

BAB I

A. Latar Belakang

Pesta demokrasi Pemilu 2024 akan diselenggarakan kembali. Tahun 2024 menjadi pemilihan presiden secara langsung yang kelima di Indonesia. Jelang pemilu, para kandidat calon presiden (capres) 2024, yaitu Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto tengah mempersiapkan berbagai strategi untuk mempengaruhi calon pemilih agar menentukan pilihannya. Strategi menjadi aspek penting sebab dapat menentukan kemenangan berdasarkan partisipasi dari calon pemilih (Octovina et al., 2022). Implementasi strategi yang dilakukan akan berpengaruh terhadap seberapa banyak calon presiden dalam memperoleh partisipasi calon pemilih pada kegiatan Pemilu 2024, sebab calon pemilih merupakan kelompok yang dapat memainkan peranan dari kekuasaan politik karena kemampuannya dalam menciptakan perkumpulan.

Partisipasi calon pemilih Pemilu 2024 memegang peranan krusial dalam menentukan sosok calon presiden yang akan memimpin Indonesia selama lima tahun ke depan. Hal ini karena Pemilu merupakan peristiwa transfer kekuasaan yang bersifat demokratis sehingga membutuhkan jumlah partisipasi calon pemilih yang besar agar memperoleh hasil Pemilu yang *legitimate* atau sah. Pemilu menjadi momentum demokrasi rakyat Indonesia yang tidak hanya sekedar masalah pencoblosan semata, melainkan perihal partisipasi politik.

Oleh sebab itu, para bakal calon presiden 2024 telah memiliki berbagai strategi untuk diimplementasi sesuai dengan pola dari calon pemilih Pemilu 2024. Memahami pola dari para calon pemilih Pemilu akan mempermudah para calon presiden untuk memperoleh suara sesuai dengan target yang telah ditentukan. Penyesuaian implementasi strategi capres 2024 berdasarkan dari pola calon pemilih tersebut bersifat dinamis, bukan statis. Penerapan strategi yang bersifat dinamis sesuai dengan pola dari target calon pemilih dapat menarik simpati, sebab dianggap mengikuti tren. Maka dari itu, para calon presiden memiliki alur atau pola strategi kampanye politik yang berbeda-beda.

Dalam pelaksanaan kegiatan Pemilu 2024, melansir dari dari laman RRI.co.id (Binsar, 2023) yang mengutip data dari KPU terdapat 204,8 juta penduduk Indonesia sebagai calon pemilih yang telah terekap dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). Berdasarkan angka tersebut, dapat diperoleh rincian dari berbagai generasi yang menjadi calon pemilih, di antaranya adalah calon pemilih dari generasi milenial (1980-1996) mencapai total 68.822.839 orang, generasi ini menduduki posisi pertama. Posisi berikutnya disusul oleh generasi x (1965-1980) yaitu sebanyak 57.486.482 orang. Selanjutnya adalah generasi z (1996-2012) yang mencapai angka 46.800.161 orang.

Apabila dalam pemilu 2019 partisipasi Generasi Milenial begitu diperhitungkan karena memiliki total yang cukup banyak serta hidup dalam era berkembangnya teknologi informasi (Zulkarnaen et al., 2020), akan tetapi kini dalam pemilu 2024 para capres menargetkan partisipasi generasi z karena memiliki jumlah populasi yang signifikan, tingkat konsumsi digital yang cukup tinggi, serta menjadi generasi pemilih pemula yang masih belum memiliki ideologi yang pasti (Savitri, 2023). Maka dari itu, berbagai strategi dilakukan para capres agar dianggap mewakili generasi anak muda (generasi z) melalui pemahaman terkait pola atau minat generasi z dengan tujuan untuk menarik perhatian agar turut berpartisipasi menjadi pemilih dalam pesta demokrasi 2024.

Pada era pergantian zaman saat ini, informasi mudah tersebar dengan masif ke seluruh lapisan masyarakat dan dapat dengan mudah diakses di mana saja. Total pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2022. Bersumber dari laporan *We Are Social*, angka pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 mencapai 213 juta orang, di mana total tersebut setara dengan persentase 77 persen dari 276,4 juta penduduk Indonesia pada awal tahun 2023. Kuantitas pengguna internet pada tahun tersebut naik hingga 5,44 persen dibandingkan tahun 2022 dengan jumlah pengguna mencapai 202 juta orang (Annur, 2023).

