

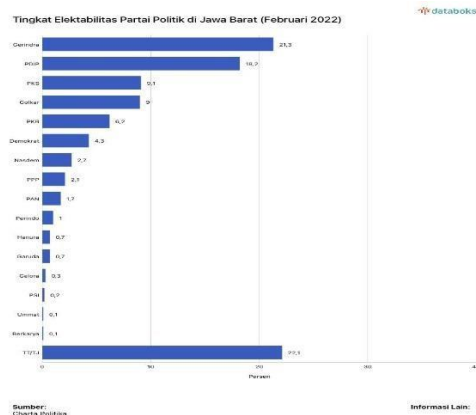
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Partai politik merupakan sebuah wadah untuk menyalurkan aspirasi masyarakat dengan memiliki tujuan yang sama. Di Indonesia sendiri jenis partai politik beraneka ragam sesuai dengan ideologi yang dianutnya dan tujuan masing-masing partai politik. Salah satunya partai PKB yang terbentuk pada 23 Juli 1998 yang dideklarasikan oleh kiayi NU hingga sampai saat ini PKB identik dengan tokoh besar NU yaitu Abdurrahman Wahid atau yang biasa kita kenal dengan Gusdur. Seiring berjalannya waktu kiprah partai PKB dikancah perpolitikan nasional kian meningkat. Pada pilpres 2024 PKB bersama Nasdem menjadi suatu poros baru dalam kontestestasi pilpres 2024. Dengan di putuskannya Muhaimin Iskandar (Cak Imin) menjadi cawapres Anis Baswedan diharapkan dapat meraih suara NU untuk dapat memenangkan pasangan tersebut.

Berbicara mengenai PKB di Indonesia ada dua hal yang perlu diketahui mengenai sejarah NU dan PKB. Proyeksi PKB di tentukan oleh NU dengan batas-batas yang disesuaikan. Yaitu salah satunya mayoritas dari basis suara PKB merupakan segmentasi dari umat Islam tradisional yang berkaitan dengan budaya lokal. Kemudian tokoh NU yang berpusat di Jawa juga mewarnai corak dari PKB. Namun PKB sendiri mengklaim bahwa PKB bukanlah partai Islam ataupun agama, melainkan partai yang inklusif.



Gambar 1. 1 Grafik Elektabilitas Partai Politik di Jawa Barat

Menurut hasil survei, Gerindra memiliki elektabilitas tertinggi di Jawa Barat. Partai Prabowo Subianto memiliki elektabilitas sebesar 21,3%. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menduduki posisi kedua dengan 18,2% dari suara. Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menempati posisi ketiga dengan elektabilitas sebesar 9,1%. Golkar, yang berada di posisi keempat dengan elektabilitas sebesar 9%, bersaing ketat dengan PKS. Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) memiliki elektabilitas sebesar 6,2%. Selain itu, partai politik lainnya memperoleh elektabilitas di bawah 5%, dan 22,1% dari orang yang menjawab tidak tahu atau tidak tahu.

kursi Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) di Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat (Jabar) alami peningkatan signifikan. Dari hanya meraih empat kursi di Pemilihan Umum (Pemilu) 2014, melonjak menjadi enam kursi di Pemilu 2019. Artinya, partai yang dinahkodai Muhaimin Iskandar atau Cak Imin berhasil membentuk satu fraksi di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Sukabumi. Dari Daerah Pemilihan (Dapil) 1 yang meliputi Cisolok, Cikakak, Palabuhanratu, Simpenan, Bantargadung dan Warungkiara berhasil meloloskan Ezi Aziz Ismail dengan raihan suara 10.020. Dapil 2 meliputi Kecamatan Kabandungan, Kalapanunggal, Parakansalak,

Bojonggenteng, Cidahu, Parungkuda, Ciambar dan Cicurug meloloskan nama Aan Erlan Hudaya mendapat suara 16.731. Dadan Hasanudin menang dengan 13.546 suara dari Dapil 3, yang terdiri dari Cikidang, Cibadak, Cicantayan, Cikembar, Nagrak, dan Caringin. Di Dapil 4, Usep mendapatkan suara 18.010 dari Kecamatan Cireunghas, Cisaat, Gegerbitung, Gunung Guruh, Kadudampit, Kebonpedes, Sukabumi, Sukalarang, dan Sukaraja. Di Dapil 5, Nandar mendapatkan suara 14.880 dari Kecamatan Cidadap, Cidolog, Curug Kembar, Jampang Tengah, Lengkong, Nyalindung, Pabuaran, Purabaya, dan Sagaranten. Terakhir, warga dari Dapil 6 yang terdiri dari Cibitung, Ciemas, Cimanggu, Ciracap, Kalibunder, Surade, Jampangkulon, Tegalbuleud, dan Waluran memberikan suara 22.024 untuk Anwar Sadad.

