 dalam sekali unggahan

pada Feeds IG. Carousel pesan politik dibuat oleh akun @pinterpolitik, dan

mampu berbentuk gambar ataupun video pada satu unggahan. Dalam kebanyakan

kasus, bentuk ini digunakan untuk memperlihatkan suatu fenomena secara

detil. Dalam hal ini, untuk menciptakan kesan yang informatif. Ilustrasi

tokohnya mampu diwakili daripada tujuan konten dapat menjadi objeknya.

Berikut ini penjabaran peneliti terkait analisa isi terhadap bentuk konten

atau postingan carousel yang telah menjadi unit analisa di dalam studi

ini: Gambar 4.36. Postingan bentuk konten carousel periode 9 November

2023 Sumber: Instagram @pinterpolitik Pada gambar 4.36 ialah sebua

h unggahan akun IG @pinterpolitik dalam bentuk konten berupa carousel

yang memperlihatkan paslon nomor urut 1, 2, dan 3, yaitu Anies

REPORT #22145573

Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Konten ini diunggah pada periode 9 November 2023 pada akun Instagram @pinterpolitik. Di dalam konten tersebut terdapat bahasan terkait dengan visi misi ekonomi yang dimiliki oleh masing-masing calon presiden, yang di mana setiap masing-masing dari calon presiden tersebut diberikan ruang satu slide penuh untuk dibahas visi misinya satu persatu. Pada slide pertama terdapat sosok Anies Baswedan, lalu pada slide kedua terdapat sosok Prabowo Subianto, dan pada slide ketiga terdapat sosok Ganjar Pranowo. 52

Konten tersebut termasuk ke dalam bentuk konten carousel dikarenakan pada konten menunjukkan adanya lebih dari satu gambar di dalam satu unggahan yang dilakukan oleh akun Instagram @pinterpolitik. Terdapat kategori bentuk konten, seperti gambar, video, dan carousel. Pesan politik dalam bentuk gambar lebih didominasi pada akun Instagram @pinterpolitik. Di mana menurut Andreas (2021) gambar merupakan sebuah pesan yang diutarakan melalui bentuk gambar tak bergerak yang tersusun atas satu gambar yang tidak bergerak. Hal ini dikarenakan konten dalam bentuk gambar dinilai lebih sederhana dan tidak membutuhkan banyak waktu untuk mengerti isi dari konten yang disajikan tersebut. Konten calon presiden dan calon presiden tersebut menyajikan informasi berupa teks, kutipan, data ataupun fakta yang terjadi. Temuan lain yang ditemukan peneliti pada akun Instagram @pinterpolitik dalam kategori bentuk konten adalah bentuk video yang keberadaannya sering kali muncul untuk menjelaskan lebih jelas mengenai konten dalam bentuk gambar yang sebelumnya telah diunggah. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa PinterPolitik mengemas kontennya dengan sedemikian rupa dengan maksud dan tujuan memberikan informasi kepada audiens dengan cara merangkum apa yang didapatkan dari data dan juga fakta. Pada era ini penggunaan media sosial pada masa pemilu ialah suatu hal yang lumrah. Media sosial seakan menjadi instrument penting di dalam pembentukan komunikasi politik yang dapat memaksimalkan penyampaian pesan dari capres serta cawapres (Rismawati dan Suryanef, 2019). Sering kali media sosial mempermudah pencarian informasi mengenai pa

5.1 Kesimpulan Tujuan utama dari penelitian ini seperti yang sudah dicantumkan pada rumusan masalah dan juga tujuan penelitian, yaitu untuk dapat menjelaskan terkait dengan pengemasan pesan politik calon presiden dan calon wakil presiden 2024 di akun Instagram @pinterpolitik pada periode Oktober 2024 sampai dengan Februari 2024. Hasil yang didapatkan secara umum adalah di mana pada akun @pinterpolitik menyajikan konten-konten sesuai dengan data dan fakta yang ada, sehingga akun Instagram @pinterpolitik tersebut dijadikan sebagai sumber informasi bagi para masyarakat terkait dengan calon presiden dan calon wakil presiden 2024. Konten-konten yang dihasilkannya pun beragam bentuk dan dirangkum secara ringkas guna mempermudah masyarakat memahami isi konten tersebut. Hasil interpretasi data, serta kesimpulan penelitian, didasarkan pada materi yang dipublikasikan oleh PinterestPolitik di platform media sosial Instagram @pinterpolitik antara Oktober 2023 sampai Februari 2024. Bahan yang digunakan adalah unit analisis yang sesuai dengan kategori-kategori yang sebelumnya telah dipilih untuk penelitian ini, yang akan menjelaskan kemasan pesan politik kandidat presiden dan wakil presiden pada tahun 2024. Ada empat kategori yang telah ditetapkan. Pertama, Frekuensi konten yang sering muncul pada akun Instagram @pinterpolitik adalah konten yang berisikan semua calon yang mencapai 30% dibandingkan dengan kemunculan paslon 1 sebesar 23%, paslon 2 sebesar 27%, dan paslon 3 sebesar 20%. Hal ini dikarenakan banyaknya pembahasan menyeluruh terkait dengan semua paslon pada satu postingan yang menampilkan semua paslon di dalamnya. 54 Kedua, tema pesan politik memiliki tujuan untuk melihat tema-tema pesan politik yang ada pada unggahan akun Instagram @pinterpolitik mengenai para calon presiden dan calon wakil presiden 2024. Dari keempat tema pesan politik, terdapat satu tema pesan yang dominan keberadaannya, yaitu strategi politik yang keberadaannya mencapai 55% dibandingkan dengan tema pesan lainnya, seperti kebijakan politik sebesar 19%, survei politik sebesar 21%, dan politik identitas sebesar 5%. Adanya hal tersebut dapat dikatakan bahwa kebanyakan pada konten-