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) berkolaborasi dengan Katadata *Insight Center* (KIC) melakukan survei yang melibatkan 10.000 pengguna internet berusia 13-70 tahun yang tersebar di 34 provinsi serta 514

kabupaten/kota di Indonesia yang berjudul *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*, di mana dalam hasil survei tersebut menunjukkan bahwa media sosial menduduki posisi teratas sebagai sumber informasi yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia selama tiga tahun terakhir. Total responden survei yang memilih media sosial sebagai sumber informasi sebanyak 72,6 persen pada tahun 2022 (Kemenkominfo, 2022). Menurut hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), frekuensi masyarakat dalam mengakses internet pada tahun 2022-2023 tertinggi adalah selama 1-5 jam per hari dengan total persentase responden sebesar 63,74 persen, kemudian sebesar 22,4 persen mengakses internet selama 6-10 jam. Berikutnya, disusul dengan durasi lebih dari 10 jam sebesar 7,14 persen, sedangkan persentase responden 6,68 persen hanya mengakses internet kurang dari 1 jam.

Tingginya angka masyarakat dalam mengakses internet, menjadi peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh bakal calon presiden 2024 untuk memperoleh partisipasi calon pemilih. Para bakal calon presiden kini masif memanfaatkan media sosial untuk menarik simpati para calon pemilih untuk berpartisipasi dalam kegiatan Pemilu 2024. Para calon presiden 2024 dengan bebas dapat memanfaatkan ruang digital untuk memperoleh partisipasi dari calon pemilih, sebab media sosial merupakan 'media gratisan' untuk mencapai tujuan politis mereka (Sunarwan dan Pieter Surlia, 2021). Berdasarkan Data Reportal pada tahun 2023, terdapat total angka sebesar 167 juta pengguna media sosial di Indonesia, sedangkan lebih khusus lagi untuk pengguna media sosial Instagram hingga bulan April 2023 yang dilansir dari situs dataindonesia.id dengan mengutip data dari Napoleon Cat, menyentuh angka sebesar 109,33 juta pengguna. Pengguna media sosial secara aktif dan interaktif mampu meningkatkan partisipasi calon pemilih, termasuk saat pemungutan suara (V. S. Handoko et al., 2023).

Media sosial juga dinilai memiliki pengaruh besar terhadap pilihan politik generasi muda. Survei Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) tahun 2018 menyebutkan bahwa 60,8% generasi z atau anak muda yang lahir pada tahun 1997-2012 mengakses berita politik melalui media sosial (Setyowati, 2018). Data ini juga didukung oleh riset Asean Youth Survey 2019, di mana 97% anak muda Indonesia yang menjadi responden riset menyatakan bahwa responden mendapatkan berita

online, termasuk berita politik, melalui media sosial bahkan Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi muda (Rosmayanti, 2019).

Total pengguna media sosial Instagram yang signifikan menjadi alat efektif untuk meningkatkan elaktabilitas di kalangan calon pemilih generasi z, sebab melalui media sosial Instagram, para calon presiden 2024 dapat mempengaruhi pandangan agar memperoleh partisipasi calon pemilih dari kalangan generasi z dengan tujuan mendominasi perolehan suara (Balya & Damaiyanti, 2023). Jumlah pengguna Instagram yang tinggi serta ditambah dengan total pengikut dari masing-masing calon presiden 2024 yang besar pula, yaitu @aniesbaswedan dengan 5,9 juta pengikut, @ganjarpranowo dengan 6,1 juta pengikut, serta @prabowo dengan 5,5 juta pengikut menjadi potensi besar untuk memperoleh partisipasi calon pemilih dari berbagai daerah di Indonesia. Persaingan politik ketiga calon presiden melalui implementasi strategi juga bergantung kepada koalisi partai politik pendukung. Koalisi partai politik pendukung calon presiden 2024 juga turut menentukan bagaimana strategi-strategi yang harus dibuat agar mampu memperoleh simpati para calon pemilih agar tujuan politiknya tercapai.

Dengan demikian, media sosial sebagai hasil produk teknologi berperan penting dalam kehidupan politik. Kini, media sosial Instagram dianggap sebuah tren untuk berkomunikasi, terutama bagi para calon presiden 2024 untuk memperoleh partisipasi calon pemilih melalui konten yang dibagikan. Hal ini pula yang dilakukan oleh Barack Obama sebagai mantan presiden Amerika Serikat yang dalam pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2008 lalu berhasil memenangkan pemilihan serta menjabat pada tahun 2009. Barack Obama memanfaatkan media sosial untuk implementasi strategi politiknya agar memperoleh partisipasi calon pemilih untuk mendukungnya dalam kegiatan pemilu secara langsung (Muzahid Akbar Hayat et al., 2021). Media sosial pertama kali dimanfaatkan sebagai media Pemilu di Indonesia saat pemilihan Gubernur Jakarta pada tahun 2012 dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat, di mana saat itu menggunakan Twitter (*#ReplaceTitleSongWithJOKOWI*) serta YouTube musik video sebagai strategi untuk mendukung kandidat (Hui, 2020).