Dan menjelang pemilu 2024 kemarin, PKB telah membuktikan bahwa mamou naik pangkat dan memiliki lekstabilitas yang lumayan naik di Sukabumi. Karena di Sukabumi PKB itu sendiri diproyeksikan meraih 7 kursi DPRD Kabupaten Sukabumi, 1 kursi DPR-RI, dan 1 kursi DPRD Privinsi. Berdasarkan data tersebut PKB menjadi salah satu partai terkuat setelah Golkar dan mulai sejajar dengan Gerindra di kabupaten terluas se Jawa – Bali. Menjadi salah satu partai yang kuat di Kabupaten Sukabumi PKB memberanikan diri untuk maju dalam pilkada 2024 nanti dengan mengusung Calon Bupati/ Wakil Bupati Sukabumi.

Untuk diketahui, saat ini terdapat dua poros koalisi di pilkada Kabupaten Sukabumi 2024. Koalisi pertama terdiri dari Golkar, Gerindra, dan PPP yang mengusung Asep Japar sebagai bakal calon Bupati Sukabumi. Koalisi kedua terdiri dari PKB, PKS, Demokrat, PAN, dan PDIP. Sebelumnya di awal Bulan April sempat muncul koalisi PKB dan Gerindra, namun akhir Apri Gerindra memilih berkoalisi dengan partai Golkar dan PPP. Sementara itu, PKB memilih untuk berkoalisi gemuk bersama dengan PKS, Demokrat, PAN dan PDIP.

Media sosial sering kali digunakan oleh para aktor politik untuk berkampanye agar dapat di kenal oleh orang luas. Konsultan politik kerap kali membuat strategi untuk dapat memenangkan kontesnya di ajang pemilu. Menjelang pilpres 2024 banyak sekali konsultan politik yang menyiapkan strategi mereka untuk berkampanye di media sosial untuk memenangkan calon mereka. Munculnya kampanye di media sosial bertujuan untuk membentuk image bagi para kandidat atau partai politik. Karena media sosial dapat menjadi wadah untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat

Afiliasi partai politik terhadap media sosial dapat menunjukkan terdapat kekuasaan dalam mempengaruhi masyarakat dengan ideologi mereka, bagi partai politik maupun media yang digunakan. Kekuasaan lekat dengan kontrol. Bagaimana kekuasaan mempunyai kontrol dalam segala hal sesuai dengan harapan pemilik kuasa. Selain itu ideologi juga dapat dibentuk oleh kelompok atau seseorang yang memiliki kuasa untuk memproduksi dan melegitimasi kekuasaan mereka.

Melihat saat ini masyarakat sudah jarang membaca surat kabar (koran), dan menonton tv, karena dengan mudahnya akses internet dan media sosial memudahkan masyarakat untuk mendapatkan sebuah informasi dan berita, salah satunya melalui platform media sosial, terutama Instagram yang saat ini menjadi platform media sosial yang populer dikalangan banyak orang. Sehingga dengan membuka aplikasi Instagram berita dapat mudah didapatkan serta mengikuti akun media berita apa yang ingin kita cari.

Saat ini, banyak produk teknologi dibuat untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat. Salah satunya adalah media baru. Media baru adalah produk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi dan bergabung dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Media baru dianggap sebagai yang terbaru dan paling cepat untuk menyebarkan informasi. Munculnya istilah "new media" sangat terkait

dengan munculnya Internet di dunia ini. Istilah ini telah berkembang menjadi lebih dari hanya Internet, bahkan menjadi alat atau media yang paling dominan di era new media.

