

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sebagai negara demokrasi, Indonesia memilih perwakilan rakyat untuk dapat duduk di kursi DPR atau DPRD serta presiden melalui tahapan Pemilihan Umum (pemilu). Lima tahun sekali adalah waktu untuk Indonesia melaksanakan pemungutan suara. Rakyat Indonesia yang memenuhi syarat sebagai pemilih harus memberikan suaranya kepada calon DPR, DPRD serta Presiden dan Wakil Presiden. Sebelum pemilu dilaksanakan, pihak Komisi Pemilihan Umum (KPU) memberikan waktu untuk setiap calon Presiden dan Wakil Presiden serta legislator untuk mengkampanyekan janji politik, program kerja, serta apa yang akan dilakukan setelah mereka terpilih.¹

Pemilu diadakan sebagai manifestasi dari pemenuhan hak-hak politik warga negara yang telah tertera dalam Undang-Undang Nomor 12 tahun 2005. Dalam Undang-Undang tersebut tertera peraturan mengenai hak-hak sipil dan politik, termasuk di dalamnya hak berpendapat, hak memilih dan dipilih, hak kesetaraan hukum, dan sebagainya.

Partisipasi masyarakat dalam kehidupan dan kontestasi politik adalah salah satu karakteristik dalam pemilihan umum. Bentuk partisipasi yang diberikan oleh warga negara berupa partisipasi resmi yang sesuai dengan prosedur yang tertera dan tidak resmi. Pada era digital sekarang ini, masyarakat atau warga negara bisa

¹ Reza Pahlevi, "Kampanye Capres dan Cawapres Pada Pemilu 2019: Efektifitas Penggunaan Buzzer di Media Sosial", *JPRMEDCOM, Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, Vol.3, No. 2 (Desember, 2021), h. 2.

lebih leluasa untuk menggunakan hak dan menyampaikan pendapatnya. Media sosial adalah fasilitas yang berperan besar dalam transformasi masyarakat menjadi prosume, yakni dari yang hanya sebatas konsumen menjadi produsen dan konsumen informasi dalam waktu yang bersamaan. Siapapun berhak menyampaikan pendapatnya secara bebas dengan kecepatan dan lingkup bahasan yang sulit untuk dibayangkan. Media sosial yang merupakan fasilitator memungkinkan penggunaannya untuk membuat konten informasi dengan caranya sendiri. Celah inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh politisi guna menyampaikan dan menjalankan kerja-kerja politiknya melalui platform digital diantaranya misalnya, menggalang dukungan, membentuk opini, membangun citra, serta tujuan-tujuan lain dengan berlandaskan pada kepentingan yang beragam.²

Politisi dapat menggunakan strategi tertentu untuk membangun citra personal yang positif dimata publik. Tujuannya tak lain adalah mendapatkan simpati dan dukungan dari massa dalam jumlah yang besar. Diperlukan pula strategi-strategi yang di dalamnya melibatkan penggunaan narasi politik, pemilihan isu tertentu, dan bisa juga dengan memanfaatkan *influencer* atau akun yang memiliki banyak pengikut.

Dalam konteks kontestasi Pilpres, membangun citra yang baik dimata publik menjadi salah satu hal yang dapat dicapai melalui media sosial atau platform digital. Membangun citra yang baik dengan menggunakan platform digital bisa dilakukan dengan menjadi pribadi yang responsif, menghindari

² Mohammad Ichlas El Qudsi dan Ilham Ayatullah Syamtar, “Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019, (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina)”, h.168.

kontroversi atau fitnah, menggunakan narasi yang kuat, merespon isu-isu penting, dan transparansi dengan keputusan politiknya. Strategi tersebut jika diakomodir dengan baik, besar kemungkinan citra positif dari publik akan didapat.