Hal ini pula yang terjadi pada Pemilu 2019 yang saat itu terdapat dua bakal calon presiden, yaitu Joko Widodo dan Prabowo Subianto. Pada bulan November 2019, total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 61.610.000 (Pertiwi & Nistanto, 2019). Pengikut Instagram Joko Widodo pada masa kampanye Pemilu 2019 menyentuh angka 12.258.141 (Roziqin, 2021) sedangkan rivalnya Prabowo Subianto memiliki 1.5 juta pengikut (Alvin, 2019). Namun, pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat kampanye politik juga menimbulkan efek negatif. Instagram merupakan media yang digunakan untuk membagikan momen melalui foto dan video yang di mana setiap penggunanya memiliki akses bebas untuk berkomentar.

Selama kegiatan Pemilu 2019, para bakal calon presiden saat itu, Joko Widodo dan Prabowo Subianto terdampak hoaks yang tersebar di media sosial Instagram. Dalam rentang bulan Januari hingga April 2019, baik Joko Widodo dan Prabowo Subianto memperoleh berita bohong sebanyak 13 kalimat atau 6.5 persen (Wiana, 2019). Hoaks perihal Pemilu 2019 dalam kurun waktu 17 April 2019 lebih banyak dialami oleh Joko Widodo, seperti dianggap sebagai PKI, Jokowi akan menghilangkan adzan, dianggap sebagai anti islam, akan melegalkan pernikahan sejenis, surat suara yang sudah tercoblos untuk Jokowi, berita Jokowi tawarkan Bogor ke China, dan berita hoaks Jokowi membiarkan Indonesia dibanjiri tenaga kerja asing. Berbeda halnya dengan Prabowo yang lebih sedikit memperoleh terpaan berita hoaks, seperti Erdogan memberikan dukungan terhadap Prabowo, Prabowo memperoleh dukungan dari PBNU, dan Prabowo masuk ke dalam kelompok ISIS (Ihsanuddin & Meilliana, 2019).

Dalam ilmu sosiologi politik, media sosial merupakan bagian dari sosialisasi politik yang mudah tersebar dengan cepat, berskala besar, dan segera (Damsar, 2019). Sosialisasi politik merupakan suatu metode yang digunakan oleh individu atau kelompok individu agar mendapatkan pengetahuan, nilai-nilai, serta sikap-sikap mengenai sistem politik masyarakatnya (Setiadi & Kolip, 2013). Media sosial termasuk ke dalam agen sosialisasi politik *secondary group*, yaitu yang menurut Charles Horton Cooley dan William L dalam (John, 1986) merupakan suatu kelompok yang ikatan hubungannya bersifat impersonal atau tidak bersifat pribadi, terpisah-pisah, serta dilandaskan pada asas manfaat. Dengan demikian,

korelasi antara media sosial dengan sosiologi politik adalah bagaimana melihat perilaku atau pola yang ditunjukkan oleh seseorang atau kelompok melalui media digital untuk memperoleh tujuan kekuasaan, sebab fokus kajian dalam sosiologi politik adalah tindakan yang berhubungan dengan kekuasaan (Dewi, 2017). Tindakan tersebut terimplementasi melalui strategi politik di media sosial Instagram Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo untuk memperoleh partisipasi calon pemilih. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, diperoleh rumusan masalah bagaimana strategi calon presiden dalam memperoleh partisipasi calon pemilih melalui media Instagram?

B. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi calon presiden dalam memperoleh partisipasi calon pemilih melalui media Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan strategi calon presiden dalam memperoleh partisipasi calon pemilih melalui media Instagram.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka dalam penelitian ini dapat memiliki manfaat dalam hal strategi calon presiden dalam memperoleh partisipasi calon pemilih melalui Instagram. Adapun manfaat dalam penelitian ini, antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memperkuat teori Dramaturgi dari Erving Goffman dan konsep *Looking Glass Self* dari Charles Horton Cooley.

b. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti dengan tema serupa

E. Definisi Konsep

a. Strategi

Prosedur yang memiliki alternatif-alternatif dalam berbagai tahap atau langkah (strategi) (Soekanto, 1985). Menurut (Fuertes et al., 2020) strategi adalah definisi dari sebuah sasaran jangka panjang perusahaan, adopsi tindakan, dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk pencapaian tujuan. Definisi strategi berikutnya adalah menurut (Phillips, 2019) cara untuk menentukan arah serta ruang lingkup organisasi dalam jangka panjang dan strategi harus mampu menentukan bagaimana sumber daya tersebut dibentuk untuk memenuhi kebutuhan pasar serta pemangku kepentingan. Adapun definisi strategi selanjutnya adalah rencana masa depan dan rangkuman dari model-model masa lalu (Modreanu et al., 2022). Sedangkan definisi strategi berikutnya adalah suatu rencana, semacam tindakan yang dimaksudkan secara sadar, suatu pedoman (atau seperangkat pedoman) untuk menghadapi suatu situasi, di mana strategi memiliki dua karakteristik penting, strategi dibuat sebelum tindakan yang mereka terapkan dan dikembangkan secara sadar dan terarah (Mintzberg, 1987).

