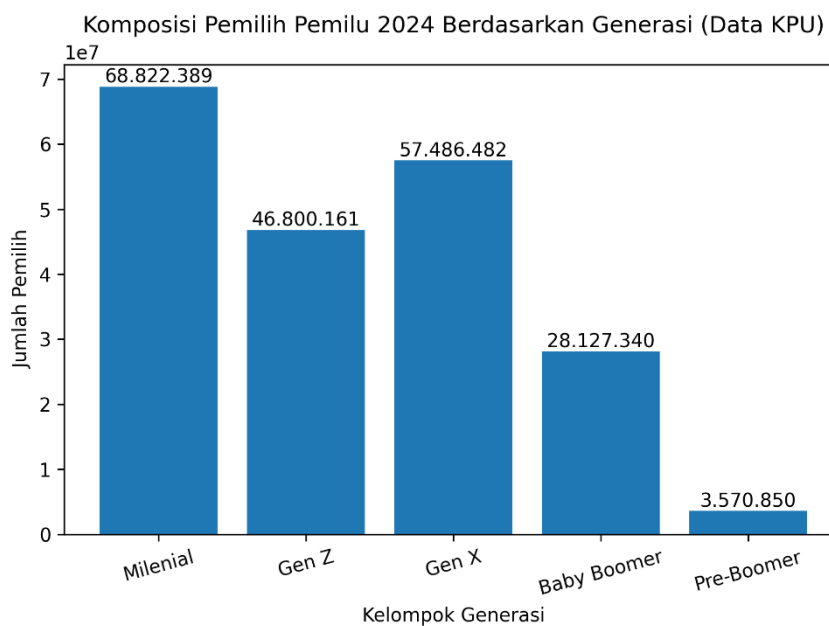


BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasca terjadinya reformasi 1998, menandai terjadinya perubahan lanskap baru bagi dinamika demokrasi di Indonesia. Reformasi menjadi sebuah lembaran baru bagi masyarakat, berakhirnya rezim Orde Baru yang bercorak otoritarian membuka peluang partisipasi politik bagi khalayak publik lebih luas. Transformasi demokrasi ini memperkaya dinamika didalamnya, demokrasi yang berkembang setelah runtuhnya rezim Orde Baru melahirkan sistem politik yang lebih terbuka dan kompetitif. Lanskap demokrasi Indonesia mengalami perubahan besar seiring dengan terbukanya ruang kebebasan berekspresi dan meningkatnya partisipasi publik dalam kehidupan politik (Heryanto, 2018).



Gambar 1. 1 Data pemilih tetap pada tahun 2024

(sumber: news.republika.co.id)

Berdasarkan data rekapitulasi KPU menunjukkan bahwa dari total 204.807.222 pemilih, sebanyak 46.800.161 pemilih (22,85 %) berasal dari Generasi Z (lahir sekitar 1995–2000-an), dan 66.822.389 pemilih (33,60 %) berasal dari generasi Milenial (lahir sekitar 1980–1994). Jika kedua kelompok ini digabungkan,

total pemilih muda mencapai sekitar 113.622.550 orang, atau sekitar 56,45 % dari seluruh pemilih pada Pemilu 2024. Dengan kata lain, lebih dari setengah kekuatan pemilih nasional pada kontestasi politik tersebut berasal dari kelompok generasi yang relatif muda. Dominasi ini menunjukkan adanya peran penting dari kedua generasi dalam proses pemilihan umum di Indonesia. Kelompok usia tersebut dikenal memiliki pola penggunaan media digital dan media sosial yang sangat tinggi, baik sebagai sarana informasi maupun ruang interaksi sosial-politik.

Didukung dengan kehadiran perkembangan teknologi informasi yang semakin masif. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi secara perlahan mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan isu-isu politik. Dalam dua dekade terakhir, terutama sejak hadirnya media sosial seperti *Facebook*, *X*, dan *Instagram*, ruang politik Indonesia tidak lagi terbatas pada arena fisik seperti kampus, partai, atau media massa konvensional. Politik kini juga berlangsung di ruang digital yang bersifat interaktif, cair, dan inklusif. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkontribusi besar terhadap transformasi politik tersebut (Dasri, 2025)

Hari ini, media sosial menjadi sebuah inovasi teknologi yang paling berpengaruh dalam dua dekade terakhir (Yulianti et al., 2023). Kehadiran *platform* seperti *Facebook*, *X*, dan *Instagram* tidak hanya merubah cara individu berinteraksi, tetapi juga memengaruhi dinamika sosial dan politik dalam skala global. Hal ini didukung oleh kemampuan media sosial dalam berbagi informasi secara cepat dan luas (Romadhona et al., 2023). Faktor ini yang membawa media sosial menjadi sebuah terobosan bagi dunia politik, perubahan interaksi dan budaya politik digital menjadi dinamika pembaharu bagi dunia.

Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 berlangsung dalam konteks transformasi digital yang semakin masif di Indonesia. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU), jumlah pemilih pada Pemilu 2024 didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z, yang secara agregat mencakup lebih dari 56 persen total pemilih nasional. Dominasi pemilih muda ini menandai pergeseran penting dalam struktur elektoral Indonesia, di mana kelompok usia produktif dan digital-native menjadi aktor utama dalam kontestasi politik nasional.

Sejalan dengan kondisi tersebut, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 melaporkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai sekitar 79 persen dari total populasi, atau setara dengan lebih dari 220 juta pengguna internet. Tingginya penetrasi ini tidak hanya mencerminkan akses teknologi yang semakin merata, tetapi juga menunjukkan bahwa internet telah menjadi medium utama dalam aktivitas sosial, ekonomi, dan politik masyarakat Indonesia. Kelompok usia Milenial dan Generasi Z tercatat sebagai kontributor terbesar dalam penggunaan internet, baik dari segi intensitas maupun ragam aktivitas digital yang dilakukan. Lebih lanjut, laporan DataReportal: Digital 2024 Indonesia menunjukkan bahwa dari total pengguna internet tersebut, sekitar 139 juta orang merupakan pengguna aktif media sosial. Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, melainkan telah berkembang menjadi ruang publik digital tempat berlangsungnya produksi wacana, pertukaran opini, serta pembentukan sikap politik. Platform seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, dan Facebook menempati posisi teratas dalam tingkat penggunaan nasional, dengan Instagram menjadi salah satu media yang paling populer di kalangan generasi muda karena karakteristiknya yang visual, interaktif, dan berbasis komunitas.



