

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digitalisasi seperti sekarang ini menuntut manusia untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang cepat dan pesat. Perkembangan teknologi berbasis internet memicu pertumbuhan komunikasi di dunia maya. Perkembangan komunikasi ini memberikan pergeseran media dalam berkomunikasi. Komunikasi yang mulanya hanya dilakukan secara tatap muka kini dapat dilakukan secara online melalui internet. Hadirnya media baru (new media) merupakan ciri komunikasi berbasis internet (Indrawan, dkk, 2020: 6). Komunikasi berbasis internet yang banyak digunakan adalah media sosial.

Media sosial ini memainkan peranan penting dalam interaksi kehidupan masyarakat. Oleh karena itu cukup banyak masyarakat yang menggunakan media sosial, mulai dari rentang usia sekolah hingga purna kerja menggunakan media sosial untuk pelbagai kepentingan. Ada yang menggunakan media sosial untuk kepentingan pembelajaran, mencari informasi, memperlancar pekerjaan dan lain sebagainya. Umumnya masyarakat menjadikan media sosial sebagai penghubung komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Wibowo, 2018: 54).

Berbagai macam platform media sosial yang dapat diakses oleh masyarakat mulai dari Facebook, Twitter, Tiktok, Youtube, Instagram, dan masih banyak lainnya. Instagram menjadi salah satu media sosial yang tengah diminati oleh masyarakat Indonesia. Instagram menduduki urutan ke 2 paling banyak

diminati setelah Whatsaap dengan persentase sebesar 84,7% per januari 2022 (dataIndonesia.id, 2022).

Hadirnya Instagram sebagai media sosial dengan cepat disadari oleh kelompok politik sebagai saluran komunikasi yang dapat di eksplorasi penggunaannya untuk alat dan tujuan politik. Media sosial sangat memberikan dampak untuk mempengaruhi opini publik. Hal ini dapat memperkuat komunikasi politik dalam praktik politik modern yang memanfaatkan media sosial sebagai media alternatif dalam penyampaian pesan politik (Alam, 2021: 70).

Praktik politik modern dengan memanfaatkan media sosial Instagram menjadi sarana yang sangat efektif untuk komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh aktor politik kepada publik dengan tujuan mempengaruhi dalam kehidupan bernegara (Arifin, 2011: 8). Melihat dari sisi aktor politik Instagram menjadi corong utama untuk penyampaian pesan politik dan menjadi peluang besar untuk memperkenalkan diri dan membangun opini publik mengenai dirinya.

Salah satu aktor politik yang memanfaatkan Instagram untuk memperkenalkan diri menyampaikan informasi dan membangun opini publik kepada masyarakat adalah Ganjar Pranowo. Ganjar merupakan Gubernur Jawa Tengah pada masa periode 2018-2023. Gubernur dengan ciri khas gaya pembawaanya seperti kaum milenial sehingga sangat dikenal oleh kaum milenial (Pramelani & Widyastuti, 2021: 113). Ganjar Pranowo sangat aktif di salah satu akun media sosial pribadinya yaitu Instagram yang memiliki

pengikut terbanyak diantara akun media sosial lainnya. Akun instagramnya @ganjar_pranowo telah memiliki 5,2 juta pengikut dengan unggahan foto maupun video sebanyak 6.180 per tanggal 21 Oktober 2022.

Dari banyaknya unggahan tersebut Ganjar Pranowo sering membagikan kegiatan kesehariannya sebagai seorang Gubernur seperti konten kegiatan resmi pemerintah, kunjungan ke pasar-pasar, kuliner ke berbagai daerah, olahraga, pariwisata, budaya, keagamaan, Adapun tema pesan politik yang terdapat dalam konten tersebut seperti tabel 4.1 berikut:

Tabel 1.1 Tema Pesan Politik Ganjar Pranowo di Instagram @ganjar_pranowo Periode 2018-2021.