b. Calon Presiden

Presiden adalah pemegang kekuasaan pemerintahan negara (Pemerintah Indonesia, 2006). Presiden berasal dari turunan kata *to preside*, yang berarti memimpin atau tampil di depan (Roz, 2020). Presiden berasal dari bahasa Latin, yaitu *presidere* dari asal kata *prae*, yang berarti di depan serta kata *sedere* yang berarti duduk (Alrasid, 1999). Sedangkan pengertian presiden menurut (Sianipar et al., 2019) adalah pemimpin tertinggi dalam administrasi negara yang menjadi kepala pemerintahan serta memiliki otoritas serta wewenang untuk melaksanakan undang-undang. Berdasarkan pengertian presiden di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian calon presiden adalah orang yang akan menjadi pemimpin tertinggi dalam kekuasaan atau administrasi negara yang memiliki otoritas serta wewenang untuk melaksanakan undang-undang.

c. Partisipasi

Partisipasi merupakan setiap proses identifikasi atau menjadi peserta suatu proses komunikasi atau kegiatan bersama dalam suatu situasi sosial tertentu (partisipasi: peran serta) (Soekanto, 1985). Sedangkan menurut (Afia et al., 2022) partisipasi merupakan sarana untuk mendidik warga negara dan meningkatkan kompetensi mereka serta mempengaruhi keputusan yang mempengaruhi kehidupan warga negara dan jalan untuk mengalihkan kekuasaan politik. Berikutnya definisi partisipasi menurut (Sairambay, 2020) adalah mengambil bagian dalam sesuatu dan penting untuk mengidentifikasi apa sesuatu tersebut. Definisi partisipasi selanjutnya menurut kamus sosiologi oleh Theodorson dalam (Theresia et al., 2015) merupakan keterlibatan seseorang dalam kegiatan masyarakat di luar pekerjaan atau profesinya sendiri. Definisi partisipasi menurut Raharjo dalam (Theresia et al., 2015) adalah sebagai bentuk keterlibatan dari adanya hubungan sosial di antara suatu individu dengan individu lainnya.

d. Calon Pemilih

Pemilih adalah penduduk yang berusia sekurang-kurangnya 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, sudah/pernah kawin (Pemerintah Indonesia, 2017). Definisi pemilih selanjutnya adalah pihak yang berperan sebagai target utama para calon atau kontestan politisi, di mana agar dapat dipengaruhi dan diyakinkan dengan tujuan untuk memperoleh dukungan serta memberikan suaranya kepada para calon politisi yang berkaitan (Hasyim et al., 2019). Sedangkan pengertian pemilih menurut (Girsang, 2017) adalah individu yang berhak untuk memberikan suara mereka selama proses pemilihan, baik legislatif maupun kepala negara. Pengertian pemilih berikutnya adalah individu yang terdaftar. Maka dari itu, diperoleh pengertian calon pemilih adalah penduduk berusia sekurang-kurangnya 17 tahun atau lebih yang akan melakukan pemungutan suara pada kegiatan Pemilu.

e. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang tersedia pada ponsel pintar yang mengizinkan para penggunanya untuk memotret, menggunakan filter, serta membagikan foto melalui jaringan sosial (Serafinelli, 2018). Instagram memiliki

asal dari dua kata, yaitu “*insta*” dan “*gram*”, “*insta*” berasal dari “*instant*”, yang berarti pengguna dapat membagikan foto dan video secara instan, dan “*gram*” berasal dari “*telegram*”, yang berarti pengguna dapat membagikan foto serta video dengan cepat (Feroza & Misnawati, 2020). Sedangkan definisi Instagram menurut (Lauren et al., 2022) adalah platform media sosial yang paling banyak digunakan di masyarakat karena menyediakan layanan bagi pengguna untuk bertukar konten dalam bentuk gambar dan video, serta dapat berinteraksi satu sama lain dengan melihat, menyukai, dan mengomentari kiriman pengguna lainnya. Instagram didefinisikan sebagai sebuah aplikasi seluler yang mengundang pengguna untuk mengabadikan momen-momen dalam kehidupan sehari-hari atau berbagi detail momen kehidupan yang sedang dijalani pada saat itu juga (Caliandro & Graham, 2020). Instagram merupakan layanan jejaring sosial di mana pengguna dapat mengedit konten dengan berbagai filter serta menawarkan fitur bertukar pesan dan opsi untuk menandai konten antar sesama pengguna (Carpenter et al., 2020).