Gambar 1. 2 Data pengguna media sosial berdasarkan kelompok generasi (2024)

(sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024)

Kondisi ini menunjukkan adanya irisan yang kuat antara dominasi pemilih muda dan intensitas penggunaan media sosial, khususnya di kalangan Milenial dan Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh dalam ekosistem digital, kelompok ini cenderung memperoleh informasi politik, membangun preferensi, serta mengekspresikan sikap politiknya melalui media sosial. Dengan demikian, media sosial menjadi arena strategis dalam pembentukan dan penyebaran narasi politik, baik selama masa kampanye maupun setelahnya.

Dalam konteks Pemilihan Umum di Indonesia, kampanye memiliki kedudukan yang diatur secara normatif dan temporal. Masa kampanye pemilu merupakan periode resmi yang ditetapkan oleh penyelenggara pemilu, di mana peserta pemilu diperbolehkan melakukan aktivitas kampanye sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Masa kampanye bertujuan untuk menjamin prinsip keadilan, keterbukaan, dan kesetaraan antar peserta pemilu, sekaligus memberikan ruang bagi pemilih untuk mengenal dan mengevaluasi alternatif politik yang tersedia. Pada periode ini, berbagai bentuk kampanye

dilakukan, mulai dari pertemuan tatap muka, rapat umum, penyebaran alat peraga kampanye, hingga pemanfaatan media massa dan media daring.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, praktik kampanye politik mengalami transformasi signifikan, terutama melalui pemanfaatan media sosial. Media sosial memungkinkan kampanye dilakukan secara lebih cepat, luas, dan berkelanjutan, melampaui batas ruang dan waktu yang selama ini melekat pada kampanye konvensional. Platform media sosial seperti Instagram, Twitter/X, Facebook, dan TikTok menyediakan ruang bagi aktor politik dan komunitas pendukung untuk tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga membangun interaksi, mobilisasi dukungan, serta keterlibatan emosional dengan audiens.

Media menurut Cangara dalam Ghifari (2024), merupakan sebuah saluran yang berfungsi sebagai platform untuk menyebarkan informasi, berita, hiburan, iklan, dan bentuk konten lainnya untuk menjangkau banyak orang secara bersamaan. Secara umum media sosial merupakan sebuah platform individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial menjadi sebuah perantara yang memperkuat hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Dalam dua dekade terakhir, media sosial juga berperan penting dalam membentuk opini publik dan dinamika elektoral di Indonesia. Pemilu 2014 menjadi titik balik penting, ketika media sosial digunakan secara masif oleh tim kampanye untuk membangun citra kandidat dan menggalang dukungan. Sejak saat itu, media sosial menjadi arena strategis dalam setiap kontestasi politik, baik di tingkat nasional maupun lokal. Platform seperti Instagram dan X bukan hanya tempat menyampaikan program politik, tetapi juga ruang di mana makna politik diproduksi, diperdebatkan, dan dipersonalisasi. Masyarakat kini tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga produsen makna yang aktif melalui komentar, unggahan, dan partisipasi digital lainnya.

Kampanye melalui media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan kampanye tradisional. Pertama, komunikasi politik di media sosial bersifat lebih partisipatoris, karena audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen dan penyebar ulang narasi politik. Kedua,

kampanye digital cenderung mengandalkan narasi visual, simbolik, dan afektif, seperti penggunaan gambar, video, tagar, serta cerita personal yang mudah dibagikan. Ketiga, media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas pendukung digital yang secara aktif mereproduksi dan memperkuat pesan kampanye, bahkan di luar struktur formal tim kampanye.

Lebih lanjut, praktik kampanye politik di media sosial tidak selalu berhenti ketika masa kampanye resmi berakhir. Narasi politik yang telah dibangun selama masa kampanye sering kali terus diproduksi, dinegosiasikan, dan dipertahankan oleh komunitas pendukung di ruang digital pasca kampanye. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat kampanye elektoral, tetapi juga sebagai ruang diskursif politik tempat berlangsungnya pertarungan makna, legitimasi, dan identitas politik setelah kontestasi formal selesai.

Fenomena ini menjadi sebuah bukti bahwa hadirnya media sosial dalam dinamika politik nasional pasca reformasi telah merubah peta yang ada, menjadi lebih transparan, partisipatif dan memainkan visual sebagai daya tarik pendukung. Dalam perkembangan selanjutnya, berbagai platform media sosial memainkan peran yang semakin signifikan dalam membentuk opini publik dan perilaku politik masyarakat Indonesia. *Instagram*, terutama, muncul sebagai ruang di mana aktor politik dan komunitas pendukungnya membangun citra, menyebarkan narasi, dan memobilisasi dukungan secara langsung. Sebuah penelitian menemukan bahwa *Instagram* telah menjadi “arena politik strategis bagi para politisi, dimana kekuasaan simbolik diperjuangkan melalui unggahan visual, gambar, video pendek, dan hashtag” (Suryadi & Melisa, 2025).