No.	Tema	Jumlah	No.	Tema	Jumlah
1	Kegiatan	1014	15	Keluarga	71
2	Masyarakat	368	16	Interaksi dengan berbagai kelompok masyarakat	62
3	Jawa Tengah	361	17	Politik	60
4	Covid	343	18	Tanya jawab	46
5	Olahraga	202	19	Beri apresiasi	43
6	Perayaan sosial, dan sebagainya	200	20	Kegiatan keagamaan	42
7	Ekonomi	199	21	Kedatangan tamu	33
8	Pesan untuk berbagai hal	168	22	Jokowi	33
9	Pembangunan	144	23	Rapat	23
10	Kebudayaan	140	24	Budaya	22
11	Pemerintah	118	25	Melantik dan ucapan pelantikan	15
12	UMKM	116	26	Bencana	9
13	Pilgub dan pemilu-kampanye 2018-2019	106	27	Mudik	5
14	Ucapan	82			
Jumlah					4.025

Sumber: Andreas Pandiangan, 2022, *Pesan Politik Gubernur Ganjar Pranowo di instagram @ ganjar_pranowo 2018-2021*, hal. 20. Laporan penelitian, tidak diterbitkan.

Terdapat 4.025 pesan politik yang disampaikan Ganjar Pranowo di instagram @ ganjar_pranowo (Tabel 1,1). Pesan politik dimaksud dalam bentuk teks, foto dan video sejak 2018 hingga 2021. Tema ‘kegiatan’ mendominasi pesan politik Ganjar Pranowo yakni sebesar 25.19 persen. Dalam penelitian ini memfokuskan pada pesan politik dalam tema UMKM.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dan lainnya. UMKM ini menjadi sebuah proses yang sangat baik untuk membawa bangsa menuju kemakmuran. Adanya UMKM dapat memperluas lapangan kerja dan memanfaatkan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) sehingga dapat mendorong perekonomian masyarakat (Undari dan Sari, 2021:33). Hal ini sesuai dengan Misi ke tiga Ganjar Pranowo yaitu memperkuat kapasitas ekonomi rakyat dan memperluas lapangan kerja untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran (Jatengprov.go.id, 2022).

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan dari sekian banyaknya unggahan UMKM, Peneliti menemukan cukup banyak unggahan konten Lapak Ganjar. Adapun unggahan mengenai UMKM pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Tema Pesan Politik Ganjar Pranowo Kategori UMKM

No	Kategori UMKM	
1	Lapak Ganjar	64 Unggahan
2	Tidak Lapak Ganjar	52 Unggahan
	Total	116 Unggahan

Sumber: Observasi Peneliti Pada Instagram @ganjar_pranowo

Pada tabel 1.2 kategori UMKM peneliti membagi kedalam dua kategori yaitu Lapak Ganjar berjumlah 64 unggahan dan tidak Lapak Ganjar berjumlah 52 potingan yang berisi video dan foto. Adapun fokus konten yang menjadi bahan

analisa dalam penelitian ini adalah konten Lapak Ganjar dengan Jumlah 64 unggahan.

UMKM sebelum munculnya Lapak Ganjar. Unggahan konten Lapak Ganjar berisi tentang produk UMKM dari masyarakat yang di tawarkan melalui akun Instagram @ganjar_pranowo. Masuknya konten Lapak Ganjar di akun Instagram @ ganjar_pranowo sejak tanggal 11 Juli 2020 – 26 Desember 2021, namun pada tahun 2022 Lapak Ganjar sudah memiliki akun instagram sendiri. Hal ini yang menjadi alasan peneliti dalam memilih periode tersebut, karena memfokuskan konten Lapak Ganjar yang terdapat dalam akun @ganjar_pranowo.



