

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks politik, satire sering digunakan sebagai cara untuk menyampaikan kritik melalui humor, yang meskipun penuh dengan sensitivitas, sering dianggap sebagai alat argumentasi yang efektif. Pendekatan ini dapat memberikan kesan lucu bagi penerimanya. Hal tersebut terbukti efektif, terutama bagi lembaga-lembaga pemerintah di Indonesia yang mungkin belum siap menerima kritik tajam, terutama yang berkaitan dengan isu-isu sensitif tentang kekuasaan (Wadipalapa, 2015:7).

Penggunaan satire dalam politik mendapat perhatian besar selama pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019. Awalnya, Nurhadi dan Aldo adalah dua tokoh terpisah di media sosial. Nurhadi, seorang tukang pijat dari Kudus, muncul di Facebook antara tahun 2014 dan 2017, dengan postingan aneh dan polosnya yang sering menjadi bahan guyonan netizen (Pradipha, 2019:3). Sementara itu, Aldo adalah karakter fiktif yang menjadi populer pada tahun 2017, dengan berbagai akun bernama Aldo Suparman aktif mengomentari beberapa halaman penggemar di Facebook. Nurhadi dan Aldo kemudian menjadi ikon dalam praktik shitposting, yang meningkat di dunia maya sejak tahun 2016. Shitposting adalah jenis unggahan yang mirip dengan meme tetapi lebih agresif, ironis, dan sering bersifat ejekan (Klee, 2016).

Dalam pemilihan calon presiden dan wakil presiden tahun 2024, muncul bentuk baru dari satire politik melalui video parodi. Satire politik sendiri adalah ungkapan dalam karya sastra yang mengandung sindiran dan evaluasi terhadap situasi politik (Yahya, 2021:1). Menanggapi situasi politik pada tahun ini, akun Instagram politikin.aja menyajikan satire politik dalam bentuk parodi menggunakan fitur Instagram reels. Tokoh-tokoh yang diperankan menyerupai politikus yang berkompetisi dalam pemilihan tersebut, seperti Gahar Pratomo, Danis Busedan, Wowo Subiakto, Pak Bewok, Raka Booming, Marmud DM, Cak Iming, Kak Mu'an, Harry Krispiyanta, Mama Wati, dan Pak Joko (politikin.aja,

2024). Dalam alur cerita yang dibuat, politikin.aja memuat peristiwa politik yang sedang berlangsung dengan sentuhan humor, sehingga pihak yang menjadi objek satire tidak merasa tersinggung atau diserang secara ofensif oleh konten parodi tersebut.



Gambar 1.1. Tokoh Gahar Pratomo (Instagram Politikin.aja, 2024)

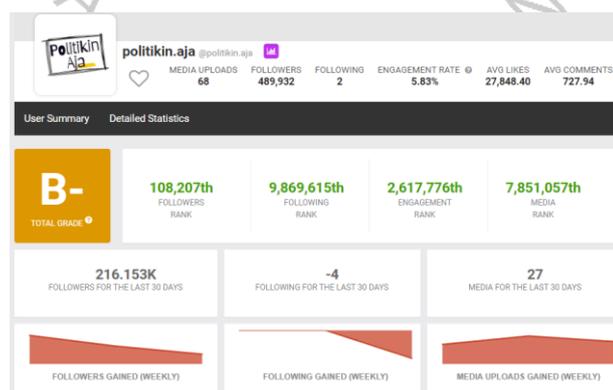
Tokoh yang menjadi favorit dan sering muncul dalam serial video parodi ini adalah Gahar Pratomo, yang diperankan oleh aktor Rully Fiss. Dengan watak yang penuh percaya diri dan sedikit narsis, Rully Fiss berhasil menghidupkan karakter ini dengan baik, sehingga pesan dalam video parodi dapat tersampaikan dengan efektif. Video yang menampilkan Gahar Pratomo memperoleh jumlah views terbanyak, dengan latar cerita di mana ia diwawancarai oleh wartawan mengenai sindiran yang dilakukan oleh seorang figur publik dalam sebuah acara. Gahar Pratomo menanggapi dengan santai, mengatakan, "jangan di cut dong, gak usah dipotong wong biasa aja kok! Malah kurang keras sindirannya". Namun, di balik layar, ia mengatakan kepada tim suksesnya bahwa ia tidak suka disindir dan tidak ingin citranya dirusak. Video ini menampilkan dualisme yang ditunjukkan oleh Gahar Pratomo kepada publik, dan berhasil menarik perhatian dengan ditonton sebanyak 6.060.977 kali serta disukai oleh 134.383 orang hingga 27 Maret 2024 (politikin.aja, 2024).