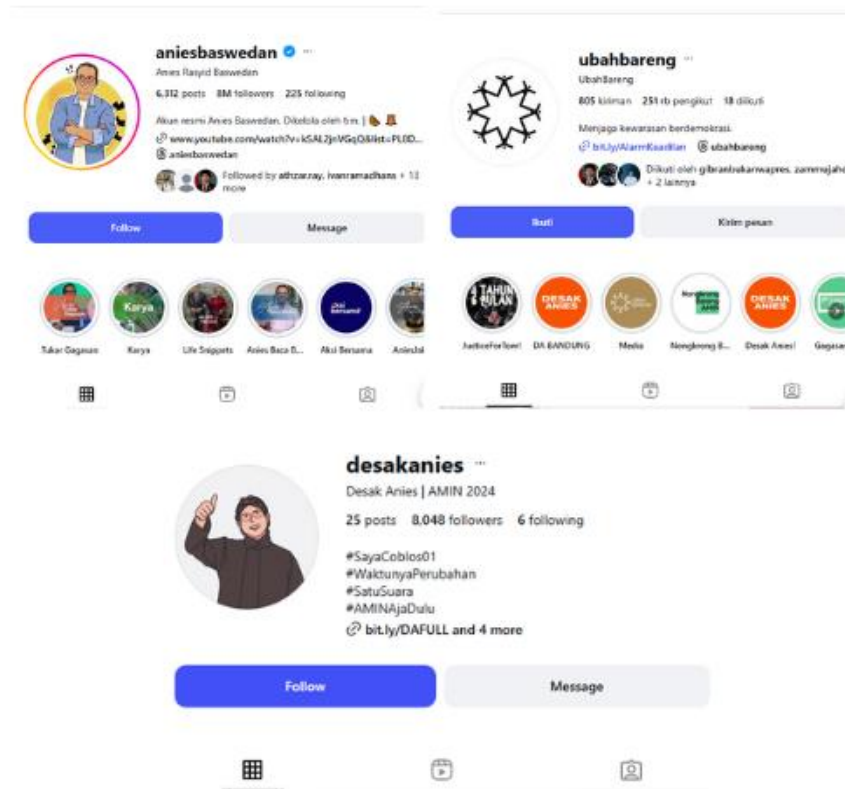
Hal ini didukung pula oleh kehadiran media media lain seperti, *X* yang memainkan peran signifikan sebagai ruang diskusi publik dan pembentukan opini. Kedua media ini memungkinkan pengguna untuk komentar secara panjang, menggunakan banyak emoji dan hashtag. Hal ini menandakan bahwa diskusi politik daring telah menjadi lebih visual, simbolik, dan bermuatan identitas. Kemudian, kehadiran *TikTok* sebagai media sosial yang begitu digemari oleh kalangan pengguna dunia maya, di mana konten-video pendek dan *user-generated content* (UGC) yang memungkinkan aktor politik dan komunitas pendukung menjangkau

audiens yang lebih muda, dan turut membentuk opini publik melalui gaya naratif yang ringan namun visual kuat (Ferreira et al., 2021).

Meskipun diskursus politik sering memuncak di X (Twitter), data We Are Social dari DataReportal (2024) menunjukkan bahwa Instagram berada di peringkat ke-3 platform sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia (dikonsumsi oleh 74,8% pengguna internet usia 16-64 tahun), jauh mengungguli X yang hanya berkisar 27,5%. Selain itu, karakter Instagram yang berfokus pada visual-estetis dan fitur interaktif (Reels, Stories, Broadcast Channel) menciptakan ekosistem *affective bonding* yang berbeda dibanding X yang cenderung berbasis percakapan teks tajam/polaritatif. Minimnya studi netnografi pada Instagram pasca-pemilu membuat dinamika visual-kolektif pendukung politik di platform ini belum terpeta secara komprehensif.

Fenomena kontemporer yang muncul dari praktik politik di media sosial ini adalah meningkatnya politik naratif, visual, dan simbolik. Narasi politik tidak lagi hanya mengandalkan teks panjang atau pidato formal, tetapi banyak dikemas dalam bentuk gambar, meme, video pendek, repost cerita (*stories*), dan interaksi komentar yang bersifat identitas-kolektif. Akun-akun pendukung politisi kerap mengolah citra tokoh melalui gaya visual yang mudah diingat, simbol-simbol kebersamaan, serta narasi yang menegaskan nilai-nilai tertentu (misalnya perubahan, kejujuran, rakyat kecil) melalui estetika digital atau *gimmick* (Eddyono, 2025).

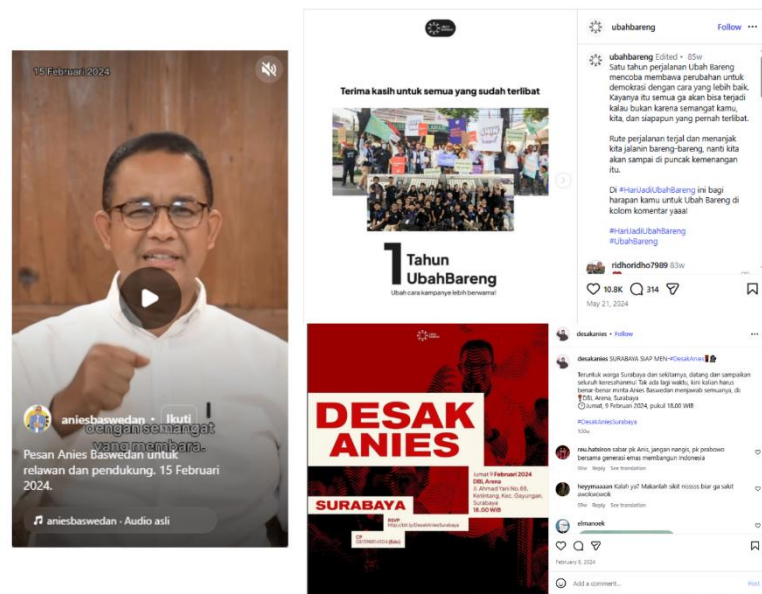
Kehadiran program Desak Anies yang menjadi salah satu momentum politik digital yang mencolok dalam lanskap politik kontemporer Indonesia. Kegiatan yang menghadirkan dialog langsung antara Anies Baswedan dan kelompok-kelompok masyarakat ini tidak hanya menjadi peristiwa tatap muka, tetapi juga didistribusikan dan dilanjutkan narasinya secara masif di ruang daring, terutama melalui akun-akun yang secara eksplisit menandai dukungan seperti @aniesbaswedan (akun resmi), @DesakAnies (akun inisiatif/gerakan program), dan @UbahBareng (akun kampanye/komunikasi).



Gambar 1. 3 Profil Instagram

(sumber: Instagram)

Setiap akun memiliki peran masing-masing, seperti @aniesbaswedan sebagai akun resmi politisi yang sedang melaksanakan kontestasi menjadi sumber citra dan pesan resmi memformalkan citra politik sang aktor. Kemudian akun @DesakAnies yang menjadi mengoperasikan fungsi aggregator dan fasilitator lapangan dengan menampung dan menyebarluaskan konten event, testimoni peserta, serta *call-to-action* untuk partisipasi. Sedangkan akun @UbahBareng menjadi ruang mediasi publik yang mengemas pesan dengan strategi visual yang lebih terseruktur untuk audiens generasi muda, misalnya melalui reels, rangkuman video singkat, dan grafis beragam yang memudahkan pengenalan merek kampanye (Arnanda, 2023). Kombinasi ini sukses dalam membentuk dan memperkuat citra visual politik seorang Anies Baswedan dalam kontestasi pemilihan presiden 2024.



