

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam berbagai bidang, komunikasi merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah komponen penting dari aktivitas politik. Konsep informasi yang diciptakan kembali oleh publik ketika diberi instruksi dengan simbol, slogan, atau tema utama lebih mudah dipahami sebagai komunikasi daripada sekadar menyampaikan informasi dari sumber ke publik. Manusia membentuk hubungan melalui komunikasi untuk mendapatkan saling pengertian (*mutual understanding*).

Komunikasi telah memasuki babak baru akibat era digital. Internet semakin mudah diakses, aplikasi semakin banyak, dan ragam platform media sosial untuk berkomunikasi juga semakin beragam. Mudah digunakan oleh siapa saja yang memiliki akses internet komputer, laptop, smartphone, atau perangkat serupa lainnya.

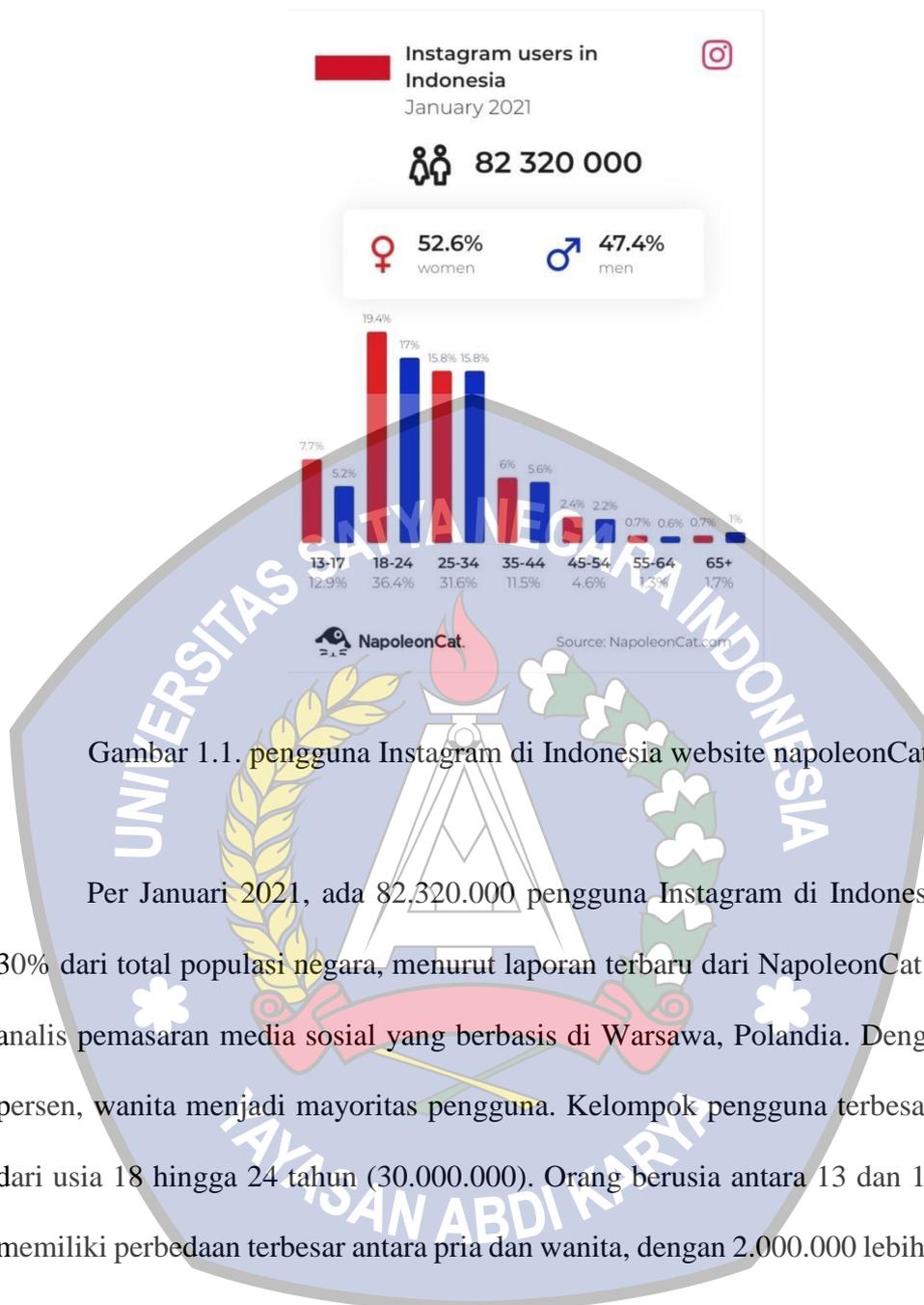
Jejaring sosial merupakan salah satu produk layanan yang muncul sebagai akibat dari akses internet. Saat ini, orang lebih sering menggunakan internet untuk berkomunikasi karena memudahkan untuk berinteraksi dan berkomunikasi tanpa batas. Karena kemudahan ini, jutaan orang dari seluruh dunia menggunakan internet untuk membuat situs jejaring sosial. Jejaring sosial adalah layanan jaringan atau situs web yang memfasilitasi jejaring sosial dengan minat atau aktivitas serupa pada awal kemunculannya. (virtual/cyber community), (Nurudin, 2007).