Tak dapat dipungkiri bahwasanya citra merupakan modal yang penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat dalam membentuk opini publik yang kuat. Citra politik di media sosial dinilai memiliki manfaat dan kegunaan dikarenakan selalu mengandung unsur subjektivitas yang ditandai oleh perasaan, sikap dan perasaan politik tertentu.³

Salah satu unsur yang dapat digunakan dalam menguatkan citra adalah politik aliran. Diawal munculnya, politik aliran memainkan peran yang kuat dalam sistem politik di Indonesia. Namun seiring berjalannya waktu, pada era Orde Baru hingga pemilu tahun 2004, politik aliran cenderung tidak mendapat tempat. Barulah pada tahun 2014 sampai Pilpres 2019, banyak isu aliran yang kembali menguat.⁴ Oleh karenanya, disinilah urgensi tema politik aliran. Kajian politik aliran di Indonesia diprakarsai oleh Geertz pada tahun 1950-an, Clifford Geertz menemukan empat aliran politik besar dalam masyarakat Jawa yaitu: Abangan, santri dan Priyayi. Variasi Abangan, Santri, dan Priyayi yang dikemukakan oleh Geertz bukan merupakan istilah yang diciptakan oleh Geertz, akan tetapi terbentuk oleh masyarakat sendiri. Abangan, lebih menekankan pada aspek animisme sinkretisme; Santri, menekankan aspek Islam sinkretisme; dan Priyayi yang menekankan pada aspek-aspek Hindu dan diasosiasikan dengan

³ M. Alfin Fatikh, "Komunikasi Citra Jokowi Pasca Viral #2019GANTIPRESIDEN", *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan Ekonomi)*, Vol. 04, No. 1, (2019), h. 36.

⁴ Arina Rohmatul Hidayah, "Marketing Politik aliran oleh kandidat melalui Facebook dalam pemilihan Kepala Daerah Jawa Timur Tahun 2018", *POLITICON: Jurnal Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 1, (2021), hal .5.

unsur birokrasi.⁵ Daniel S. Lev, seorang akademisi Amerika Serikat, kemudian menggunakan konsep trilogi santri, priyayi, dan abangan yang diperkenalkan oleh Clifford Geertz dalam penelitiannya tentang ideologi partai politik di Indonesia. Ia melakukan klasifikasi partai politik di Indonesia berdasarkan faktor keagamaan menjadi partai politik santri, partai politik abangan, dan partai politik priyayi.⁶

Aliran atau ideologi yang sama adalah satu alasan yang logis bagi rakyat untuk memilih wakilnya. Dan disisi lain, aliran dan ideologi menjadi salah satu alat politik yang masuk akal bagi politisi untuk mengambil simpati dan suara rakyat. Sehingga ideologi atau aliran menjadi unsur yang dimuat dalam kampanye politik para politisi. Dalam pemilu, isi kampanye yang dilakukan oleh politisi tidak jauh berbeda dengan apa yang menjadi ideologi partai politiknya. Kampanye yang dilakukan pada era sekarang ini tidak hanya bisa dilakukan dengan cara konvensional namun juga bisa dilakukan dengan cara digital melalui media sosial.

Media sosial Instagram adalah aplikasi yang lebih berorientasi pada aspek visual daripada kata-kata. Hal inilah yang membuat Instagram lebih diminati dan memiliki daya tarik yang besar dari pada facebook atau Twitter. Hal ini sejalan dengan temuan menarik yang didapatkan oleh Business Insider tahun 2019. Riset dilakukan terhadap 1.884 orang dengan rentang usia antara 13-21 pada tahun tersebut secara spesifik menunjukkan bahwa 59% responden mengakses berita politik melalui media sosial, dimana 65%-nya menempatkan Instagram sebagai

⁵ Clifford Geertz, *Agama Jawa: Abangan, Santri, Priyayi Dalam Kebudayaan Jawa*, terj. Aswab Mahasin & Bur Rasuanto (Depok: Komunitas Bambu, 2014), h. xxx-xxxii.

⁶ Asran Jalal, "Partai Politik di Indonesia: Ideologi dan Peran Politik", *Laporan Penelitian Stimulus*, (Universitas Nasional Jakarta, 2020), hal. 24.

sumber utama.⁷ Media sosial—termasuk diantaranya Instagram—bisa membentuk aktivitas pribadi seseorang dengan visual, media sosial bisa membangun citra dengan cara visualisasi yang baik sesuai dengan keinginannya. Membangun komunikasi dan membangun citra di masyarakat melalui media sosial sangat penting, terutama pada kontestasi Pilpres.