Gambar 1. 4 Postingan Instagram

(sumber: Instagram)

Komunitas pendukung Anies Baswedan kemudian membangun narasi dukungan melalui rentang bentuk konten yang kaya: dari konten visual statis (foto dan desain poster), video pendek dan highlights (reels/IGTV), hingga meme dan konten humor yang mudah diviralkan. Penggunaan elemen visual, seperti framing foto, palet warna, logo/tagar, serta video pendek yang dipadukan dengan caption emotif, kutipan-kutipan ringkas, dan tagar kolektif untuk membentuk *storyline* yang konsisten; misalnya menonjolkan tema perubahan, kedekatan dengan rakyat, dan integritas. Praktik pembuatan meme dan video pendek sering kali berfungsi sebagai alat retorik yang menyederhanakan pesan politik untuk disampaikan sebagai simbol-simbol mudah diingat yang dapat beredar luas melalui repost dan story. Kajian multimodal pada pencitraan politik menekankan bahwa makna politik pada platform seperti Instagram dibangun melalui kombinasi semiotik (gambar + teks) sehingga analisis visual menjadi krusial untuk memahami representasi politik komunitas pendukung Anies Baswedan (Arnanda, 2023).

Dalam konteks ini, interaksi antara Anies Baswedan dan pendukungnya menunjukkan adanya fenomena kedekatan yang dibangun dalam dunia digital. Penggunaan istilah internal seperti “anak abah” menjadi sebuah penanda identitas

kolektif yang ada dalam dinamika politik digital. Relasi kedekatan ini menunjukkan bahwa emosional dapat dibentuk tidak hanya lewat kedekatan fisik, tetapi juga dapat dibentuk lewat digital. Kedekatan yang dibangun ini kemudian menjadi mekanisme dalam menciptakan identitas kelompok, dalam konteks ini, Anies Baswedan dengan “anak abah”nya sebagai identitas pendukungnya.

Penggunaan identitas dengan istilah keluarga menunjukkan adanya kedekatan simbolik yang disebut sebagai *affective bonding*. Istilah ini merujuk pada keterikatan emosional yang muncul lewat penggunaan istilah keluarga atau relasi kekerabatan dalam mengukuhkan solidaritas politik. Dalam platform X misalnya, terdapat komunitas “HaveAniesDay” yang menunjukkan adanya konsep kekerabatan simbolik yang dimanfaatkan untuk menciptakan rasa saling memiliki dalam komunitas pendukung politik (Rani, 2025).

Kedekatan emosional ini kemudian diperkuat dengan simbol-simbol identitas yang dihasilkan secara digital. Bentuknya beragam, mulai dari gaya visual, istilah internal, maupun penggunaan tagar tertentu yang digunakan berulang didalam konten komunitas pendukung. Komunitas digital menggunakan elemen visual dan linguistik sebagai bentuk pengulangan sebagai bentuk pembangunan identitas bersama dan menempatkan diri dalam lanskap sosial-politik yang lebih luas.

Identitas kelompok ditunjukkan lewat praktik ruang digital yang menjadi bagian dari budaya komunitas pendukung. Tindakan seperti melakukan *repost* konten dari akun yang berkenaan dengan tokoh politik yang didukung, memberikan komentar dengan gaya yang seragam ataupun bahkan terlibat dalam “serangan narasi” secara bersamaan dalam momentum tertentu menunjukkan bahwa komunitas pendukung digital memiliki pola interaksi yang relatif seragam. Apa yang dilakukan oleh pendukung dalam media sosial menunjukkan adanya praktik *ritualized participation*, dimana bentuk partisipasi digital yang berulang dan konsisten dalam mengokohkan rasa antara sesama pendukung dan memperluas jangkauan narasi komunitas. Dalam konteks komunitas pendukung Anies Baswedan, hal ini menjadi konstruksi dari representasi politik dalam membangun klaim representasi kolektif yang merupakan bagian dari identitas politik yang lebih besar.

Adanya pergeseran dalam ruang partisipasi politik menuju praktik simbolik dan digital yang berlangsung terus-menerus di ruang daring telah merubah pola partisipasi politik klasik. Perubahan bentuk partisipasi tersebut dapat dilihat dari intensifikasi aktivitas simbolik, seperti unggahan sebagai tindakan representatif, komentar dan like sebagai bentuk afirmasi kolektif, serta pembuatan konten sebagai pekerjaan budaya politik yang mengekspresikan identitas kelompok. Adanya peralihan menjadi performansi representatif yang bergantung pada estetika, tempo, dan logika distribusi platform (algoritma) yang menjadi semakin simbolik dan terdistribusi ini melahirkan sebuah kebutuhan metodologis, dimana adanya kebutuhan untuk menganalisis yang cukup serius dalam menangkap praktik, makna, dan konteks produksi narasi di ruang digital (Reviyanti, 2023).

Netnografi menjadi sebuah diskursus yang dapat menjawab fenomena ini, dimana melalui pendekatan Netnografi memungkinkan kita untuk mengikuti jejak kehidupan komunitas daring, mengamati praktik keseharian pembuat konten, membaca pola interaksi, dan menafsirkan logika budaya yang mengikat anggota komunitas tersebut. Pendekatan Netnografi dapat menjadi kacamata dalam melihat representasi politik bukan sekadar sebagai teks yang dianalisis, tetapi sebagai praktik sosial yang terjaring oleh teknologi *platform*, relasi antaraktor, dan repertoar budaya visual yang sarat akan makna dan identitas serta sebagai rasa keterwakilan politik dalam dunia digital (Reviyanti, 2023).

Secara teoritis, kehadiran digitalisasi ruang publik harusnya dapat menjadi sebuah arena baru untuk menciptakan ruang dialog antar warga negara secara rasional dalam mengemukakan pendapat. Dalam kerangka ideal ini, warga negara tidak hanya menjadi penerima pesan atau objek kampanye, melainkan subjek aktif yang berpartisipasi dalam pembentukan opini publik, mempengaruhi kebijakan, dan mempertahankan kontrol terhadap kekuasaan politik (Rozie et al., 2024). Mengutip pernyataan Jurgen Habermas dalam karyanya yang berjudul *The Structural Transformation of the Public Sphere* memandang bahwa ruang publik adalah wilayah sosial diluar negara di mana warga dapat berdialog mengenai urusan umum melalui argumen yang rasional dan partisipatif. Secara ideal, bersifat terbuka bagi semua warga, tanpa batasan status sosial, dan dialog berlangsung secara egaliter.

