

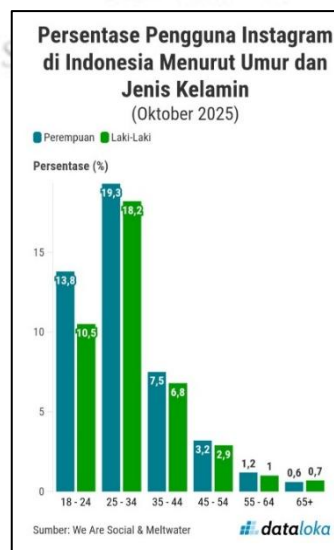
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Instagram merupakan salah satu platform media social yang banyak digunakan masyarakat Indonesia dan tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi foto maupun video, tetapi juga berkembang menjadi ruang komunikasi dan penyebaran informasi. Penggunaan Instagram dalam kehidupan masyarakat turut membuka ruang bagi penyampaian berbagai informasi, termasuk informasi dan pesan politik. Melalui fitur visual, kolom komentar, serta interaksi yang tersedia. Instagram dapat dimanfaatkan oleh aktor politik untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat dan membangun komunikasi dengan pemilih.

Penelitian (Assaefi and Laskarwati 2024) menunjukkan bahwa media sosial, termasuk Instagram, telah digunakan dalam komunikasi politik dan kampanye untuk menyampaikan program, membangun hubungan dengan pemilih, serta menjangkau masyarakat secara lebih luas. Kondisi tersebut semakin relevan dengan tingginya penggunaan Instagram di Indonesia. Berdasarkan DataReportal (2026) yang bersumber dari data periklanan Meta, terdapat sekitar 108 juta pengguna Instagram di Indonesia pada akhir tahun 2025.



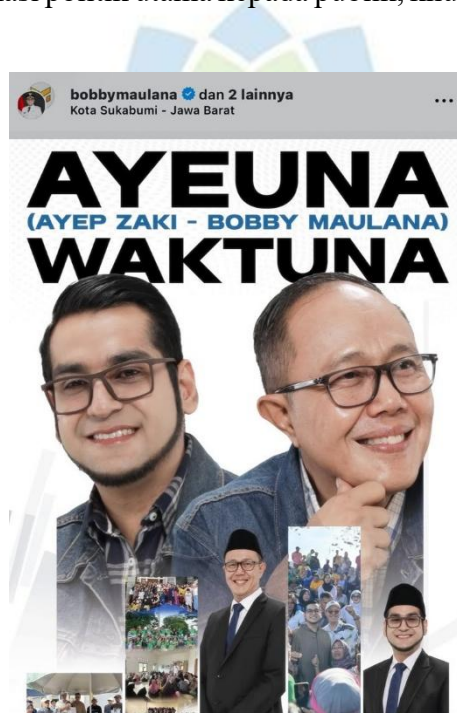
Gambar 1. 1 Persentase Pengguna Instagram

Berdasarkan data yang dihimpun Dataloka dari laporan We Are Social dan Meltwater, jumlah pengguna Instagram di Indonesia terus menunjukkan angka yang sangat besar dan berada pada level yang relevan untuk kepentingan komunikasi politik. Pada Oktober 2025, pengguna Instagram di Indonesia tercatat mencapai sekitar 108 juta orang. Angka ini menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial utama yang digunakan masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi, berinteraksi, dan membangun relasi sosial di ruang digital. Besarnya jumlah pengguna tersebut juga menegaskan bahwa Instagram bukan sekadar media hiburan, melainkan ruang komunikasi publik yang memiliki pengaruh strategis dalam berbagai bidang, termasuk bidang politik.