Dimana di era digital seperti sekarang, perkembangan teknologi terus berinovasi, salah satunya adalah perkembangan media massa. Komunikasi yang digunakan melalui media massa seperti radio, koran, televisi, handphone dan media lainnya. Salah satunya adalah menggunakan platform media sosial sebagai sebagai alat untuk komunikasi, bahkan menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat. Media sosial ialah wadah yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan lancar didalamnya. Media sosial yang merupakan media online membantu masyarakat berinteraksi satu sama lain dengan menggunakan teknologi yang membuat komunikasi interaktif (Media Mahasiswa, 2018)

Wearesocial (2019) melaporkan bahwa platform media sosial, khususnya platform media sosial yang paling populer di seluruh dunia per Januari 2019 adalah Facebook, YouTube, dan Instagram. Namun, pengguna terbanyak di Indonesia adalah anak-anak, dengan Instagram dan YouTube lebih banyak digunakan untuk mendapatkan informasi, sedangkan Facebook digunakan hampir oleh semua usia. Facebook digunakan oleh orang-orang dari usia remaja (13 hingga 17 tahun) hingga usia tua (45 hingga 54 tahun), dengan banyak alasan, salah satunya adalah kemudahan untuk menemukan dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

@Milenialpkb.smi sendiri aktif dan menggunakan media sosial seperti Instragram untuk mendistribusikan konten pemberitaannya. Peneliti memilih @Milenialpkb.smi karena Instagram @milenialpkb.smi dapat menjadi wadah kampanye. Selain itu juga penelitian ingin . Keunikan pada penelitian ini mengkaji tentang unggahan @milenialpkb.smi kepada generasi Zilenial melalui platform instagram.

Seiring perkembangan zaman perubahan dinamika politik menjadi lebih kompleks. Dengan adanya media sebagai sebuah wadah baru untuk bersosial. Hal ini juga dapat memudahkan para politisi untuk berkampanye dan memperoleh dukungan dari masyarakat. Seperti yang kita ketahui bahwa media sosial menjadi tempat yang efektif dalam berinteraksi secara online. Tentunya media sosial sebagian besar digunakan oleh milenial dan Gen Z, yang mana nantinya pada tahun 2024 mereka menjadi DPT (Sinta, 2020).

Dengan adanya teknologi seperti sekarang ini adanya media sosial tentunya banyak dimanfaatkan dalam kancah politik tentunya dijadikan wadah untuk berkampanye berbasis media sosial. Karena di era teknologi yang semakin canggih seperti sekarang ini sebagian masyarakat pasti dapat mengakses dan memiliki sosial media. Maka dari itu sosial media sekarang banyak dijadikan para politisi sebagai sarana *branding* bagi personal ataupun partai politik sekalipun. Dewasa ini juga sudah banyak partai politik yang berusaha untuk mengikuti teknologi dan mulai melakukan adaptasi demi mendapatkan eksistensi partai politik terutama di kalangan milenial. Jika sebelumnya kampanye identik dengan blusukan dan terjun langsung ke lapangan dan bersentuhan langsung dengan masyarakat. Akan tetapi di masa yang semakin hari semakin dimudahkan oleh teknologi cara itu sudah mulai ditinggalkan. Karena dengan adanya sosial media ini lebih memudahkan sekaligus dijadikan wadah untuk berinteraksi dengan masyarakat.

Banyak sekali platform media sosial yang bisa kita akses sekarang ini contohnya di Instagram dengan akun @millennialpkb.smi yang didalamnya dijadikan sarana untuk membagikan segala informasi politik ataupun dijadikan sebagai wadah kampanye dari PKB agar dapat diakses oleh para pengguna sosial media dengan mudah. Dalam akun tersebut yang didalamnya terdapat berbagai konten yang diunggah yang mengandung unsur politik ataupun tidak tentunya itu dijadikan salah

satu cara pendekatan kepada masyarakat terutama para milenial agar mudah dikenal dan menarik perhatian milenial di sosial media (Fatimah, 2018).

Pada saat ini media sosial tentunya memiliki manfaat dan pengaruh yang sangat luar biasa. Dan dengan adanya politik media sosial ini menjadi point penting untuk menyampaikan berbagai pesan politik dan hal ini juga dapat mempengaruhi opini publik. Diharapkan adanya perkembangan ini masyarakat dapat menerima informasi yang berkualitas sehingga masyarakat dapat memahami mengenai dinamika atau fenomena politik yang kian terjadi. Karena partisipasi masyarakat sejak dulu sudah menjadi suatu masalah yang kerap kali timbul ketika pesta demokrasi berlangsung. Banyak hal yang membuat masyarakat kurang faham dan kebingungan untuk menentukan pilihan karena kurangnya atau ketidaktahuannya akan tujuan atau visi misi para calon yang tidak sedikit banyak masyarakat Indonesia yang lebih baik tidak memilih atau Golput.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apa citra politik yang ingin diciptakan oleh @Milenialpkb.smi?
2. Bagaimana analisis wacana kritis oleh akun intagram @milenialpkb.smi dalam membentuk citra politik di media sosial instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana citra yang dibangun sesuai dengan teori manajemen citra politik yang dilakukan oleh akun instagram @Milenialpkb.smi.
2. Menganalisis dan mengetahui wacana terkait citra politik yang di produksi oleh akun intagram @milaenialpkb.smi