Menunjukkan bahwa opini publik terbentuk secara kritis, dan kekuasaan dilegitimasi melalui debat terbuka dan transparan. Namun, perkembangan teknologi dan media digital menuntut perluasan konsep ini: munculnya yang disebut “*public sphere digital*” atau “*digital public sphere*” (Sakariassen, 2020).

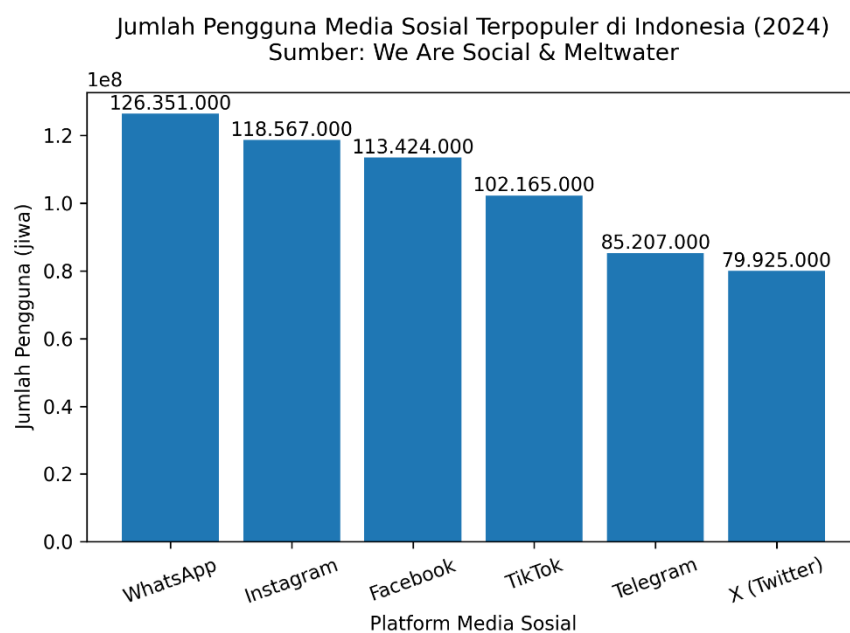
Kemudian konsep ini diselaraskan dengan teori representasi politik yang di diperkenalkan oleh Pitkin kemudian dikembangkan oleh Saward, representasi politik secara dasar diartikan sebagai menghadirkan yang tidak hadir. Dimana dikemukakan bahwa representasi politik tidak hanya berkutat pada wakil resmi ataupun institusi politik formal, tetapi lebih dari itu, representasi politik dipahami sebagai keterlibatan dalam proses simbolik dan performatif di mana aktor (termasuk warga atau komunitas) membuat klaim bahwa mereka mewakili warga atau nilai-nilai publik tertentu. Masyarakat luas dalam memandang proses representasi politik ikut hadir dalam hubungan simbolik, citra dan klaim sosial (Lavi et al., 2024). Perubahan ini berubah seiring terjadinya berbagai perubahan perpolitikan yang terjadi di dunia baik secara teoritis maupun dalam tataran praktis (Ekawati, 2014).

Dalam konteks pendukung politik dalam media sosial, representasi menjadi selaras dimana pendukung seorang tokoh politik melalui akun daring berupaya melakukan klaim representasi: mereka mengangkat citra tokoh, membingkai nilai yang dianggap mereka wakili, dan menjalin hubungan simbolik dengan publik daring. Representasi dalam daring menjadi wadah dalam berpartisipasi aktif dalam narasi narasi yang dibangun.

Komunikasi politik dalam hal ini menjadi penekanan bahwa secara ideal, pesan politik, citra politik dan relasi antara aktor politik dan konstituen ataupun masyarakat luas sangat bergantung pada instrumen komunikasi digital. Media sosial memungkinkan komunikasi menjadi lebih interaktif, partisipatif, dan terbuka dibandingkan komunikasi satu arah. Media sosial menjadi pintu dalam membangun keterlibatan dan partisipasi yang lebih inklusif.

Didukung oleh Kehadiran media sosial di kehidupan masyarakat terus menunjukkan peningkatan dalam sepuluh tahun terakhir. Dilansir dari DataReportal, pada Januari tahun 2025 menunjukkan ada 356 juta ponsel selular aktif. Pengguna internet di Indonesia menyentuh angka 212 juta per Januari pada tahun 2025.

Pengguna media sosial di Indonesia sudah menyentuh angka 143 miliar orang, angka ini setara dengan 50,2% dari populasi global (Kemp, 2025). Dengan pertumbuhan sebesar 4,1% dengan tambahan 206 juta pengguna baru dalam setahun terakhir. platform terbesar media sosial adalah Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram dan Tiktok. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara yang mengakses media sosial terlama berdasarkan rata-rata waktu penggunaannya. Dengan menorehkan waktu 188 menit per hari di media sosial, atau sekitar 3 jam 8 menit. Data ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat dalam melakukan komunikasi secara personal, tetapi juga dimanfaatkan untuk membangun koneksi yang lebih dekat, memperkuat evaluasi, dan meningkatkan keterjangkauan dengan audiens (Adnan & Mona, 2024).



Gambar 1. 5 Data penggunaan platform media sosial di Indonesia

(sumber: theglobalstatistics.com)

Berdasarkan fakta dilapangan, dapat diambil pelajaran bahwa hari ini ruang digital telah menciptakan arena di mana identitas politik, representasi, dan opini publik terbentuk melalui interaksi sehari-hari warga di platform daring. Dengan tingkat keterlibatan publik yang tinggi dalam media sosial dan interaksi yang bersifat dua arah, aktivitas politik di media sosial kini menjadi fenomena sosial tersendiri yang dapat dikaji melalui pendekatan Netnografi. Netnografi memandang bahwa

media sosial lebih dari sekedar alat komunikasi, melainkan menjadi sebuah ruang sosial hidup. Adanya interaksi dan makna kolektif didalamnya membuat unggahan, komentar, dan repost bukan sekedar jejak data, tetapi juga bentuk ekspresi, simbol identitas, dan praktik politik sehari-hari.