Pengguna media sosial semakin meluas setiap hari, dan minat mereka berkisar dari urusan pribadi hingga bisnis dan komersial hingga politik. Hal ini terlihat, misalnya, dalam pemasaran politik pemilu legislatif, presiden, dan pemilihan kepala daerah (pilkada) di Indonesia. Kampanye politik kini menggunakan media baru, dalam hal ini media sosial, selain media tradisional seperti televisi, surat kabar, majalah, radio, tabloid, dan media di atas tanah seperti brosur, pamflet, dan spanduk. Indonesia memiliki pengguna internet terbanyak keenam di dunia, menurut informasi yang dikutip dari kominfo.go.id oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Jumlah masyarakat Indonesia yang menggunakan internet selalu meningkat secara signifikan antara tahun 2013 hingga 2018. Emarketer mengantisipasi populasi pengguna internet Indonesia akan mencapai 112 juta pada tahun 2017 dan 123 juta pada tahun 2018. Diperkirakan angka ini akan terus meningkat hingga mencapai dua kali lipat setiap tahun.

,([https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-
enam-dunia/0/sorotan-media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan-media)).

Sementara itu, survei terhadap pengguna internet Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun dilakukan oleh globalwebindex. Menurut hasil survei, masyarakat Indonesia aktif menggunakan sejumlah platform media sosial. Platform ini dipecah menjadi dua jenis media sosial: messenger dan situs jejaring sosial. YouTube, Facebook, Whatsapp, Instagram, Line, BBM, Twitter, Google+, FB, Messenger, dan LinkedIn adalah salah satu platform media sosial paling populer di Indonesia.

([https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-
paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia))



Gambar 1.1. pengguna Instagram di Indonesia website [napoleonCat.com](https://www.napoleoncat.com)

Per Januari 2021, ada 82,320.000 pengguna Instagram di Indonesia, atau 30% dari total populasi negara, menurut laporan terbaru dari NapoleonCat1, firma analis pemasaran media sosial yang berbasis di Warsawa, Polandia. Dengan 52,6 persen, wanita menjadi mayoritas pengguna. Kelompok pengguna terbesar terdiri dari usia 18 hingga 24 tahun (30.000.000). Orang berusia antara 13 dan 17 tahun memiliki perbedaan terbesar antara pria dan wanita, dengan 2.000.000 lebih banyak wanita. Dulu, menurut data NapoleonCat, ada 62.230.000 pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2020. Pada tahun 2021, terjadi peningkatan jumlah pengguna yang signifikan. Hal ini memberikan peluang yang signifikan mengingat banyaknya pengguna Instagram, khususnya bagi para calon yang mengikuti pemilihan walikota Makassar. Menarik juga untuk menyelidiki dampak media sosial Instagram terhadap partisipasi politik mahasiswa.