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka manfaat dari adanya penelitian ini adalah:

1. Secara praktis

a. Bagi Organisasi

Menjadi sebuah kajian untuk evaluasi terhadap gaya komunikasi politik terbaru.

b. Bagi Penulis

Untuk dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dari perkuliahan yang di implementasikan dalam karya ilmiah.

c. Bagi pembaca

Sebagai salah satu referensi bacaan untuk membuat penelitian selanjutnya.

E. Kerangka Berfikir



Gambar 1. 2 Kerangka Berifikir

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Van Dijk dan teori Manajemen citra . Analisis wacana kritis adalah proses atau upaya untuk menjelaskan teks yang akan dikaji atau sedang dikaji oleh individu atau kelompok dengan harapan untuk mencapai tujuan mereka. Peneliti

dapat melihat produksi manajemen citra melalui teks, kognisi, dan konteks sosial pada unggahan akun Instagram @milenialpkb.smi dengan menganalisis wacana kritis ini.

kemudian peneliti menggunakan teori manajemen citra (Jones & Pittman, 1982) yang meng-kategorikan manajemen politik dalam 5 aspek yaitu : 1. *Ingratiation* 2. *Exemplification* 3. *Self Promotion* 4. *Intimidation* 5. *Supplication* yang nantinya peneliti akan menemukan titik temu antara kedua teori tersebut dalam suatu penelitian peneliti.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan penulis memuat dan melihat penelitian terdahulu yang berkaitan dengan apa yang sedang penulis teliti, yaitu:

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Natasya Septiyani yang berjudul “Interaktivitas Akun Twitter @Gerindra Sebagai Media Komunikasi Politik” jenis penelitian yang dipilih penulis yaitu penelitian kualitatif deskriptif yang dimana didalamnya menggambarkan cara komunikasi partai gerindra yang menjadikan twitter sebagai wadah komunikasi politik dan data yang diambil melalui teknik dokumentasi dan studi pustaka.

Persamaan penelitian dengan penelitian penulis yaitu didalamnya membahas mengenai gaya komunikasi sebuah partai dan menjadikan media sosial sebagai wadah atau sarana komunikasi untuk mendapat dukungan masyarakat terutama kaum milenial. Sedangkan penelitian penulis membahas mengenai strategi PKB dalam kontestasi pemilihan legislatif dengan membuat akun basis masa di media sosial untuk dapat suara milenial.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus penelitiannya. Penulis lebih meneliti strategi yang dilakukan oleh PKB dengan membuat akun yang bertujuan untuk mendapatkan suara milenial dengan komunikasi politik yang mudah dimengerti oleh milenial. Sedangkan penelitian terdahulu

membahas mengenai interaktivitas akun twitter gerindra untuk mendapatkan popularitas dikalangan milenial. Kemudian penelitian terdahulu menganalisis cara-cara komunikasi politik yang kekinian agar mudah diterima oleh milenial.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Gusrianda dkk yang berjudul “ Strategi Public Relation Partai Gerindra Dalam Membangun Reputasi Positif di Media Online” yang membahas mengenai peran media sosial yang dapat menggiring opini publik ke arah negatif yang dapat mempengaruhi reputasi partai politik. Metode yang dilakukan yaitu kualitatif deskriptif. Penelitian ini juga mewawancarai salah satu kader partai gerindra yang menghasilkan bahwa partai gerindra tidak menggunakan media sosial sebagai suatu wadah utama untuk menyampaikan informasi terkait kepartaian melainkan hanya sebagai wadah informasi akun partai.