Dalam kajian demokrasi digital, ruang publik didalam media sosial sering disebut sebagai arena deliberatif tempat masyarakat terlibat dalam diskusi yang rasional, terbuka dan inklusif. Harapan normatif ini berangkat dari gagasan ruang publik yang digaungkan Habermas, dimana pertukaran argumen secara kritis untuk membentuk opin publik yang substantif. Media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa ruang digital secara ideal dibayangkan sebagai ruang partisipasi yang lebih terbuka dan memungkinkan publik membangun percakapan politik yang lebih partisipatif dan inklusif.

Namun realitas yang hadir hari ini, dalam pendukung politik termasuk pendukung Anies Baswedan di Instagram menunjukkan adanya dinamika yang berbeda. Dibanding menjadi ruang deliberatif, praktik komunikasi yang berkembang didominasi oleh citra, simbol dan identitas kelompok. Penggunaan istilah emosional seperti “anak abah”, pengulangan visual yang menekankan figur, serta kegiatan digital menunjukkan bahwa partisipasi lebih diarahkan pada penguatan solidaritas internal daripada pembentukan diskusi kritis mengenai isu-isu publik. Komunitas digital kerap membentuk representasi politik melalui konstruksi naratif dan simbolik yang bersifat afektif, bukan lewat argumentasi substantif. Sehingga, ruang digital cenderung dijadikan arena performatif tempat identitas kelompok.

Penelitian dalam beberapa tahun terakhir berkenaan dengan politik digital di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan kecenderungan kuat untuk menempatkan aktor politik sebagai pusat analisis. Sehingga peneliti memilih penelitian ini untuk memberikan kontribusi dalam memahami politik digital Indonesia, dengan mengisi celah penelitian yang secara khusus mengkaji komunitas pendukung Anies Baswedan di platform Instagram. Hal ini dilakukan karena penelitian dengan topik yang sama lebih banyak dilakukan di platform X (X), Platform Instagram, yang sangat berbasis visual dan memiliki pola interaksi yang

berbeda, belum banyak diteliti sebagai arena konstruksi identitas politik komunitas pendukung, terutama setelah momentum kampanye selesai.

Minimnya analisis berbasis Netnografi yang berfokus pada fase pasca-kampanye juga menjadi celah. Fase ini penting untuk dilihat karena narasi politik tidak lagi diarahkan sebagai mobilisasi elektoral, tetapi untuk mempertahankan identitas kolektif dan memastikan keberlanjutan representasi politik. Sebagian besar penelitian yang mengkaji politik digital berorientasi pada masa kampanye, hal ini dilakukan karena fase ini dianggap sebagai momen paling intens dalam produksi konten. Tetapi dalam konteks pendukung Anies Baswedan, fase pasca-kampanye menjadi sebuah ruang pengamatan yang baru untuk memberikan pemahaman mengenai pembangunan kesinambungan identitas politik yang dilakukan pendukung setelah berakhirnya momen penting. Hal ini kemudian menjadi sebuah urgensi dalam penelitian ini, karena berhubungan dengan kontestasi lanjutan pada tahun 2029. Penelitian ini dapat melihat bagaimana pengelolaan akan terus berjalan walaupun masa kontestasi telah berakhir, dimana akan menunjukkan loyalitas pendukung kepada aktor politik sampai menjelang pemilihan presiden 2029.

Unggahan pada media sosial aktor politik dalam dua kurun waktu berbeda menjadi sebuah daya tarik untuk diteliti. Hal ini dapat menunjukkan apakah unggahan yang ada pada saat berakhirnya masa kampanye masih selaras seperti yang dilakukan pada saat masa kampanye. Perilaku aktor politik dalam merawat basis pendukung dapat terlihat dari celah penelitian ini.

Kemudian, mayoritas kajian masih kurang berfokus dalam menelaah bagaimana komunitas digital membangun klaim representasi dan agenda naratif secara *bottom-up*. Kajian terdahulu berfokus pada bagaimana elite memengaruhi publik, bukan bagaimana publik membangun representasi politik mereka sendiri. Padahal jika merujuk pada teori representasi politik yang dikemukakan oleh Saward, representasi politik tidak hanya berlangsung di lembaga formal, tetapi juga dapat diwujudkan oleh aktor non-elite melalui klaim representasi performatif. Pola produksi narasi *bottom-up* ini sangat penting untuk dipahami dalam konteks politik digital yang memberi ruang lebih besar bagi partisipasi masyarakat sipil.

Dalam konteks inilah penelitian ini memposisikan diri sebagai kontribusi akademik baru. Dengan memilih celah-celah yang jarang dialami dalam penelitian penelitian serupa sebelumnya. Didukung dengan menekankan analisis bottom-up dan memadukan pendekatan Netnografi dengan analisis wacana, penelitian ini menawarkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana politik digital bekerja di tingkat komunitas pendukung dan bagaimana representasi politik dikonstruksi melalui praktik sehari-hari di media sosial Instagram. Dengan pemilihan konten yang diambil dipilih berdasarkan periode masa kampanye yang ditetapkan oleh KPU RI (28 November 2023-10 Februari 2024) sampai dengan setelah masa kampanye saat penetapan calon presiden dan wakil presiden terpilih (20 Maret 2024).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang permasalahan, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk dan karakteristik representasi politik yang dibangun oleh komunitas pendukung Anies Baswedan melalui akun @aniesbaswedan, @DesakAnies, dan @UbahBareng di media sosial Instagram pada masa kampanye dan pasca berakhirnya kampanye?
2. Bagaimana strategi komunikasi politik yang digunakan dalam mengonstruksi dan menyebarkan narasi politik melalui konten digital di akun-akun tersebut?
3. Bagaimana proses agenda setting terbentuk dalam aktivitas digital komunitas pendukung Anies Baswedan, sehingga isu dan citra tertentu menjadi dominan dalam representasi politik yang ditampilkan di media sosial?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis bentuk dan karakteristik representasi politik yang dibangun oleh komunitas pendukung Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan, @DesakAnies, dan @UbahBareng pasca program Desak Anies pasca fase kampanye.