Parodi berikutnya yang menampilkan Gahar Pratomo tetap menjadi favorit di kalangan pengikut akun Instagram Politikin.aja. Parodi ini mengisahkan Gahar Pratomo dan rekannya, Marmud DM, yang sedang mempromosikan janji kerja

mereka kepada perusahaan. Dalam video tersebut, Gahar mengomentari kinerja perusahaan selama lima tahun terakhir dan memberikan nilai buruk kepada satu divisi, yang secara tidak langsung menyindir rekannya sendiri karena divisi tersebut dipimpin oleh Marmud DM. Parodi ini telah ditonton sebanyak 2.215.523 kali dan mendapatkan 40.802 likes hingga 27 Maret 2024 (politikin.aja, 2024).

Konten parodi yang paling banyak ditonton dari politikin.aja telah dilihat sebanyak 13.093.357 kali dan mendapatkan 264.153 likes. Parodi tersebut menampilkan Cak Iming dan Pak Bewok, pimpinan partai Nasduk, yang menawarkan posisi wakil pimpinan di perusahaan. Awalnya, Cak Iming menolak tawaran tersebut karena terbiasa menjabat sebagai pemimpin di partainya sendiri dan tidak ingin meninggalkan koalisi yang sudah terbentuk. Namun, akhirnya ia menerima tawaran Pak Bewok setelah kesepakatan dicapai pada 27 Maret 2024 (politikin.aja, 2024).

Konten yang disajikan oleh akun Instagram Politikin.aja menghadirkan peristiwa-peristiwa ikonik dari setiap politikus yang mengikuti pemilihan presiden dan wakil presiden, yang disajikan secara tidak langsung sebagai satire dengan menggunakan nama-nama tokoh fiktif. Berdasarkan data dari SocialBlade (2024), dari 68 konten satire politik yang telah dibuat, akun Instagram Politikin.aja menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Saat ini, akun tersebut memiliki 489.654 pengikut, tingkat keterlibatan 5,8%, dengan rata-rata 27.776 likes dan 728 komentar pada setiap unggahannya.



Gambar 1.2. Tangkapan Layar *Social Blade* (Socialblade.com, 2024)

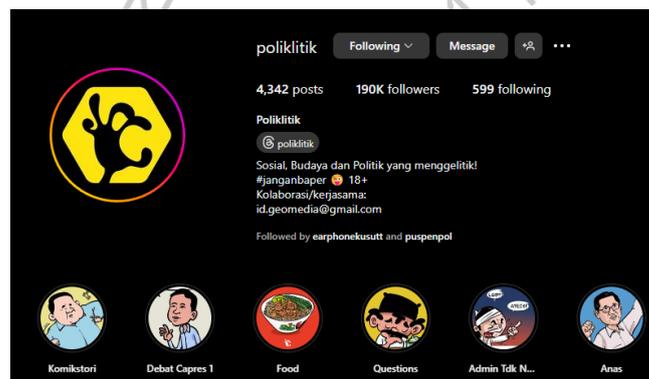
Penggunaan satire politik dalam menanggapi situasi kontestasi politik tahun 2024 tidak hanya dilakukan oleh akun Instagram Politikin.aja. Peneliti juga membandingkan akun lain yang menerapkan pendekatan serupa namun dalam

bentuk berbeda, yaitu melalui karya ilustrasi pada akun Poliklitik dan Kostumkomik.