konten yang ada pada akun Instagram @pinterpolitik merupakan strategi atau rencana yang dilakukan oleh calon presiden dan calon wakil presiden untuk menarik hati masyarakat dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024. Terdapat penelitian lebih lanjut terkait dengan tema pesan dengan melihat lebih dalam persentase diantara semua pasangan calon. Pada tema pesan strategi politik didominasi oleh pasangan calon nomor urut 2 sebanyak 35%, tema pesan kebijakan politik didominasi oleh semua pasangan calon sebanyak 50%, tema pesan survei politik didominasi oleh semua pasangan calon sebanyak 48%, dan tema pesan politik identitas didominasi oleh pasangan calon nomor urut 3 sebanyak 50%. Hal ini menjadi temuan menarik diantara pasangan calon nomor urut 2 yang identik dengan pengemasan tema pesan strategi politik yang identik gaya kampanye yang digunakannya dan pasangan calon nomor urut 3 yang identik dengan pengemasan tema pesan politik identitas dikarenakan pembawaan dari pasangan calon nomor 3 yang selalu identik dengan agama islam, sedangkan pasangan calon nomor urut 3 terbilang memiliki Pengemasan tema pesan yang seimbang diantara semua indikator tema pesan. Ketiga, bentuk pesan merupakan salah satu kategori di dalam penelitian ini yang menggambarkan bahwa akun Instagram @pinterpolitik bersifat informatif. Dapat dilihat dari konten – konten yang memperlihatkan calon presiden dan calon wakil presiden 2024 yang didominasi oleh konten dalam bentuk pesan informatif yang mencapai 76% dari total unit analisis dibandingkan dengan bentuk pesan lainnya, seperti persuasif yang hanya terdapat 24%, sedangkan koersif yang tidak terlihat keberadaannya. Yang di mana @pinterpolitik ingin memperlihatkan atau memberitahukan mengenai suatu fakta atau data terkait dengan para calon presiden dan calon wakil presiden 2024. Hal ini terjadi karena banyaknya kebutuhan akan informasi untuk para masyarakat dalam periode kampanye pemilu 2024 yang sedang berlangsung, menjadikan banyaknya konten – konten yang bersifat informatif yang memberikan data dan fakta lebih banyak di produksi untuk masyarakat melihat dan menilai masing – masing para calon presiden dan calon wakil presiden 2024. Keempat, bentuk

konten yang ada pada akun Instagram @pinterpolitik didominasi dengan bentuk konten berupa gambar yang mencapai 76% dibandingkan dengan bentuk konten lainnya, yaitu video/ reels sebanyak 16% dan carousel sebanyak 8% . Bentuk konten ini dibuat oleh PinterPolitik untuk meringkas isi pesan secara sederhana dan mudah untuk tersampaikan kepada masyarakat dengan singkat, padat, dan jelas. Bentuk konten ini dinilai lebih cepat untuk sampai kepada masyarakat, dikarenakan di dalam konten gambar biasanya terdapat teks, kutipan dari para tokoh, data dan juga fakta – fakta terkait para calon presiden dan calon wakil presiden 2024. Tahun 2024 adalah tahun politik, dengan pemilihan umum dilakukan setiap lima tahun, termasuk tahun ini. Penelitian tentang kemasan pesan politik untuk kandidat presiden dan wakil presiden 2024 di akun Instagram politik, seperti @pinterpolitik, masih jarang. Media sosial semakin digunakan sebagai platform politik bagi kandidat presiden dan wakil presiden yang bersaing dalam 55 pemilihan presiden 2024. Para peneliti memperkirakan bahwa studi ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian masa depan berdasarkan temuan tersebut.