Gambar 1.1 Lapak Ganjar

*Sumber: Instagram @ganjar_pranowo
(diakses tanggal 10 Oktober 2022 pukul 23.35 wib)*

Pada gambar 1.1 di dalam unggahan Lapak Ganjar memiliki edisi dan mengenai produk yang ditawarkan, dan memiliki cakupan wilayah kota, yang mulanya hanya sebatas wilayah Jawa Tengah, namun juga merambah hingga ke Jawa Barat, Jawa Timur, Bali, Yogyakarta, dan beberapa daerah lainnya,

bahkan merambah sampai ke seluruh Indonesia. Selain itu terdapat keyword berupa hastag (#) Lapak Ganjar yang dicantumkan dalam *caption* unggahan.

Hal ini dimanfaatkan oleh Gubernur Ganjar Pranowo menjadi sarana komunikasi politik. Peneliti melihat pesan politik yang terkandung di dalam unggahan Lapak Ganjar tidak hanya dari aspek unggahan yang terdapat dalam akun Instagram seorang aktor politik. Peneliti juga melihat dari sisi kolom komentar yang terdapat komentar bersifat politik yang berisi “Ganjar jadi presiden 2024” dari beberapa akun, komentar tersebut tidak ada hubungannya sama sekali dengan konten Lapak Ganjar dan dapat mempengaruhi opini publik.

Selain itu didorong dengan temuan observasi peneliti pada *followers* Instagram @ganjar_pranowo pada tahun 2019 sebelum masuknya konten Lapak Ganjar yaitu 2,1juta pengikut. Ketika Ganjar Pranowo membuat konten lapak Ganjar pada tahun 2020 dan memperluas cakupan wilayah, peneliti melihat adanya kenaikan followers menjadi 5,1 juta pengikut.

Dari data tersebut peneliti tertarik untuk melihat bagaimana pesan politik yang digunakan oleh Gubernur Ganjar Pranowo melalui unggahan Lapak Ganjar yang ada di akun Instagram @ganjar_pranowo. Peneliti juga melihat sisi urgensi dari Instagram sebagai media komunikasi politik yang banyak disalahgunakan menjadi sarana penistaan, penghujatan, dan pencemaran nama baik seseorang. Fenomena tersebut jika dibiarkan akan menjadi kondisi kontradiktif antara kehadiran media sosial yang diharapkan dapat mengembangkan komunikasi politik menjadi lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pesan politik Gubernur Ganjar Pranowo melalui lapak Ganjar di akun Instagram @ganjar_pranowo (11 Juli 2020-26 Desember 2021)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah peneliti merumuskan maka tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui pesan politik yang dilakukan Gubernur Ganjar Pranowo melalui lapak Ganjar di akun Instagram @ganjar_pranowo (11 Juli 2020- 26 Desember 2021).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menyanggah pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang komunikasi politik. Kemajuan teknologi memberikan perubahan dalam media berkomunikasi politik dimana para aktor politik memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi politik. Sehingga penelitian ini dapat menjadi referensi mengenai komunikasi

politik yang hubungannya dengan penggunaan media sosial khususnya Instagram.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk analisis aktor politik Ganjar Pranowo, serta menjadi manfaat bagi penelitian komunikasi politik lainnya.

1.5 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi di media sosial Instagram @ganjar_pranowo pada konten Lapak Ganjar (11 Juli 2020 - 26 Desember 2021).

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memahami isi dari penelitian ini, peneliti menjabarkan sistematika penulisan sebagai kerangka pedoman pada penelitian ini. Peneliti membagi lima bab yang dijabarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan latar belakang mengapa peneliti mengambil fokus pada pemanfaatan Instagram

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi tentang lima penelitian terdahulu serta menjabarkan teori yang nantinya akan digunakan oleh peneliti sebagai dasar penulisan dalam menjawab rumusan masalah pada Bab I

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III berisi tentang penjelasan secara rinci mengenai penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dalam bab ini terdapat jenis penelitian, fokus penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta kerangka berpikir.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi tentang hasil dan pembahasan dari data dan fakta yang telah didapatkan selama penelitian dan mengaitkan dengan teori yang sudah di jabarkan pada bab III.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan yang sudah dijabarkan dan dibahas pada bab IV.