Dari sisi demografis, pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh kelompok usia produktif, khususnya rentang usia 18–34 tahun. Kelompok usia ini merupakan segmen yang paling aktif dalam mengonsumsi konten digital, merespons informasi, dan terlibat dalam percakapan di media sosial. Dominasi kelompok usia produktif tersebut memperlihatkan bahwa Instagram memiliki kedekatan yang sangat kuat dengan kalangan muda, yang dalam konteks politik sering dikaitkan dengan pemilih muda atau pemilih pemula. Dengan karakteristik ini, Instagram menjadi medium yang sangat potensial untuk menyampaikan pesan politik secara lebih personal, visual, dan interaktif.

Dalam konteks lokal, Kota Sukabumi merupakan wilayah yang relevan untuk dikaji karena karakteristik pemilih mudanya yang akrab dengan media digital dan aktif dalam ruang komunikasi daring. Kehadiran tokoh politik seperti Bobby Maulana dalam ruang digital, khususnya melalui Instagram, membuka kemungkinan terjadinya pengaruh komunikasi politik terhadap sikap politik pemilih muda di Kota Sukabumi. Instagram sebagai media berbasis visual dan interaksi singkat memungkinkan penyampaian pesan politik secara personal, menarik, dan mudah diakses oleh kelompok muda. Namun, di sisi lain, intensitas pesan politik di media sosial juga berpotensi menghadirkan interpretasi yang beragam, baik dalam bentuk dukungan, ketertarikan, keraguan, maupun penolakan terhadap figur politik yang bersangkutan (Aqshal 2025).

Fenomena yang menjadi titik tolak penelitian ini adalah pemanfaatan akun Instagram pribadi Bobby Maulana selama masa kampanye Pemilihan Wali Kota Sukabumi 2024. Nama Bobby Maulana mulai ramai diperbincangkan publik Sukabumi sejak beredarnya baliho pencalonannya sebagai bakal calon Wakil Wali Kota mendampingi Ayep Zaki, sebelum kedua partai politik pengusungnya secara resmi mendeklarasikan pasangan tersebut. Sebagai figur yang sebelumnya dikenal luas lewat perannya di sinetron religi televisi nasional, kehadiran Bobby dalam kontestasi politik lokal ini relatif mudah menarik atensi warga, dan popularitas tersebut kemudian ia manfaatkan secara aktif melalui akun Instagram pribadinya sebagai kanal komunikasi politik utama kepada publik, khususnya pemilih muda.



Gambar 1. 2 Konten Instagram Bobby Maulana Pada Masa Kampanye

Sejak awal masa kampanye, pasangan Ayep Zaki–Bobby Maulana yang mengusung jargon "AYEUNA" secara konsisten memosisikan generasi muda sebagai target komunikasi politik yang utama. Salah satu bentuk konkretnya adalah peluncuran lagu kampanye berjudul "Ayeuna", yang liriknya secara eksplisit mengajak generasi muda Sukabumi untuk bersatu membangun masa depan kota, dan disebarluaskan antara lain melalui akun Instagram pribadi Bobby. Selain itu,

Bobby juga menyampaikan rencana program khusus bagi kalangan milenial dan Gen Z, salah satunya berupa pelibatan anak muda dalam promosi produk UMKM melalui pembuatan vlog secara gratis, sebuah pendekatan yang secara langsung menasar kebiasaan konsumsi konten digital generasi muda.



Gambar 1. 3 Dukungan Milenial dan Gen Z untuk Ayep Zaki dan Bobby Maulana

(Sumber: detikJabar 2024)

Bukti awal keterlibatan generasi muda terhadap komunikasi politik ini juga terlihat dari respons kelompok-kelompok pemuda di luar ruang digital. Jaringan Muda AYEUNA Sukabumi (JAS), misalnya, secara terbuka mendeklarasikan dukungannya kepada pasangan Ayep Zaki–Bobby Maulana dengan alasan besarnya keinginan generasi muda Kota Sukabumi untuk turut menentukan masa depan kotanya. Pada kesempatan lain, Bobby dan Ayep juga menjadi satu-satunya pasangan calon yang bersedia hadir dalam dialog dengan anak muda dan menandatangani dokumen "Amanat Muda" berisi gagasan serta harapan generasi muda Sukabumi kepada calon kepala daerah. Rangkaian aktivitas offline ini umumnya didokumentasikan dan disebarluaskan kembali melalui Instagram, sehingga memperkuat jejak digital pendekatan Bobby Maulana kepada pemilih muda.