2. Mengkaji strategi komunikasi politik yang digunakan oleh komunitas pendukung dalam mengonstruksi serta menyebarkan narasi politik di ruang digital, termasuk penggunaan simbol, bahasa visual, dan praktik interaksi yang membentuk identitas serta solidaritas komunitas.
3. Menjelaskan proses agenda setting yang berlangsung dalam aktivitas digital komunitas pendukung Anies Baswedan, terkhusus bagaimana isu, citra dan tema tertentu diprioritaskan dalam dominasi representasi politik yang ditampilkan di Instagram

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki potensi untuk bermanfaat bagi setiap individu yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan di masa yang akan datang, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan kajian Ilmu Politik, terkhusus dalam ruang lingkup politik digital, komunikasi politik dan representasi politik. Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman yang lebih dalam tentang representasi politik, dimana klaim representasi tidak hanya dibangun oleh aktor elite politik, tetapi juga dapat dilakukan oleh komunitas pendukung lewat praktik simbolik di media sosial. Selain itu, dengan mengisi celah-celah penelitian yang belum terisi, diharapkan dapat memperkaya kerangka analisi politik digital di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Politisi dan Tim Kampanye

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi politisi dan tim kampanye dalam memahami bagaimana komunitas pendukung dapat membangun representasi politik secara mandiri di ruang digital. Temuan penelitian ini dapat membantu melihat dinamika komunikasi *bottom-up*, memahami pola narasi yang berkembang secara organik, dan memahami bahwa dukungan politik didalam ruang digital tidak hanya berkaitan dengan

pencitraan aktor, tetapi pembentukan identitas dan makna politik di tingkat komunitas.

b. Bagi Pemilih

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman dalam kesadaran kritis terhadap partisipasi politik di media sosial. Dengan memahami bagaimana narasi politik dibangun dengan simbol dan identitas serta dukungan komunitas sesama pendukung. Sehingga penelitian ini dapat mendorong pemilih untuk bisa lebih reflektif dalam melihat ruang digital sebagai arena partisipasi politik.

c. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam menyediakan rujukan metodologis dan konseptual bagi para akademisi dan peneliti yang tertarik mengkaji politik digital, komunitas daring dan Netnografi. Fokus pada pasca-kampanye serta komunitas pendukung sebagai aktor non-elite dapat membuka peluang penelitian lanjutan dengan pendekatan serupa di konteks politik dan platform digital yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperkaya khazanah studi politik digital di Indonesia.

E. **Kerangka Berpikir**

Berangkat dari fenomena menguatnya aktivitas komunitas dalam beberapa tahun terakhir, terkhusus komunitas digital Anies Baswedan di platform Instagram. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial tidak lagi terbatas sebagai saluran komunikasi politik yang bersifat satu arah, dari elite kepada publik, melainkan sudah berkembang sebagai ruang di mana komunitas pendukung secara aktif memproduksi dan mendistribusikan narasi politik mereka sendiri. Fenomena ini tercermin jelas lewat aktivitas akun yang berkaitan dengan sosok Anies Baswedan seperti @aniesbaswedan, @desakanies, dan @ubahbareng yang secara konsisten menampilkan konten visual dan narasi politik yang tidak hanya merepresentasikan figur Anies Baswedan, tetapi juga membangun identitas kolektif komunitas pendukungnya di ruang digital. Kegiatan semacam ini mencerminkan bahwa

komunitas pendukung hari ini tidak hanya sebagai audiens yang pasif, melainkan sebagai aktor yang terlibat langsung dalam proses konstruksi makna politik.

Walaupun praktik komunikasi ini berorientasi pada masa kampanye elektoral, aktivitas komunitas digital pendukung Anies Baswedan justru memperlihatkan adanya penguatan pada fase pasca kampanye pemilihan. Dalam fase ini, produksi narasi politik tidak lagi semata-mata diarahkan untuk mobilisasi suara, tetapi berfungsi sebagai bentuk defensif dalam mempertahankan identitas politik dan solidaritas komunitas, serta menjaga keberlanjutan representasi figur politik di ruang publik dalam dunia digital. Praktik digital semacam ini seringkali berlangsung secara kontinuitas untuk menunjukkan makna sosial yang lebih dalam dibandingkan aktivitas yang bersifat sementara berdasarkan momentum politik semata (Hine, 2020).

Fenomena tersebut kemudian bergerak pada persoalan konseptual mengenai representasi politik. Aktivitas pendukung Anies Baswedan di Instagram menunjukkan adanya pergeseran lokus representasi politik. Dalam konteks ini, representasi politik tidak lagi dimainkan oleh elite politik ataupun lembaga formal, tetapi juga jadi klaim oleh individu ataupun kelompok non-elite lewat simbol, narasi, dan praktik komunikasi digital sehari-hari. Perubahan ini menunjukkan adanya transformasi penting dalam cara produksi representasi politik di era media sosial.

Komunitas pendukung, lewat unggahan visual, penggunaan istilah kelompok, tagar serta pola interaksi tertentu, secara tersirat mengajukan klaim tentang siapa yang mereka wakili dan nilai apa yang merepresentasikan mereka. Klaim representasi ini tidak dilalui lewat mekanisme formal, tetapi lewat praktik simbolik dan naratif yang terjadi di media sosial. Kondisi ini menantang pemahaman konvensional tentang representasi politik yang selama ini dipahami yang cenderung bersifat relasi yang kaku. Dalam ruang digital, makna keterwakilan semakin bersifat cair, afektif dan berbasis identitas komunitas. Fenomena komunitas pendukung Anies Baswedan menjadi titik awal penting dalam kerangka berpikir penelitian ini dalam memotret bagaimana representasi politik bekerja diluar institusi formal, serta bagaimana komunitas digital berperan sebagai aktor politik yang turut serta dalam pembentukan dan penyebaran makna politik di era digital.

Bertumpu pada teori Representasi Politik yang dikemukakan oleh Pitkin (1967) dan dikembangkan oleh Saward (2010), dimana dalam pengertian klasik representasi politik kerap diartikan sebagai relasi formal antara wakil dan yang diwakili lewat mekanisme kelembagaan, seperti pemilu dan parlemen. Tetapi representasi juga berkaitan dengan makna keterwakilan yang dibangun dan diinterpretasikan oleh masyarakat umum. Kemudian pemahaman dalam memotret representasi politik dikembangkan oleh Saward, dimana ia menyebutkan adanya proses klaim representatif. Siapa saja dapat mengajukan klaim tentang siapa yang mereka wakili, nilai yang mereka bawa, dan kepentingan siapa yang mereka tuju. Sehingga pendekatan ini memungkinkan analisis komunitas digital sebagai subjek representasi politik, lewat narasi, simbol visual, dan praktik interaksi daring, komunitas pendukung dapat secara aktif membangun klaim keterwakilan di ruang publik digital.