Perbedaan mencolok dari akun-akun tersebut adalah bahwa Kostumkomik menggunakan tokoh fiktif untuk menggambarkan target satire mereka kepada publik, seperti kaum singa putih dan serbet kotak. Kostumkomik fokus pada isu-isu hangat yang sedang terjadi, mulai dari kontestasi politik hingga kebijakan publik yang telah disahkan dan diterapkan (Kostumkomik, 2024). Sementara itu, Poliklitik menggunakan satire secara langsung dengan ilustrasi tokoh yang sesuai dengan aslinya. Perbedaan utamanya adalah penggunaan satire yang langsung ditujukan kepada objek yang dimaksud. Selain itu, Poliklitik memiliki media sendiri berupa website resmi, sehingga bentuk satire yang mereka gunakan tidak hanya melalui gambar ilustrasi tetapi juga melalui karya tulis (Poliklitik, 2024). Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti memilih akun Instagram Politikin.aja sebagai objek penelitian untuk memahami satire dalam bentuk lain yaitu parodi.



Gambar 1.3. Profil Instagram Kostum Komik (Instagram @KostumKomik)



Gambar 1.4. Profil Instagram Poliklitik (Instagram @Poliklitik)

Secara fundamental, satire adalah praktik diskursif yang secara provokatif bertujuan menantang sistem politik atau sosial yang ada melalui pendekatan yang

menghibur (Kumar & Combe, 2015). Satire tidak selalu bersifat ironis, melainkan digunakan untuk menertawakan atau menolak sesuatu, serta mengkritik kelemahan manusia. Tujuannya bukan hanya untuk menghibur satu pihak, tetapi juga untuk mendorong perbaikan secara estetis dan elit. Holbert (Edhi, 2020:49) mengidentifikasi dua jenis satire: Juvenalian dan Horatian. Keduanya mampu membuat pembaca tertawa melalui humor, namun perbedaannya terletak pada tingkat kekerasan atau kelembutan dalam pesan yang disampaikan.

Satire politik memiliki dampak nyata terhadap sikap dan pandangan terkait subjek yang menjadi objek sindiran. Sebagai contoh, Peifer dan Landreville (2020) mengungkapkan bahwa satire mampu menumbuhkan emosi positif seperti harapan di antara audiens yang setuju dengan pandangan satiris. Namun, karena sifatnya yang kritis, sebagian besar berita satire cenderung mengandung sentimen negatif terhadap topik yang diangkat.

Seiring dengan kemajuan era digital, banyak orang telah mengubah perilaku mereka dengan menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Media sosial kini menjadi sarana komunikasi yang menghubungkan penggunanya dengan jangkauan yang luas. Akses media sosial yang mudah telah mempercepat aliran informasi. Pengguna media sosial tidak lagi perlu mengandalkan alat konvensional atau telepon untuk berkomunikasi, melainkan hanya memerlukan koneksi internet yang stabil (Adani, 2020).

Dengan hiruk pikuk yang muncul dalam komunikasi politik di media baru selama pemilihan presiden 2024, penggunaan media sosial telah berkembang dari sekadar percakapan sehari-hari menjadi sarana komunikasi politik. Masyarakat menggunakan media sosial untuk membahas isu-isu politik dan berinteraksi dengan pemimpin politik serta organisasi masyarakat sipil. Banyak politisi juga memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi dan kampanye untuk menjaga citra publik mereka (Howard, Savage, Saviaga, Toxtli, & Monroy-Hernandez, 2016). Oleh karena itu, tidak mengejutkan bahwa percakapan politik menjadi topik utama di berbagai platform media sosial saat ini.

Membahas kekuatan platform media sosial dalam menyebarkan informasi penting kepada audiens yang lebih luas, media sosial juga berkontribusi pada kesuksesan industri bisnis dalam memasarkan produk dan layanan mereka secara

efektif dan efisien kepada lebih banyak pelanggan. Selain itu, media sosial kini menjadi platform penting untuk kampanye politik, di mana politisi menggunakannya untuk mendapatkan dukungan pemilih, mengumpulkan dana untuk partai politik, dan mencapai tujuan politik lainnya. Oleh karena itu, politisi cenderung memanfaatkan komunikasi media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan audiens potensial mereka (Nulty, Theocharis, Popa, Parnet, & Benoit, 2016).