5.2 Saran Temuan penelitian ini menunjukkan paket pesan politik dari kandidat presiden dan wakil presiden di akun Instagram @pinterpolitik dari Oktober 2023 hingga Februari 2024. Tema strategi politik, pesan informasi, formulir visual, dan kategori konten yang relevan dengan semua pasangan kandidat adalah salah satu yang paling umum.

5.2.1 Saran Akademis 1. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian terkait dengan efektivitas akun Instagram edukasi politik.

5.2.2 Saran Praktis Saran praktis dari temuan yang ada pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam peran pengelolaan akun media sosial seperti Instagram, terutama pada akun Instagram yang membahas mengenai pemberitaan p



REPORT #22145573

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.68% etheses.iainkediri.ac.id <i>https://etheses.iainkediri.ac.id/7233/4/932137418_bab3.pdf</i>	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.46% www.pinterpolitik.com <i>https://www.pinterpolitik.com/infografis/ekonom-adu-visi-anies-prabowo-ganja..</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.39% dspace.uui.ac.id <i>https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/17795/05.3%20bab%203.p..</i>	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.31% ejournal.uinsaid.ac.id <i>https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/at-tarbawi/article/view/1147/398</i>	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.25% digilib.uinsgd.ac.id <i>https://digilib.uinsgd.ac.id/86751/4/4_bab1.pdf</i>	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.24% eprints.upj.ac.id <i>https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6643/9/12.%20BAB%20V.pdf</i>	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.24% repository.uinjkt.ac.id <i>https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/75464/1/FADLY%20...</i>	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.22% ejournal.upnvj.ac.id <i>https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/download/4519/2188/15977</i>	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.19% jurnalisticomah.org <i>https://jurnalisticomah.org/index.php/syariah/article/view/1488/1231</i>	●



REPORT #22145573

INTERNET SOURCE		
10.	0.19% fahum.umsu.ac.id https://fahum.umsu.ac.id/pengertian-pemilu-fungsi-dan-prinsip/	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.19% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/77005/1/SP24004.p...	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.18% lemlit.unpas.ac.id https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuan..	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.13% jurnal.stain-madina.ac.id https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/download/1223/943	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.13% www.djkn.kemenkeu.go.id https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-jember/baca-artikel/14416/Kawan-ata...	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.13% www.djkn.kemenkeu.go.id https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-metro/baca-artikel/13426/Kiat-Memili...	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.12% www.gramedia.com https://www.gramedia.com/literasi/tujuan-komunikasi-politik/	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.12% repository.iainkudus.ac.id http://repository.iainkudus.ac.id/3800/6/6.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.11% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6643/	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.11% ejournal.uinsaid.ac.id https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/ajipp/article/download/7167/2753/3272..	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.09% repository.unj.ac.id http://repository.unj.ac.id/225/5/5.%20BAB%20IV.pdf	●



REPORT #22145573

INTERNET SOURCE		
21.	0.09% elibrary.unikom.ac.id https://elibrary.unikom.ac.id/796/9/UNIKOM_MUTIARA%20WIDIANINGTYAS_BAB..	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.09% e-journal.uajy.ac.id http://e-journal.uajy.ac.id/27057/3/15%20090%205844%202.pdf	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.08% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/18052/13/BAB_III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.08% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6235/10/10.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.07% databoks.katadata.co.id https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-...	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.07% upgraded.id https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.07% repository.upi.edu http://repository.upi.edu/67402/4/S_PGSD_1705746_Chapter3.pdf	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.07% www.scripta.fisip.ubb.ac.id https://www.scripta.fisip.ubb.ac.id/index.php/scripta/article/download/116/45/	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.06% repository.unair.ac.id https://repository.unair.ac.id/54659/13/SKRIPSI%20Fatimah%20Aria%20Utami-...	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.05% www.anakciremai.com https://www.anakciremai.com/2015/11/makalah-psikologi-tentang-reaksi-dan.h..	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.04% ebizmark.id https://ebizmark.id/artikel/pengertian-dan-contoh-paradigma-penelitian/	●



REPORT #22145573

INTERNET SOURCE

32. **0.03%** pustaka.ut.ac.id

<https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/SKOM443603-M1.pdf>



INTERNET SOURCE

33. **0.03%** repositori.buddhidharma.ac.id

<https://repositori.buddhidharma.ac.id/1927/3/COVER-BAB%20III.pdf>



QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.15%** digilib.uinsgd.ac.id

https://digilib.uinsgd.ac.id/86751/4/4_bab1.pdf

INTERNET SOURCE

2. **0.1%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6643/>

INTERNET SOURCE

3. **0.09%** www.anakciremai.com

<https://www.anakciremai.com/2015/11/makalah-psikologi-tentang-reaksi-dan.h..>