Pola konten yang menyasar generasi muda ini secara konsisten memunculkan interaksi publik berupa *likes*, komentar, dan *share* pada masing-masing unggahan, meskipun intensitasnya bervariasi antarunggah dan antarmomen kampanye. Interaksi tersebut menjadi indikasi awal adanya keterlibatan (*engagement*) khalayak muda terhadap pesan-pesan politik yang disampaikan Bobby Maulana, sekaligus menunjukkan bahwa akun Instagram pribadinya tidak sekadar menjadi etalase kampanye, melainkan medium interaktif yang memungkinkan terjadinya umpan balik langsung dari calon pemilih.

Puncak pemanfaatan Instagram sebagai kanal komunikasi politik terlihat pasca pemungutan suara pada 27 November 2024, ketika Bobby Maulana bersama Ayep Zaki mengklaim keunggulan berdasarkan hasil hitung cepat (*quick count*), sekaligus mengunggah ulang sejumlah ucapan selamat dari warganet. Momen ini memperlihatkan bahwa Instagram bukan hanya digunakan untuk membangun citra dan menyampaikan program selama masa kampanye, tetapi juga menjadi kanal pertama penyampaian informasi politik yang krusial kepada publik, mendahului pengumuman resmi dari penyelenggara pemilihan.

Pemilih di Kota Sukabumi didominasi oleh kelompok milenial dan Gen Z. Berdasarkan data Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pilkada 2024, jumlah pemilih yang terdaftar sebanyak 259.961. Dari jumlah tersebut, sebanyak 84.235 orang merupakan pemilih berusia 17-30 tahun, atau sekitar 32,40% dari keseluruhan pemilih yang terdaftar. Data tersebut menunjukkan bahwa pemilih berusia muda memiliki proporsi yang cukup besar dalam komposisi pemilih di Kota Sukabumi. Kondisi ini memperkuat relevansi penelitian yang menyoroti pengaruh komunikasi politik melalui Instagram, karena kelompok usia muda merupakan pengguna aktif media sosial dan cenderung lebih mudah terpapar pesan politik digital.

NO	KECAMATAN	KELURAHAN	TPS	USIA 17-30 TAHUN		
				L	P	L+P
1	GUNUNGPUYUH	GUNUNG PUYUH	13	1.008	998	2.006
2	GUNUNGPUYUH	KARAMAT	15	1.247	1.218	2.465
3	GUNUNGPUYUH	SRIWIDARI	16	1.227	1.122	2.349
4	GUNUNGPUYUH	KARANG TENGAH	35	2.614	2.357	4.971
5	CIKOLE	CIKOLE	10	675	644	1.319
6	CIKOLE	SELABATU	15	1.119	1.053	2.172
7	CIKOLE	GUNUNG PARANG	7	373	372	745
8	CIKOLE	KEBONJATI	13	763	823	1.586
9	CIKOLE	CISARUA	32	2.434	2.297	4.731
10	CIKOLE	SUBANGJAYA	29	2.168	2.098	4.266
11	CITAMIANG	CITAMIANG	14	1.196	1.190	2.386
12	CITAMIANG	TIPAR	14	1.144	1.078	2.222
13	CITAMIANG	NANGGELENG	24	2.130	1.934	4.064
14	CITAMIANG	GEDONG PANJANG	14	1.093	1.095	2.188
15	CITAMIANG	CIKONDANG	13	1.000	978	1.978
16	WARUDOYONG	WARUDOYONG	10	786	721	1.507
17	WARUDOYONG	NYOMPLONG	11	1.070	741	1.811
18	WARUDOYONG	DAYEUHLUHUR	28	2.113	2.103	4.216
19	WARUDOYONG	SUKAKARYA	27	2.157	2.010	4.167
20	WARUDOYONG	BENTENG	19	1.557	1.518	3.075
21	BAROS	BAROS	29	2.191	2.241	4.432
22	BAROS	JAYARAKSA	11	870	875	1.745
23	BAROS	JAYAMEKAR	9	662	691	1.353
24	BAROS	SUDAJAYA HILIR	11	869	892	1.761
25	LEMBURSITU	CIPANENGAH	13	999	999	1.998
26	LEMBURSITU	SITUMEKAR	9	751	762	1.513
27	LEMBURSITU	LEMBURSITU	17	1.343	1.302	2.645
28	LEMBURSITU	CIKUNDUL	12	1.029	992	2.021
29	LEMBURSITU	SINDANGSARI	10	758	744	1.502
30	CIBEUREUM	CIBEUREUM HILIR	23	1.808	1.709	3.517
31	CIBEUREUM	BABAKAN	16	1.119	1.159	2.278
32	CIBEUREUM	SINDANGPALAY	14	1.153	1.160	2.313
33	CIBEUREUM	LIMUSNUNGGAL	18	1.461	1.472	2.933
TOTAL			551	42.887	41.348	84.235