Dalam proses berpolitik, media sosial telah memajukan komunikasi politik dengan menyediakan platform baru yang memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan dinamis (Nulty et al., 2016). Media sosial memfasilitasi komunikasi yang lebih efektif antara politisi dan masyarakat. Selain itu, media sosial tidak hanya meningkatkan sistem komunikasi tetapi juga memberikan keuntungan politik bagi para politisi. Dengan memanfaatkan media sosial, politisi dapat menjalankan kampanye politik dan kegiatan komunikasi politik lainnya dengan lebih efisien.

Meskipun ada manfaat bagi politisi dalam menggunakan media sosial, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa ada keuntungan dan kerugian bagi audiens ketika melewati media tradisional. Pertama, platform media sosial memungkinkan masyarakat dan politisi untuk berinteraksi secara langsung dalam kegiatan politik, berbeda dari kesulitan dalam mengakses media konvensional akibat persaingan dengan audiens politik lain. Media sosial menawarkan akses gratis dan terbuka bagi penggunaannya (Klinger & Svensson, 2015), memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi dan menyampaikan pesan langsung kepada politisi. Akibatnya, peluang bagi masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan politisi dan partai politik semakin meningkat melalui penggunaan media sosial.

Kedua, komunikasi politik melalui media sosial dapat mendorong partisipasi politik masyarakat (Lilleker, 2015). Media sosial memungkinkan adanya komunikasi dua arah, berbeda dengan media tradisional yang cenderung satu arah dalam komunikasi politik. Interaksi timbal balik ini membuat masyarakat menjadi lebih aktif. Penggunaan media sosial juga memfasilitasi munculnya suara-suara baru dalam debat politik (Scaramuzzino & Scaramuzzino, 2017).

Ketiga, media sosial menyediakan alternatif komunikasi yang sebelumnya sebagian besar dilakukan melalui saluran media tradisional. Media sosial kini dapat

digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan politik. Baik masyarakat maupun politisi telah memanfaatkan media sosial secara luas untuk komunikasi politik (Nulty et al., 2016). Saat ini, keduanya tidak perlu lagi bergantung pada media konvensional untuk berinteraksi. Meskipun media tradisional pernah menjadi penghalang dalam perdebatan politik antara politisi dan masyarakat, dengan adanya media sosial, kedua pihak dapat menggunakan platform ini untuk membahas isu-isu politik dalam ruang mereka sendiri.

Terakhir, penggunaan media sosial meningkatkan pemahaman masyarakat tentang politik. Media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengakses informasi politik yang lebih banyak dan memperluas pengetahuan mereka tentang isu-isu politik. Dengan demikian, bagi politisi dan partai politik, menggunakan media sosial—selain media tradisional—merupakan cara yang efektif untuk mendidik konstituen dan audiens politik yang lebih luas tentang politik (Speakman, 2015).

Pada tahun 2024, Instagram telah menjadi salah satu platform utama untuk aspirasi politik di Indonesia. Dalam era digital ini, Instagram sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Dalam ranah politik, Instagram terbukti menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan kandidat politik dan menyebarkan pesan kampanye mereka. Menurut riset We Are Social dan Hootsuite pada tahun 2024, lebih dari 100 juta orang di Indonesia aktif menggunakan media sosial, dan Instagram menempati peringkat kedua setelah Facebook dengan sekitar 85,3% dari total pengguna. Data ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan tokoh politik.

Peneliti melakukan penelitian ini untuk mengeksplorasi topik satire dalam komunikasi politik di media sosial selama pemilihan presiden 2024. Dengan topik "Pengemasan Satire Politik pada Media Sosial Instagram Politikin aja selama periode Desember 2023-Februari 2024", penelitian ini berfokus pada bentuk-bentuk satire di media baru selama pemilihan calon presiden dan wakil presiden 2024 dengan berbagai tujuan satire. Penelitian ini berbeda dari studi sebelumnya yang sering membahas komunikasi politik satir di media sosial dalam bentuk video parodi. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode

analisis isi kuantitatif untuk menganalisis konten yang tersirat melalui teks dan visual.