Media baru, seperti media sosial, telah berkembang tidak hanya sebagai sarana komunikasi untuk bertukar pesan, tetapi juga sebagai wadah atau media untuk bertukar informasi politik. Pengenalan tokoh politik, program kerja tokoh politik, dan gerakan yang dilakukan oleh berbagai partai politik untuk menggalang dukungan publik adalah contoh pesan politik yang sering muncul di media sosial. Kampanye politik merupakan salah satu cara berbagai partai politik mengorganisir gerakannya. Mereka menggunakan Instagram dan platform media sosial lainnya untuk mempromosikan misi dan visi mereka. Ini sekarang menjadi bagian dari kehidupan setiap komunitas, termasuk politik. Bisa digunakan untuk komunikasi, promosi diri, sosialisasi, bahkan promosi partai politik untuk membangun citra positif.

(Andriadi, 2017:46) menjelaskan bagaimana, dalam setting yang lebih spesifik, aspek politik mulai banyak menggunakan media sosial. Publik menggunakan media sosial sebagai cara baru untuk menunjukkan dukungan mereka terhadap politik, dan politisi menggunakannya sebagai cara baru untuk berkomunikasi dengan publik, mendorong interaksi, dan menyebarkan informasi politik.

Setiap warga negara memiliki kebebasan penuh untuk berpartisipasi dalam politik melalui media sosial. Andriadi juga mengatakan bahwa partisipasi politik masyarakat dapat diekspresikan dengan cara yang berbeda melalui media sosial. Generasi muda, yang merupakan segmen sosial yang paling akrab dengan media sosial, adalah salah satu contoh paling korelatif dari fakta ini. (Zetra, 2019:57).

Komunikasi politik merupakan kebutuhan di era multipartai ini. Tidak hanya partai baru dengan sedikit pendukung yang membutuhkan komunikasi politik

untuk mengontrol citra dan popularitas mereka untuk mendapatkan suara yang cukup, tetapi juga partai besar yang sudah ada sejak lama dan mapan tidak boleh mengabaikan alat yang satu ini. Bentuk media massa cetak, online, dan elektronik semuanya telah digunakan oleh aktivitas pemasaran politik. Fungsi komunikasi politik, sosialisasi politik, agregasi kepentingan, dan pendidikan politik yang dijalankan partai politik belakangan ini belum berjalan dengan baik. Legitimasi rakyat direduksi menjadi legitimasi partai karena hampir semua tanggung jawab tersebut dilakukan oleh individu-individu yang semata-mata terjerat untuk melayani kepentingan partai. Instagram baru-baru ini muncul sebagai salah satu platform media sosial paling populer di Indonesia. Banyak pengguna internet menggunakan Instagram untuk berbagai tujuan, termasuk komunikasi dan citra diri. Ini karena popularitas Instagram yang meluas. Peralpnya, dari segi beberapa keunggulannya, Instagram lebih menarik dibandingkan platform media sosial sebelumnya. Misalnya, Instagram adalah platform media sosial yang media utamanya adalah foto; akibatnya, Instagram adalah media yang sangat baik untuk pemasaran produk karena gambar produk harus berkualitas tinggi.

Fakta bahwa Instagram dapat terhubung ke beberapa media sosial berarti postingan yang diunggah di sana dapat dimuat di media sosial lain juga. Instagram dapat dihubungkan ke Facebook, Twitter, Tumblr, dan Flickr, di antara media sosial lainnya. Instagram, layanan berbagi foto dan video milik Facebook, memiliki tampilan bersih yang memudahkan pengguna baru mempelajari cara menggunakan fitur-fiturnya. Instagram juga memiliki fitur yang tidak terbatas, artinya, kecuali

akun yang mengatur privasi untuk akunya, Anda tidak perlu menunggu persetujuan pemilik akun untuk mengikuti akun yang ingin Anda ikuti. Video langsung Instagram dan instastory adalah dua fitur tambahan baru.