Untuk memahami pembentukan dan persebaran klaim representasi tersebut, penelitian ini menggunakan teori komunikasi politik untuk membantu dalam melakukan pendekatan. Komunikasi politik memberikan kerangka analisis untuk menelusuri proses pembentukan pesan, pemilihan simbol serta strategi penyampaian narasi yang digunakan aktor maupun pendukung. Komunikasi politik tidak hanya sekadar pesan yang disampaikan elite, tetapi termasuk praktik komunikasi horizontal diantara warga dan komunitas yang ikut serta membangun opini dan makna politik (McNair, 2017). Dalam konteks akar rumput, komunikasi politik berfungsi sebagai mekanisme pembentukan solidaritas dan legitimasi politik. Komunikasi politik di era media sosial telah berkembang menjadi semakin partisipatif dan emosional. Dimana keterlibatan audiens menjadi bagian utuh dari proses komunikasi. Sehingga teori komunikasi politik menjadi jembatan dalam membantu menganalisis konsep representasi politik yang bersifat abstrak dengan praktik komunitas digital dalam kehidupan sehari-hari.

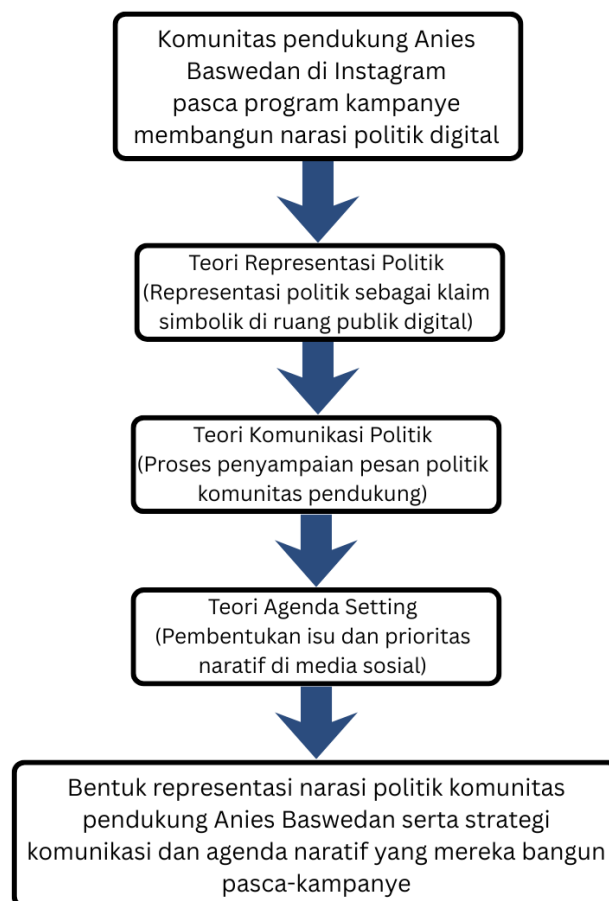
Selain memproduksi dan menyebarkan narasi, komunitas pendukung juga berperan dalam menentukan isu apa yang dianggap penting dan layak untuk mendapatkan perhatian. Teori agenda setting dipilih untuk menjadi jembatan kedua dalam melakukan pendekatan terhadap fenomena yang ada. Teori yang dirumuskan

oleh McCombs dan Shaw, menekankan bahwa aktor komunikasi memiliki peran untuk memengaruhi persepsi publik terkait isu apa yang penting lewat frekuensi, intensitas, dan pemberitaan atau pesan tertentu yang ditonjolkan. Mekanisme ini dijalankan lewat kolaborasi media sebagai arus utama dan komunitas digital sebagai produsen konten. Proses agenda setting ini ditunjukkan lewat pemilihan isu yang terus diangkat dan penguatan citra politik lewat visual dan narasi yang seragam. Dewasa ini, komunitas pendukung diruang digital dapat menyusun agenda politik secara *bottom-up*. Media sosial memungkinkan terjadinya *networked agenda setting*, dimana agenda isu dibentuk secara kolektif oleh pengguna. Teori ini dapat membantu menjelaskan kontribusi pendukung dalam membentuk dominasi isu dan citra politik Anies Baswedan di Instagram.

Ketiga teori ini memiliki kedudukan masing-masing dalam melakukan pendekatan penelitian, karena fenomena yang diteliti tidak dapat berdiri dengan satu dimensi tunggal. Teori representasi politik menjelaskan apa yang diklaim oleh komunitas pendukung Anies Baswedan di ruang digital, dengan bagaimana mereka memaknai diri sebagai subjek politik yang merepresentasikan nilai, aspirasi dan kedekatan tertentu dengan figur politik yang didukung. Klaim ini kemudian dipotret lewat teori komunikasi politik untuk menjelaskan bagaimana hal tersebut diproduksi, dikemas, dan digaungkan lewat simbol visual, bahasa dan interaksi komunitas. Teori agenda setting membantu peneliti untuk memberikan penjelasan isu apa yang dibuat dominan oleh komunitas lewat pengulangan, intensitas, unggahan dan penonjolan tema tertentu.

Pendekatan secara kualitatif membantu peneliti dalam menemukan pembentukan makna secara simbolik dan naratif. Pendekatan ini dipilih peneliti karena memungkinkan untuk memahami makna dibalik praktik yang dilakukan oleh komunitas pendukung. Dibantu dengan analisis wacana kritis yang dikembangkan Fairclough untuk menelusuri bagaimana bahasa, visual, dan narasi komunitas pendukung memuat relasi kekuasaan, ideologi dan kepentingan politik tertentu. Dibantu dengan Netnografi untuk membantu memahami konteks sosial, kebiasaan dan logika internal komunitas digital yang tidak hanya tampak lewat teks semata.

Berdasarkan beberapa kombinasi tersebut, diharapkan kerangka berpikir ini dapat menjadi penghubung logis antara fenomena empiris, kerangka teoritis, pilihan metodologis, dan tujuan penelitian. Dengan memulai dari fenomena komunitas digital pendukung, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang relevan, serta mengaitkan dengan pendekatan metodologis yang sesuai. Diharapkan setiap tahap penelitian saling berkaitan dan mendukung satu sama lain agar dapat menciptakan hasil penelitian yang berkesinambungan secara konseptual dan konsisten secara metodologis.



Gambar 1. 6 Kerangka Berpikir