Gambar 1. 4 Daftar Pemilih Tetap Kota Sukabumi Usia 17-30 Tahun pada Pilkada 2024

Permasalahan utama yang muncul adalah belum tentu tingginya eksposur komunikasi politik melalui Instagram secara otomatis menghasilkan sikap politik yang positif pada pemilih muda. Di tengah derasnya arus informasi digital, pemilih muda menghadapi berbagai pesan politik, opini publik, *personal branding* kandidat, serta kemungkinan informasi yang bias atau tidak lengkap. Kondisi ini membuat sikap politik pemilih muda tidak hanya ditentukan oleh keberadaan pesan, tetapi

juga oleh cara pesan itu dikemas, frekuensi penyampaian, kredibilitas sumber, dan kesesuaian pesan dengan kebutuhan audiens muda. Karena itu, diperlukan penelitian untuk melihat sejauh mana komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram benar-benar memengaruhi sikap politik pemilih muda di Kota Sukabumi (Fauwasz and Faisal 2025).

Secara kuantitatif, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku dan keputusan politik pemilih muda, meskipun besarnya pengaruh dapat berbeda-beda. Salah satu studi menemukan bahwa karakteristik penggunaan media sosial hanya berpengaruh sangat rendah terhadap partisipasi pemilih pemula, yaitu sebesar 18,2%, sementara 81,8% dipengaruhi faktor lain. Di sisi lain, studi lain menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam membentuk keputusan pemilih muda, terutama melalui penyebaran informasi, pembentukan opini, dan interaksi digital yang berlangsung selama masa kampanye. Temuan yang beragam ini menunjukkan bahwa pengaruh komunikasi politik melalui media sosial belum sepenuhnya konsisten, sehingga masih memerlukan pengujian empiris pada konteks, tokoh, dan wilayah yang berbeda (Nadya, Hindwan, and Putri 2024).

Secara teoritis, penelitian ini berlandaskan pada teori komunikasi politik Lasswell yang menekankan unsur *who, says what, in which channel, to whom, with what effect*. Dalam kerangka ini, Bobby Maulana diposisikan sebagai komunikator politik, Instagram sebagai saluran komunikasi, pesan politik sebagai isi komunikasi, pemilih muda Kota Sukabumi sebagai khalayak, dan sikap politik sebagai efek yang diteliti. Kemudian teori media sosial menjelaskan bahwa platform digital memiliki karakter interaktif, visual, cepat, dan partisipatif yang membedakannya dari media konvensional, sehingga dapat memperkuat jangkauan serta intensitas pesan politik. Sementara itu, sikap politik pemilih dipahami sebagai proses pemilihan alternatif tindakan politik yang dilakukan pemilih berdasarkan informasi, pertimbangan, dan penilaian terhadap alternatif yang tersedia sebelum menentukan pilihan politiknya (Saputra et al. 2021).

