

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 untuk mereka. Pinter Politik juga menggunakan berbagai pendekatan dan	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

tawaran dalam pengetahuan. Selanjutnya, Pinter Politik menggunakan keterampilan untuk menulis konten. Mereka menggunakan jurnalisme interpretasi yang fokus terhadap perbandingan ataupun pemahaman tentang peristiwa.

<p>3 Pengemasan Pesan Tokoh Politik pada Akun Instagram @Pinterpolitik (Analisis Isi Kualitatif Konten Tokoh Politik Periode Oktober 2022 – Maret 2023)/ Dayfullah, H/ 2023</p>	<p>Universitas Pembangunan Jaya</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>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 diatas yang terkait Anies Baswedan adalah indikatornya.</p>	<p>Dapat memperluas penelitian dengan menggunakan metode semiotika, melakukan komparasi media dengan beberapa kompetitor dari PinterPolitik</p>	<p>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.</p>
---	-------------------------------------	-------------------	---	---	---

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. Perbedaan 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 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. 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).

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

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 delngan Gibran Rakabuming Raka pasangan calon nomor 2, dan Ganjar Pranowo delngan Mahfud MD pasangan calon nomor 3.

2.2.3 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

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.

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 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 penggunanya 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".

Per Oktober 2023, Dilansir dari We Are Social, di Indonesia terdapat 104,8 juta pengguna Instagram. Hal ini menjadikan Indonesia menduduki urutan keempat pengguna Instagram terbanyak di dunia. 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 penititan 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.

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.

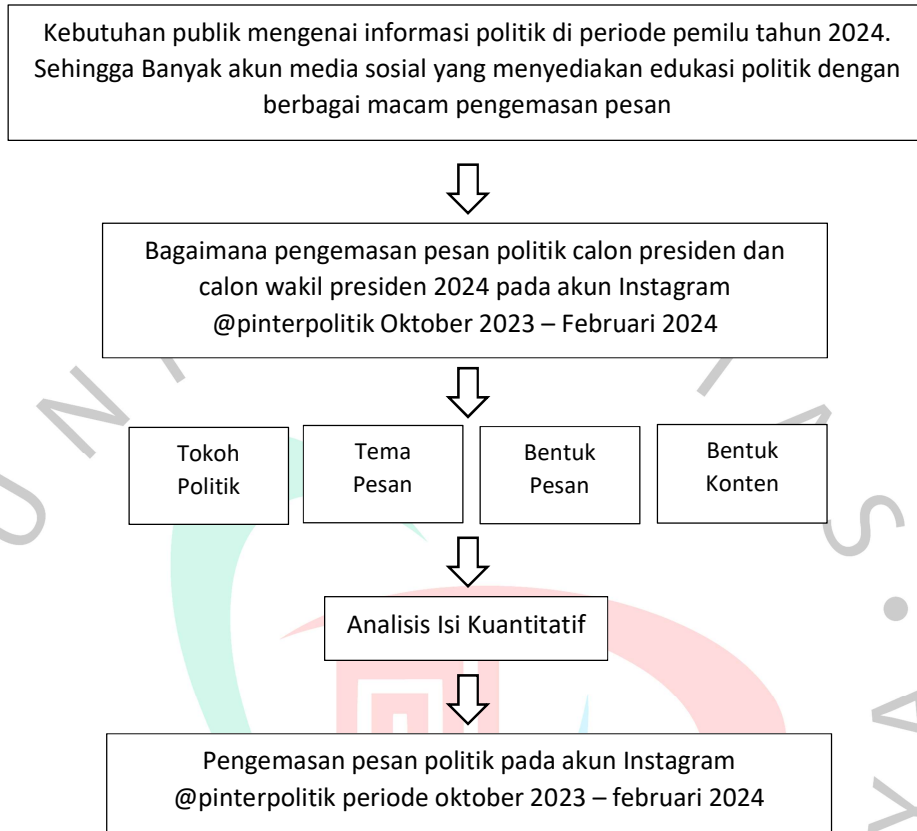
Pada penelitian yang dilakukan oleh Suryasuciramadhan dkk (2024) memiliki hasil bahwa media sosial dapat menjadi forum, fasilitator, dan berperan untuk kepentingan tertentu serta memiliki potensi memberikan keuntungan dalam kampanye politik. Melalui platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok, kandidat 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



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 paslon 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. 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.



