

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kuatnya gairah berpolitik masyarakat Indonesia tampak terjadi hanya pada saat menjelang berlangsungnya agenda politik besar seperti Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) dan atau Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres). Kontestasi tersebut melibatkan banyak pihak utamanya masyarakat baik di wilayah lokal, regional, hingga nasional. Agenda politik nasional terbesar adalah Pilpres dan diadakan setiap lima tahun sekali, maka dinamika yang terjadi sangat beragam dan menjadi warna dalam perjalanan sistem politik di Indonesia. Tahun 2019 merupakan tahun demokrasi atau tahun politik bagi seluruh masyarakat Indonesia karena pada tahun tersebut dihelat pesta demokrasi akbar Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2019-2024. Tentunya gairah politik pada masyarakat dan kondisi politik pusat akan terasa lebih kuat menjelang Pilpres 2019.

Kuatnya gairah berpolitik masyarakat ditandai dengan tingginya respon masyarakat terhadap isu dan peristiwa politik menjelang Pilpres 2019 yang ditunjukkan melalui bentuk dukungan dan penolakan. Berbagai isu dan peristiwa politik seputar pemerintahan, tokoh politik, isu politik, dan lain-lain yang diberitakan dan diulas mendalam menjadi peluang para pemilik kepentingan politik mengkonstruksi masyarakat Indonesia menjelang Pilpres 2019. Banyaknya isu dan peristiwa politik yang tersebar di media nasional terkait penilaian tentang kinerja pemerintah yang tidak memuaskan, lawan politik yang melakukan kampanye hitam (*black campaign*), adanya isu agama, isu budaya, dan isu lainnya yang dikaitkan dengan kondisi politik saat ini, termasuk *track record* pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden menjadi pemberitaan yang tidak ada habisnya dan menimbulkan efek. Efek yang terjadi dari perbincangan intensif tersebut membuat masyarakat mengalami kebingungan dalam menentukan siapa pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang baik dan layak untuk didukung. Beragam isu dan peristiwa politik tersebut juga menghambat langkah pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden dalam membentuk citra dapat dipercaya oleh masyarakat perihal kredibilitasnya menjadi pemimpin negara selama satu periode mendatang karena isu politik

yang dihadapinya. Tim sukses sebagai tim ahli marketing politik masing-masing pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang maju ke panggung Pilpres, kini semakin menguatkan diri untuk menyusun strategi lain yang dapat menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat terhadap pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden dengan mengaburkan terpaan isu politik. Strategi mengaburkan terpaan isu politik ini menggandeng media sosial sebagai *platform* masyarakat menggali informasi politik menjelang Pilpres 2019 dengan sajian informasi yang positif dan bersifat interaktif.

Seperti yang telah diketahui publik, ada dua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang berlaga dalam panggung Pilpres 2019 dan telah sah sesuai dengan hasil rapat pleno Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI pada 20 September 2018 : Pasangan Calon nomor urut 1. Ir. H. Joko Widodo – Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin dan Pasangan Calon nomor urut 2. H. Prabowo Subianto – Sandiaga Salahuddin Uno. Penetapan tersebut sesuai dengan Keputusan KPU RI Nomor 1131/PL.02.2-Kpt/06/IX/2018 tentang penetapan pasangan calon peserta pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019, tertanggal 20 September 2018 oleh liputan6.com.

Untuk menguatkan langkah kedua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden berlaga dalam panggung Pilpres 2019, masing-masing pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden beserta tim suksesnya terus berupaya mencari dukungan dengan menarik simpati generasi milenial di media sosial. Mengaca pada kemenangan Jokowi-Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) pada Pilkada DKI Jakarta 2012 menunjukkan bukti bahwa media sosial adalah *platform* yang efektif untuk kampanye dan edukasi politik. Jokowi-Ahok hanya didukung dua partai yaitu PDIP dan Gerindra, berbanding terbalik dengan pasangan calon pilgub yang lain dengan dukungan dari banyak partai besar. Awalnya dua tokoh ini tidak begitu dikenal publik, popularitasnya melonjak menjelang Pilkada DKI Jakarta 2012 lalu berkat peran media dan media sosial yang memberitakannya. Siti Juhro, pengamat politik dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) dalam detik.com 21 September 2012, menyebutkan banyak sekali pemberitaan positif terkait Jokowi. Ia menjadi ikon kesayangan media. Jalin-kelindan serpihan tersebut bermuara pada media sosial sebagai pusat perhatian yang mengonfirmasi tesis tentang komunikasi politik generasi ketiga,