Pemilu tahun 2024 memang masih belum mendapatkan Paslon resmi yang akan bersaing memperebutkan kursi jabatan orang nomor satu di Indonesia. Namun bukan berarti belum memunculkan gejolak politik, terutama yang berkaitan dengan isu aliran atau identitas. Masing-masing politisi yang diprediksikan akan melaju dalam pemilu, terlebih ke perebutan kursi Presiden dan Wakil presiden sudah anjang-angang melakukan kampanye digital via akun Instagram masing-masing. Mereka—para politisi—mengupload beragam aktivitas yang secara tidak langsung mengandung unsur aliran dan identitas untuk menguatkan citra positif serta merepresentasikan aliran politik mereka guna membangun opini yang kuat di masyarakat serta menggalang dukungan yang besar dari masyarakat. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa isu terkait politik aliran yang dimunculkan oleh pihak yang ingin memenangkan kontestasi berpotensi dapat memecah belah masyarakat.

Dalam panggung kontestasi pemilihan Presiden dan Wakil presiden terdapat tiga nama yang kerap terdengar akan melaju sebagai calon Presiden pada pemilu 2024 mendatang. Tiga nama tersebut adalah Prabowo Subianto, Ganjar

⁷ Mohammad Ichlas El Qudsi dan Ilham Ayatullah Syamtar, “Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina)”, *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, Vol. 4, No. 2 (Desember 2020), h.171.

Pranowo, dan Anies Baswedan. Ganjar Pranowo adalah salah satu politisi yang aktif di media sosial. Gubernur Jawa Tengah sekaligus kader Partai PDI-Perjuangan itu telah memiliki 5,9 juta pengikut di akun Instagram @ganjar_pranowo dengan 7,285 kiriman per tanggal 5 Agustus 2023. Ganjar Pranowo juga memiliki kalimat khusus yang terpampang di bio akun Instagramnya. Jargon tersebut adalah “Tuanku ya Rakyat, Gubernur Cuma Mandat”. Ganjar juga kerap membagikan potret dirinya saat beraktivitas. Ganjar Pranowo memantau keresahan masyarakatnya, khususnya Jawa Tengah, melalui media sosial dan langsung memberikan balasan tentang aduan masyarakatnya. Edukasi politik melalui platform digital dilakukan oleh Ganjar Pranowo dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami masyarakat. Penggunaan bahasa tersebut dilakukan dengan alasan masyarakat kurang memahami apa yang sedang dikerjakan oleh pemerintahan karena Bahasa pemerintah yang kurang dapat dicerna oleh masyarakat.⁸

Sedangkan Prabowo Subianto merupakan mantan komandan Kopassus yang sampai saat ini diterpa isu kemanusiaan HAM yang terjadi pada tahun 1998.⁹ Prabowo Subianto juga memiliki basis pengikut yang luas dan memiliki popularitas yang tinggi di kalangan sebagian masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dengan jumlah pengikut Instagramnya yang berjumlah jutaan serta banyaknya dukungan yang didapatnya kala menjadi Calon Presiden pada tahun

⁸ Syifaur Rahmah, “Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram”, *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5. No. 1 (Januari 2021), h. 96

⁹ Ainal Fitri, “Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014”, *Jurnal Interaksi*, Vol. 4 No. 1 (Januari 2015), h. 102.

2014 dan 2019 lalu. Hingga saat ini akun Instagram pribadi Prabowo Subianto yaitu @Prabowo memiliki 5,4 juta pengikut dan 890 kiriman per tanggal 5 Agustus 2023.

Anies Baswedan merupakan mantan Gubernur Jakarta periode 2017-2022 serta merupakan mantan Menteri Pendidikan Kabinet Kerja pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo pada masa jabatan 2014-2019. ANies Baswedan memiliki akun Instagram yaitu @aniesbaswedan dengan jumlah pengikut 5,9 juta dan 4.535 kiriman per tanggal 5 Agustus 2023.