Penelitian ini merujuk pada tiga studi utama yang memiliki topik serupa, yakni satire politik di Indonesia yang mengkritisi pejabat yang sedang menjabat atau sistem politik yang berlaku. Penelitian pertama yang menjadi rujukan adalah *"An Analysis of Satire Delivered by Politic Observer Rocky Gerung in Indonesia Lawyer Club (ILC)"* yang ditulis oleh Rafi Andry dan Hermawati Arief. Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa Rocky Gerung menggunakan 13 dari 24 teknik satire yang ada, dengan teknik inflasi sebagai yang paling dominan. Namun, sebelas teknik satire lainnya tidak ditemukan dalam ujarannya. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pendekatan pesan satire untuk kritik bisa dikemas dalam berbagai bentuk sesuai situasi, sehingga membantu membentuk argumen yang lebih ringan, ekspresif, dan mudah dipahami.

Penelitian kedua berjudul *"Satire dan Sarkasme Dalam Video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) Pada Akun Instagram Bintang Emon"* yang ditulis oleh Irma Nur Ramandhani, Ifah Hanifah, dan Arif Hidayat. Analisis terhadap konten video DPO di akun Instagram Bintang Emon menunjukkan adanya unsur sarkasme. Salah satu jenis sarkasme yang ditemukan adalah Dirty Sarcasm, yang sering diartikan sebagai ejekan kasar oleh masyarakat Indonesia. Jenis sarkasme ini cenderung berupa ungkapan yang langsung dikenal dan menyinggung perasaan targetnya.

Penelitian ketiga berjudul *"Kritik Satire Pada Pejabat Negara Indonesia Melalui Roasting Stand-up Comedy Kiky Saputri di YouTube"* oleh Zainal Abidin Achmad dan Dina Safira Putri, membahas bagaimana Kiky Saputri mengekspresikan keberaniannya dalam roasting melalui stand-up comedy dengan menggunakan strategi yang cermat. Pendekatan ini dirancang untuk menghindari perasaan tersinggung atau marah dari subjek. Strategi tersebut mencakup memberikan pujian kepada subjek yang diroasting, menggunakan materi yang berbasis pada fakta-fakta relevan tentang subjek, menyertakan pantun di awal atau akhir pertunjukan, serta mempertahankan sikap yang santai dan ceria.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, perumusan utama yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengemasan pesan satire politik pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024?” dan diuraikan menjadi pertanyaan lebih terperinci sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk tema-tema satire yang diangkat pada video parodi yang dikemas pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024?
2. Siapa saja tokoh-tokoh yang muncul dalam video satire pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024?
3. Bagaimana fungsi satire yang dibuat dalam video parodi pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024?
4. Bagaimana jenis satire yang dibuat dalam video parodi pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024?
5. Bagaimana tanggapan khalayak terhadap video satire pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, tujuan utama pada penelitian ini adalah untuk menjelaskan pesan satire politik pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024. Yang akan diperinci menjadi lebih detail seperti berikut:

1. Menjelaskan bentuk tema-tema satire yang diangkat pada video parodi yang dikemas pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024.
2. Menemukan siapa saja tokoh-tokoh yang muncul dan memiliki peran penting dalam video satire pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024.

3. Menjelaskan fungsi satire yang dibuat dalam video parodi yang dibuat pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024.
4. Menjelaskan jenis satire yang dibuat dalam video parodi yang dibuat pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024
5. Menjelaskan tanggapan khalayak terhadap video satire pada akun Instagram @politikin.aja pada periode Desember 2023 – Februari 2024.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan bisa membantu memperkaya studi Ilmu Komunikasi khususnya komunikasi politik pada era digital.
2. Dapat menjadi referensi alternatif yang dapat dipakai dengan bahasan satire sebagai humor politik dalam kontestasi pemilihan presiden dan calon wakil presiden 2024.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Menjadi rujukan bagi konten kreator dalam membuat konten yang mengangkat topik komunikasi politik mengenai pesan politik dalam bentuk humor.
2. Dapat membuka wawasan audiens mengenai satire sebagai kritik dalam ilmu komunikasi politik.
3. Menjadi referensi bagi praktisi politik dalam melakukan strategi pendekatan politik yang lebih adaptif, dan relevan dalam situasi politik saat ini.