Celah ilmiah penelitian ini terletak pada masih terbatasnya kajian yang secara spesifik meneliti pengaruh komunikasi politik tokoh lokal atau kandidat tertentu

melalui Instagram terhadap sikap politik pemilih muda dalam konteks wilayah Kota Sukabumi. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung membahas media sosial secara umum, pemilih pemula secara umum, atau perilaku politik pada konteks pemilu nasional tanpa memfokuskan pada satu aktor politik dan satu wilayah lokal secara spesifik. Selain itu, penelitian yang secara simultan mengintegrasikan teori Lasswell, teori media sosial, dan sikap politik dalam satu model kuantitatif survei masih relatif terbatas. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan pada fokus objek, lokasi, dan integrasi kerangka teori yang digunakan (Arifin et al. 2024).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami efektivitas komunikasi politik digital dalam memengaruhi sikap politik generasi muda di tingkat lokal. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian komunikasi politik digital, sekaligus menjadi masukan bagi aktor politik dalam merancang pesan yang lebih efektif, etis, dan relevan bagi pemilih muda. Penelitian ini juga penting untuk memperkaya literatur tentang hubungan antara media sosial, komunikasi politik, dan sikap politik dalam konteks demokrasi lokal yang semakin terdigitalisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kuantitatif pengaruh komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram terhadap sikap politik pemilih muda di Kota Sukabumi. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner untuk mengukur variabel komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram sebagai variabel independen dan sikap politik pemilih muda Kota Sukabumi sebagai variabel dependen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini yaitu, seberapa besar pengaruh komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram terhadap sikap politik pemilih muda di Kota Sukabumi.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram terhadap sikap politik pemilih muda di Kota Sukabumi.

D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi politik, khususnya dalam konteks media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji Komunikasi Politik Bobby Maulana melalui Instagram dan Pengaruhnya terhadap Sikap Politik Pemilih Muda di Kota Sukabumi, dengan menyoroti pola komunikasi digital yang terjalin antara tokoh politik dengan pemilih muda yang aktif di media sosial.

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi para politisi dalam merancang strategi komunikasi serta penyampaian pesan politik supaya lebih efektif, menarik, dan selaras dengan karakteristik pemilih muda di media sosial.