Alasan lain yang membuat penulis memilih Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, dan Anies Baswedan sebagai objek dari penelitian ini adalah karena mereka bertiga kerap menjadi nama teratas dalam hasil survei terkait elektabilitas dan harapan publik. Seperti survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas pada Januari 2023, serta telah diterbitkan di Kompas.com dengan judul artikel, “Pilpres 2024 Diprediksi Diikuti 3 Paslon, Dua Diantaranya Diusung Pemerintah”. Survei Litbang Kompas menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo menduduki posisi pertama dengan elektabilitas tertinggi dengan hasil survei sebesar 25,3 persen. Sementara itu, Prabowo Subianto menduduki posisi kedua dengan elektabilitas sebesar 18,1 persen dan disusul oleh Anies Baswedan sebagai posisi ketiga dengan tingkat elektabilitas sebesar 13,1 persen.¹⁰

Sedangkan dalam artikel yang dimuat di detiknews dan ditulis oleh Rolando Fransiscus Sihombing dengan judul “Survei PRC: Elektabilitas Prabowo

¹⁰ Miska Ithra Syahriah, “Pilpres 2024 Diprediksi Diikuti 3 Paslon, Dua Di antaranya Diusung Kubu Pemerintah”, <https://nasional.kompas.com/read/2023/02/27/10270121/pilpres-2024-diprediksi-diikuti-3-paslon-dua-di-antaranya-diusung-kubu#>., 27 Februari 2023, diakses 26 April 2023.

22,5 %, Ganjar 20,2% dan Anies 17,9%”, menyebutkan bahwa hasil survei elektabilitas yang dirilis pada Rabu 19 April 2023 oleh Politika Research and Conculting (PRC) menyebutkan bahwa Prabowo Subianto mendapat nilai 22.5%, Ganjar Pranowo 20,2% dan Anies Baswedan sebesar 17,9%. Pengambilan sampel dalam survei ini menggunakan metode multi stage random sampling dengan mengambil jumlah responden dari tiap provinsi secara proporsional berdasarkan data jumlah hasil sensus terakhir BPS 2020. Kriteria responden adalah masyarakat yang telah berusia minimal 17 tahun atau sudah menikah.¹¹

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui aliran politik yang dimunculkan dari ketiga politisi menurut kategorisasi Abangan, Santri dan Priyayi Clifford Geertz berdasarkan unggahan akun Instagram mereka selama rentang waktu satu bulan yaitu sepanjang April 2023. Data yang dikumpulkan oleh penulis meliputi studi literatur terkait politik, citra dan politik aliran, serta unggahan konten dari ketiga politisi—Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, dan Anies Baswedan—di media sosial Instagram.

Penelitian ini memiliki tujuan penelitian untuk menjelaskan bagaimana representasi politik aliran Prabowo Subianto melalui unggahan akun Instagram @Prabowo, Ganjar Pranowo melalui akun Instagram @ganjar_pranowo, dan Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan, serta menjelaskan bagaimana pencitraan politik yang dibangun oleh Prabowo Subianto pada akun Instagram @Prabowo, Ganjar Pranowo pada akun @ganjar_pranowo, Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan.

¹¹ Rolando Fransiscus Sihombing, “Survei PRC: Elektabilitas Prabowo 22,5%, Ganjar 20,2% dan Anies 17,9%”, <https://news.detik.com/pemilu/d-6681398/survei-prc-elektabilitas-prabowo-225-ganjar-202-dan-anies-179>, 17 April 2023, diakses 26 April 2023.

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang politik aliran dan dampaknya terhadap citra politisi di media sosial Instagram, serta memberikan kontribusi dalam upaya menjaga keberlangsungan demokrasi di Indonesia.

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka judul *Politik Aliran Dalam Penguatan Pencitraan Figur Politisi Melalui Medsos Instagram Pada Kontestasi Pemilihan Presiden Tahun 2024* terdengar amat menarik untuk dilaksanakan.