Video langsung Instagram adalah fitur tambahan dari fitur instastories, dan fitur instastories memungkinkan pengguna memposting foto dan video dengan jangka waktu toko slide. Plus, Instagram memperkenalkan fitur yang dapat dimanfaatkan penggunanya. Dengan fitur ini, pengguna bisa mengirim pesan berupa video atau foto yang bisa dihapus saat penerima membukanya. Teks dan ikon lainnya dapat ditambahkan ke foto dan video yang juga akan dikirim menggunakan fitur ini. Media sosial Instagram saat ini menjadi salah satu pilihan yang digunakan untuk komunikasi politik karena memiliki banyak kelebihan. Media sosial Instagram lebih dari sekadar cara untuk berbagi pesan; itu juga merupakan wadah atau media di mana informasi politik dapat dibagikan.

Di Instagram, pesan-pesan politik kerap berupa pengenalan tokoh politik, program kerja tokoh politik, hingga gerakan yang dilancarkan berbagai partai politik untuk menggalang dukungan dan simpati masyarakat. Kampanye politik merupakan salah satu cara berbagai partai politik mengorganisir gerakannya. Senada dengan itu, Partai Nasional Demokrat (Nasdem) memanfaatkan media sosial Instagram dalam kampanye politiknya untuk mendorong pemilih agar mencoblos mereka dalam pemilihan presiden dan wakil presiden yang akan berlangsung pada 2024.



Gambar 1.2 Akun Media Sosial Instagram Partai Nasdem

Instagram adalah platform media sosial yang digunakan Partai Nasional Demokrat (Nasdem) untuk berkomunikasi dengan masyarakat umum tentang isu-isu politik. Para ahli komunikasi mengatakan bahwa kampanye pemilu adalah komunikasi politik, suatu proses komunikasi dengan tujuan memperoleh dukungan publik terhadap seorang kandidat atau kebijakan politik. Dalam hal ini, kampanye politik capres dan cawapres dianggap berhasil meraih dukungan dan simpati publik. Komunikasi politik bukanlah proses yang langsung karena operasi sistem politik sangat ditentukan oleh *input* lingkungan, yang melalui prosedur tertentu menghasilkan sejumlah *output*. Setelah itu, lingkungan menerima keluaran ini sebagai *feedback*. Kegiatan politik akan kehilangan bentuknya jika komunikasi politik yang efektif tidak dilaksanakan. Alhasil, Partai Nasional Demokrat (Nasdem) sebagai sumber pesan harus secara jelas menginformasikan kepada pendukungnya dan masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis ingin mengangkat judul yang membahas Penggunaan Instagram sebagai Media Kampanye dengan judul **“KONTRUKSI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PARTAI NASDEM DALAM KAMPANYE 2024”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian tentang bagaimana konstruksi penggunaan media sosial instagram Partai Nasdem dalam kampanye tahun 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai sehubungan dengan penelitian untuk Mengetahui konstruksi penggunaan media sosial instagram Partai Nasdem dalam kampanye tahun 2024

1.4 Manfaat Penelitian

Dari yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai komunikasi politik, selain itu penelitian ini dapat mengembangkan kajian studi Ilmu Politik khususnya yang berkaitan dengan strategi politik seperti marketing politik dan kampanye politik.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai aktualisasi pengetahuan dan teori-teori komunikasi politik yang diperoleh dengan membandingkan fakta di lapangan.

2. Bagi Peneliti Berikutnya Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran - pemikiran, informasi maupun data bagi peneliti yang ingin meneliti komunikasi politik.
3. Bagi Calon Presiden Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada setiap calon legislatif yang ingin menggunakan strategi komunikasi politik dalam proses pemenangan pemilu.