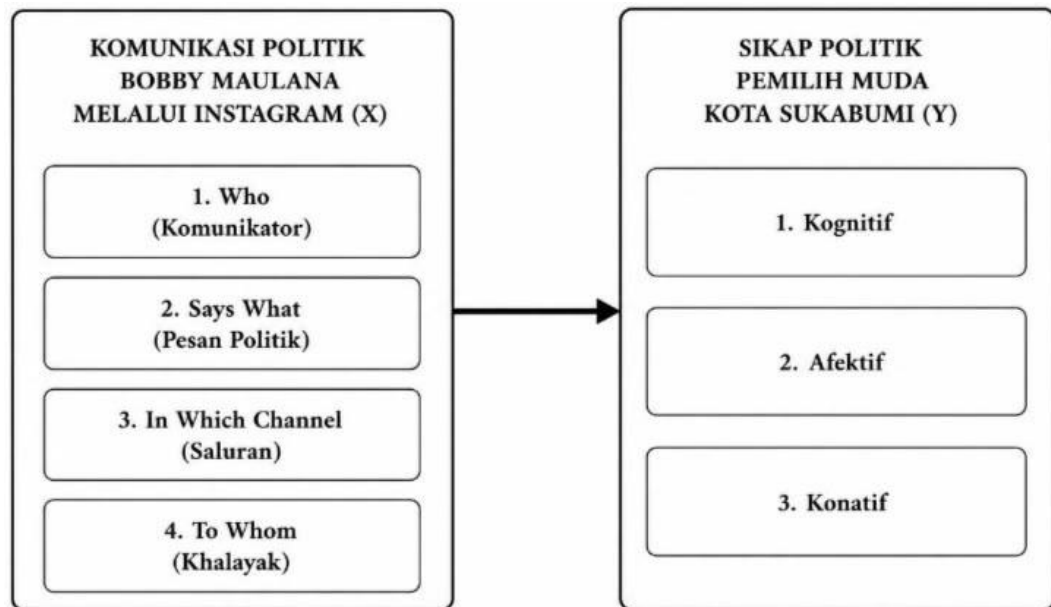
E. Kerangka Pemikiran

Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi politik memberikan ruang bagi aktor politik untuk menyampaikan informasi, gagasan, pandangan, dan pesan politik kepada masyarakat, termasuk pemilih muda. Dalam penelitian ini, Bobby Maulana menggunakan Instagram sebagai media untuk menyampaikan komunikasi politik kepada pemilih muda di Kota Sukabumi. Namun, komunikasi politik yang disampaikan melalui Instagram tidak hanya berkaitan dengan bagaimana pesan politik diterima oleh khalayak, tetapi juga bagaimana komunikasi tersebut dapat berkaitan dengan sikap politik pemilih muda. Oleh karena itu, kerangka pemikiran penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan antara komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram dengan sikap politik pemilih muda di Kota Sukabumi.

Untuk menjelaskan alur penelitian ini, komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram sebagai variabel independen (X) menggunakan teori komunikasi Harold D. Lasswell yang menjelaskan proses komunikasi melalui unsur *who, says what, in which channel, to whom, dan with what effect*. Dalam penelitian ini, Bobby Maulana diposisikan sebagai komunikator politik (*who*), pesan politik yang disampaikan sebagai isi pesan (*says what*), Instagram sebagai saluran komunikasi (*in which channel*), dan pemilih muda Kota Sukabumi sebagai khalayak (*to whom*). Unsur *with what effect* digunakan untuk melihat efek komunikasi yang dalam penelitian ini diarahkan pada sikap politik pemilih muda.

Sementara itu, sikap politik pemilih muda sebagai variabel dependen (Y) menggunakan konsep sikap dari Secord dan Backman yang terdiri atas aspek kognitif, afektif, dan konatif. Aspek kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman pemilih muda terhadap objek politik, aspek afektif berkaitan dengan perasaan atau penilaian terhadap objek politik, sedangkan aspek konatif berkaitan dengan kecenderungan untuk memberikan respons atau tindakan terhadap objek politik.

Komunikasi politik yang disampaikan Bobby Maulana melalui Instagram dapat memberikan informasi dan pesan politik kepada pemilih muda yang kemudian dapat berkaitan dengan pengetahuan, perasaan, penilaian, serta kecenderungan respons mereka terhadap objek politik. Dengan demikian, penelitian ini melihat adanya hubungan antara komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram dengan sikap politik pemilih muda di Kota Sukabumi. Hubungan antara kedua variabel tersebut kemudian digambarkan dalam kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut.



Gambar 1. 5 Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penelitian ini menguji pengaruh komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram sebagai variabel X terhadap sikap politik pemilih muda di Kota Sukabumi sebagai variabel Y.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih harus dibuktikan melalui pengujian secara empiris. Dalam penelitian ini, hipotesis disusun berdasarkan Teori Komunikasi Politik Harold D. Lasswell yang menempatkan sikap politik sebagai efek komunikasi (*with what effect*), serta konsep sikap Secord dan Backman yang menjelaskan sikap melalui komponen kognitif, afektif, dan konatif. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram terhadap sikap politik pemilih muda Kota Sukabumi.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi politik Bobby Maulana melalui Instagram terhadap sikap politik pemilih muda Kota Sukabumi.