B. Fokus Penelitian

Dari pemaparan di atas, penulis membatasi fokus penelitian agar penulis terhindar dari terjadinya percampuran topik tidak terkait agar lebih terarah dan fokus. Selain itu pembatasan fokus penelitian juga bertujuan agar adanya pembatasan penelitian dan memudahkan pengumpulan data. Adapun yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana representasi politik aliran Prabowo Subianto melalui unggahan akun Instagram @Prabowo, Ganjar Pranowo melalui akun Instagram @ganjar_pranowo, dan Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan?
2. Bagaimana pencitraan politik aliran yang dibangun oleh Prabowo Subianto pada akun Instagram @Prabowo, ganjar pranowo pada akun @ganjar_pranowo, dan Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengungkapkan bagaimana representasi politik aliran Prabowo Subianto melalui unggahan akun Instagram @Prabowo, Ganjar Pranowo melalui akun Instagram @ganjar_pranowo, dan Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan.
2. Menjelaskan bagaimana pencitraan politik aliran yang dibangun oleh Prabowo Subianto pada akun Instagram @Prabowo, Ganjar Pranowo pada akun @ganjar_pranowo, dan Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini ada dua aspek, pertama aspek keilmuannya yang sifatnya teoretis dan aspek praktisnya yang sifatnya fungsional. Akan tetapi yang menjadi tujuan utama dari penelitian ini adalah bermanfaat.

1. Aspek Teoretis

Tujuan dari aspek teoretis pada penelitian adalah untuk memberikan landasan teori yang kuat untuk memahami fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, aspek teoretis akan membahas konsep-konsep yang terkait dengan politik aliran, penguatan pencitraan politisi, dan penggunaan media sosial Instagram dalam konteks politik.

Dengan adanya landasan teori yang kuat, peneliti dapat mengembangkan hipotesis yang valid dan memperoleh hasil penelitian yang lebih bermakna.

Selain itu, aspek teoretis juga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konteks politik yang ada di Indonesia terkhusus pada kontestasi pemilihan Presiden dan Wakil presiden tahun 2024 serta

dampaknya terhadap penggunaan media sosial dalam politik. Hal ini akan membantu peneliti untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, tujuan dari aspek teoretis adalah untuk membahas konsep politik aliran, penguatan pencitraan politisi, dan penggunaan media sosial Instagram dalam politik serta mengaitkannya dengan konteks politik Indonesia saat ini. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti dan menghasilkan hasil penelitian yang lebih bermakna.

Selain itu, Penelitian ini memiliki tujuan yang penting yaitu untuk mencoba menguji relevansi dari teori Clifford Geertz terkait politik aliran pada kontestasi Pilpres tahun 2024 di Indonesia. Teori ini merupakan teori yang masih relevan untuk digunakan dalam memahami fenomena politik di Indonesia, terutama dalam hal politik aliran yang seringkali muncul dalam kontestasi pemilihan umum di Indonesia. Tujuan dari pengujian teori ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep politik aliran dan bagaimana konsep tersebut dapat memengaruhi proses politik di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan bisa memperkaya wawasan tentang politik aliran, yang meliputi pengertian, karakteristiknya, serta perannya dalam menguatkan pencitraan figur politisi melalui akun media sosial Instagram. Ada juga pengertian terkait analisis isi kualitatif.

2. Aspek Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memiliki kegunaan yang penting dari segi praktis bagi peneliti. Salah satu manfaat praktis dari penelitian ini adalah bahwa peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana politik aliran dapat memengaruhi penguatan citra politisi di media sosial Instagram pada kontestasi Pilpres tahun 2024 di Indonesia. Dalam hal ini, peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi munculnya politik aliran dalam proses politik di Indonesia dan bagaimana politik aliran ini dapat memengaruhi cara politisi memperkuat citra mereka di media sosial.

Penelitian ini juga diharapkan akan menjadi ilmu yang bermanfaat bagi penulis terutama menyangkut politik identitas dalam penguatan pencitraan figur politisi melalui media sosial Instagram.

b. Bagi Akademisi

Dari aspek akademis, penelitian ini bisa berperan penting bagi akademisi dalam mengembangkan pemahaman teoretis mengenai politik aliran pada kontestasi Pilpres tahun 2024 di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan sumbangan pada pengembangan ilmu pengetahuan dan memperluas peluang penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama.

Penelitian ini juga diharapkan akan menjadi sumbangsih pengetahuan bagi akademisi terkait media sosial dan perannya yang

beragam. Serta dapat dijadikan acuan bahwasanya ilmu komunikasi, melalui medianya, dapat dihubungkan dengan ilmu politik.