Persamaan peneliti dengan penelitian penulis. Penelitian ini membahas mengenai sebuah relasi merupakan suatu faktor utama untuk mendapatkan dukungan dalam sebuah kontestasi. Penelitian ini membahas mengenai *public relation* partai gerindra terhadap reputasi positif di media sosial. sedangkan penelitian penulis meneliti mengenai akun @Milenialpkb.smi untuk dapat membangun citra positif masyarakat khususnya milenial sebagai basis masa.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terletak pada fokus penelitian yang hanya membahas public relation sebagai sebuah modal untuk membangun reputasi positif di media sosial. sedangkan penelitian penulis membahas mengenai akun @milenialpkb.smi dengan menggunakan komunikasi politik yang kekinian untuk mendapatkan dukungan milenial.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Salvatore Simarmata “Media Baru, Ruang Publik Baru, dan Transformasi Komunikasi Politik di Indonesia” yang didalamnya membahas mengenai media yang memberikan kontribusi besar untuk berdemokrasi. Metode yang dilakukan yaitu kualitatif deskriptif penelitian ini juga

berfokus terhadap transformasi komunikasi politik yang lebih intens dilakukan di media sosial.

Persamaan peneliti dengan penelitian penulis. Penelitian ini membahas pemanfaatan media sebagai alat komunikasi politik terbaru yang dapat diakses oleh siapa saja. Media baru dapat memberi kontribusi besar bagi demokrasi. Selain itu juga penggunaan media baru ini dapat merubah komunikasi politik yang selama ini cenderung top – down menjadi bottom – up dan decentralized.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti terletak pada fokus penelitian yang mana penelitian ini hanya berfokus terhadap penggunaan media sebagai alat komunikasi politik yang baru sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas variabel lain yang berkaitan dengan perkembangan komunikasi politik. Peneliti membahas mengenai penggunaan komunikasi politik di media sosial yang berdampak terhadap citra politiknya.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Nofuja Nurazizah dan Rizal Al-Hamid yang berjudul “ Branding Partai Gerindra di Platform Twitter Dalam Menghadapi Pemilu 2024 Sebagai Sarana Perubahan Politik di Indonesia “ yang didalamnya membahas upaya partai Gerindra untuk membranding diri dalam platform media sosial. Penelitian ini dilakukan dengan cara kualitatif deskriptif yang diambil melalui teknik dokumentasi dan studi pustaka.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti berada dimana pemanfaatan teknologi yang semakin canggih yang kini dimanfaatkan oleh aktor politik terhadap audiens untuk wadah atau sarana komunikasi. Hal ini merupakan suatu inovasi terbaru mengenai komunikasi politik dan media sosial sebagai wadah dalam merealisasikan perubahan politik pada pilpres 2024. Peneliti juga membahas mengenai media dan komunikasi politik yang bertransformasi sebagai sebuah alat kampanye terbaru. Disamping itu peneliti membahas mengenai komunikasi

politik yang dilakukan oleh para politisi untuk mendapatkan dukungan dari pengguna media sosial.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini peneliti membahas mengenai media sebagai sebuah wadah komunikasi politik partai gerindra untuk menghadapi pilpres 2024 sebagai sebuah inovasi baru politik di Indonesia. penelitian ini juga berfokus terhadap media yang belakangan ini menjadi sebuah alat politik yang masif digunakan oleh para partai atau bahkan politisi itu sendiri. Sedangkan penelitian peneliti membahas mengenai pemanfaatan media dan komunikasi politik terhadap elektabilitas para politisi untuk menghadapi kontestasi politik di tahapan nasional.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Novandhea Putri Rizkia “ Imagologi Politik: Komunikasi Politik Hendrar Prihadi di Media Sosial Dalam Membangun Citra Sebagai Pemimpin Populis” pada penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa Hendrar Prihadi merupakan sebuah pemimpin yang populis yang ditampilkan dalam dua gaya komunikasi politik. Pertama *self-promotion* dengan cara menyampaikan prestasi-prestasi yang telah dicapai untuk mendapatkan persepsi sebagai seorang yang layak untuk memimpin. Kedua dengan cara *Ingratiation* dengan cara menyampaikan pesan komunikasi politik melalui media sosial sebagai pemimpin yang baik terhadap masyarakat (Novandhea, 2022).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis sama-sama membahas mengenai peran media sosial sebagai alat untuk membangun popularitas partai maupun politisi untuk menjadi pemimpin yang populis. Adapun komunikasi politik yang berkembang seiring dengan transformasi media sosial sebagai alat politik menjadi peran inti dalam mendapatkan popularitas di masyarakat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada dasar pembahasan serta variabel yang diteliti. Pada penelitian ini berfokus terhadap sebuah citra yang sudah terbangun dan disalurkan di media sosial untuk

dapat meyakinkan masyarakat. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas mengenai media sosial dan komunikasi politik dapat membangun elektabilitas para politisi untuk bekal pada kontestasi politik di 2024.