E. Definisi Operasional

1. Politik Aliran

Politik aliran merupakan politik yang hadir pada suatu masyarakat untuk memilih pilihan politiknya, berdasarkan dengan agama, aliran maupun ideologi yang dianut oleh masyarakat tersebut.¹²

Daniel S. Lev kemudian menggolongkan politik aliran yang berlandaskan pada teori trikotomi masyarakat Clifford Geertz. Clifford Geertz berpendapat bahwa masyarakat Jawa terkategori menjadi Abangan, Santri, dan Priyayi. Istilah trikotomi tersebut kemudian diadopsi oleh Deniel S. Lev menjadi Politik aliran abangan, Politik aliran santri, dan Politik aliran priyayi.

Namun, politik aliran abangan tidak serta merta langsung disebut dengan istilah tersebut namun disamakan melalui penggunaan kata nasionalis. Hal ini mengacu pada istilah yang dikemukakan oleh Geertz sendiri. Berbeda dengan kecenderungan umum para santri, Abangan dan Priyayi menjadi pendukung utama nasionalis, Sekuler dan Partai Komunis.¹³

Berangkat dari pengertian diatas dapat ditarik pemahaman bahwasanya politik aliran adalah sebuah praktik politik yang dilakukan oleh kelompok atau golongan yang memiliki nilai, pandangan, atau kepentingan yang sama.

Mereka biasanya memiliki orientasi ideologi atau agama tertentu dan

¹² Politik Aliran: Pengertian, Ciri, dan Faktor-Faktornya, *Gramedia.com*, <https://www.gramedia.com/literasi/politik-aliran/>, diakses tanggal 10 Desember 2022.

¹³ Arina Rohmatul Hidayah, "Marketing Politik aliran oleh kandidat melalui Facebook dalam pemilihan Kepala Daerah Jawa Timur Tahun 2018", *POLITICON: Jurnal Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 1, (2021), hal .26.

melakukan aktivitas politik untuk mencapai tujuan mereka, seperti yang terlihat pada partai politik atau kelompok kepentingan yang memiliki tujuan dan agenda spesifik.

2. Pencitraan

Citra menurut KBBI adalah gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Pengertian yang tertera dalam KBBI bis akita fahami pula dengan istilah citra publik. Sedangkan citra yang ingin ditampilkan oleh seseorang atau lembaga dapat disebut citra personal. Adapun pencitraan adalah upaya yang dilakukan oleh seseorang atau lembaga untuk mendapatkan citra positif dari publik.

3. Media Sosial Instagram

Instagram adalah sebuah platform media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk membagikan foto dan video dengan pengikut atau orang-orang yang terhubung dengan akun tersebut. Instagram juga menyediakan berbagai fitur seperti Stories, Reels, IGTV, dan lain-lain untuk memperluas interaksi antara pengguna.

4. Kontestasi Pilpres

Kontestasi memiliki arti kontroversi atau debat atau sistem untuk memperebutkan dukungan rakyat dengan mengikuti sistem pasar.¹⁴ Sedangkan Pilpres adalah bentuk akronim dari pemilihan presiden yang

¹⁴ Kontestasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Web, <https://kbbi.web.id/kontestasi>, diakses tanggal 8 Desember 2022.

berarti suatu proses demokrasi dimana rakyat dari suatu daerah memilih pemimpin mereka yang dalam hal ini adalah presiden dan wakilnya.¹⁵

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Politik aliran dan pencitraan oleh figur politisi melalui media adalah sebagai berikut:

Pertama; Kampanye Digital, Politik Lokal, dan Media Sosial, artikel ilmiah yang ditulis oleh Fajar Mu'ti Abdillah dan Abraham Zakky Zulhazmi. Penelitian ini menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Peirce. Sumber data dari penelitian terdahulu ini menggunakan postingan dari akun Instagram dari politisi Untung Yuni Sukowati yaitu @mbakyuniselasudihati. Hasil dalam penelitian terdahulu ini adalah secara umum Yuni mencitrakan dirinya sebagai pemimpin yang merakyat sama seperti Jokowi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan subjek politisi dan objek berupa unggahan dari akun Instagram pribadi sang politisi. Selain itu pencitraan melalui media sosial juga menjadi topik yang sama Adapun perbedaannya terletak pada metodologi yang dipakai, dimana dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis isi.

Kedua; Strategi Pencitraan Politik Capres Jokowi Melalui Instagram: Sebuah Analisis Konten Kualitatif, artikel ilmiah yang ditulis oleh Wahyudi Sunarwan dan Sains Pieter Surlia tahun 2021. Metodologi yang dipakai oleh penelitian terdahulu ini adalah analisis isi konten kualitatif dengan menggunakan data dari unggahan Instagram @Jokowi dalam kurun waktu Maret 2019. Hasil

¹⁵ Pilpres dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Web, <https://kbbi.lektur.id/pilpres>, diakses tanggal 8 Mei 2023

penelitian terdahulu ini menginformasikan bahwa unggahan akun Instagram @Jokowi tidak melulu mengandung unsur pencitraannya sebagai orang nomor satu di Indonesia melalui isu politik dan hasil pembangunan pada masa jabatannya, terdapat juga unggahan terkait kehidupan pribadinya yang secara tidak langsung memberikan wacana bahwa Jokowi juga merupakan rakyat biasa yang menjalani kehidupan seperti biasa. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis isi konten kualitatif pada unggahan Instagram figure politisi, serta pembentukan citra melalui unggahan Instagram. Adapun perbedaannya adalah tidak ada informasi terkait politik identitas.

Ketiga; Analisis Politisasi Identitas dalam Kontestasi Politik pada Pemilihan Umum di Indonesia, artikel ilmiah yang ditulis oleh Frenki tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam memenangkan pemilihan umum setidaknya ada tiga modal, modal ekonomi, modal sosial dan modal politik. Modal sosial adalah yang paling sering dipolitisasi menggubakan politik identitas. Persamaan dengan penelitian terdahulu ini adalah sama-sama membahas fonomena politisasi pada kontestasi pilpres. Sedangkan perbedaannya terletak pada metodologi penelitian, unsur politisasi, dan objek penelitian.

Keempat, Citra Politik Prabowo-Sandi Dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 di Akun Media Sosial Instagram, artikel ilmiah ini ditulis oleh Muttaqin, Putri Maulina dan Saud Fadhlain pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode kajian analisis isi

kualitatif dan analisis semiotika sebagai pisau bedahnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses branding Prabowo-Sandi terbentuk melalui tiga indikator branding politik seperti Penampilan, Kepribadian, dan Pesan Kunci Politik secara umum digambarkan sebagai figur pribadi yang religius, tegas, keras, patriot, sopan, tenang, memiliki integritas, cerdas dan dekat dengan masyarakat. Persamaan dengan penelitian terdahulu ini adalah sama-sama membahas tentang pencitraan yang dibangun di media sosial Instagram oleh calon presiden dan wakil presiden dalam berkontestasi. Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu ini adalah dari sisi penggunaan Political Branding sebagai cara yang digunakan untuk membangun citra politik. Sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan politik aliran dalam membangun dan menguatkan citra politik

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas, menurut peneliti, politik aliran yang digunakan sebagai penguat pencitraan di media sosial Instagram masih tergolong langka. Penelitian ini juga menguatkan tema penelitian terdahulu terkait politik aliran dan pencitraan di media sosial, serta mengoreksi penggunaan politik identitas yang kerap dikaitkan dalam dunia politik.

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan nanti, penulis membagi pokok pembahasan menjadi 5 bab, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif serta untuk lebih memperelas setiap permasalahan yang dikemukakan. Adapun sistematika penulisan yang penulis gunakan sebagai berikut:

Bab I: Merupakan pendahuluan yang terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II: Kajian pustaka, yang lebih difokuskan kepada kajian yang membahas tentang politik aliran, figur politisi, citra, dan media sosial Instagram

Bab III: Metode penelitian, yang membahas jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Paparan hasil penelitian dan pembahasan, yang membahas tentang setting penelitian, pemaparan data dan temuan penelitian, serta pembahasan.

Bab V: Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran-saran.