ditandai dengan penggunaan tren komunikasi terbaru oleh aktor-aktor politik (Wisnu, 2013:67). Penggunaan internet dan media sosial sebagai sarana kampanye dan medium interaksi telah mengubah komunikasi politik dan marketing politik secara dramatis (Blumler dan Kavanagh, 1999). Poin yang dapat diambil dari kemenangan Jokowi-Ahok adalah strategi mengambil simpati generasi milenial dengan berkampanye positif dan kreatif di media sosial menjadi implikasi pada marketing politik Pilkada dan Pilpres bertahun-tahun mendatang.

Upaya menarik simpatik kaum milenial dipilih karena menurut Djayadi saat dihubungi liputan6.com pada 10 September 2018, data Daftar Pemilih Tetap atau DPT menunjukkan 185 juta pemilih berusia antara 17 – 38 tahun. Jika diprosentasekan sejumlah 55% pemilih generasi milenial atau golongan muda. Sehingga tim sukses masing-masing pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden wajib memperhatikan suara milenial. Tanpa sadar generasi milenial atau golongan muda diberikan kemudahan dalam pencarian informasi politik menjelang Pilpres 2019 di media sosial. Menurut survey *National Centre For Strategic and International Studies* (CSIS) menunjukkan hasil bahwa kaum milenial memiliki dua jalur preferensi politiknya yaitu pada Jokowi dan Prabowo. Survey dilakukan di media sosial Instagram, Path, Facebook, dan Twitter. Dari 4 akun tersebut menunjukkan preferensi ke arah Prabowo. Sedangkan di Facebook sejumlah 81,7% generasi milenial memilih Jokowi. Angka 28,6% memilih Prabowo. Dari data tersebut menunjukkan generasi milenial memiliki suara yang dominan di tahun 2019. Jumlah pengguna akun twitter usia muda sebanyak 23,7% memilih Jokowi dengan jumlah 22,5%, memilih Prabowo 24,6%. Pada media sosial Path, 25,8% pengguna memilih Prabowo, 21,6% memilih Jokowi. Sedangkan pada Instagram, dengan total pengguna 54,7% menunjukkan sejumlah 29,6% memilih Prabowo dan 26,5% memilih Jokowi. Generasi Y adalah generasi yang lahir pada tahun 1982. Generasi Y dikenal dengan generasi millennial atau millennium (Howe & Strauss, 2000). Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging, dan media sosial seperti facebook dan twitter, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming (Lyons, 2004).

Sebagai penikmat media sosial, golongan muda begitu antusias dalam menanggapi isu politik yang terjadi di Indonesia. Setelah pengukuhan nama Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Republik Indonesia, golongan muda semakin ingin tahu perkembangan isu politik maupun strategi-strategi politik oleh kedua pasangan calon melalui media sosial Instagram. Media sosial Instagram menjadi *basecamp* golongan muda era ini untuk menelusuri informasi politik dan menyuarakan aspirasinya. Dalam menelusuri informasi politik, mereka bisa melakukannya secara individu atau berkelompok lalu saling melempar opini pada kolom komentar postingan akun-akun yang disinyalir sebagai saluran komunikasi politik untuk mencari dukungan atau menjatuhkan lawan politik. Dalam kasus ini media sosial Instagram berperan sebagai media untuk mengkonstruksi karakter demokratis golongan muda dalam menginterpretasikan informasi politik yang telah diperoleh. Perlunya golongan muda melakukan filterisasi terhadap media informasi politik yang diikuti, serta memahami media informasi politik yang sesuai dengan jiwanya. Sehingga dalam proses menyongsong Pilpres 2019, golongan muda semakin siap dan berani menentukan sikap untuk memilih pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia terbaik dengan pertimbangan dan pengetahuan politik yang sudah dimiliki.

Penulis menemukan satu akun politik di media sosial Instagram dengan nama akun @pinterpolitik. Pinter Politik memiliki *tagline* Suara Politik Milenial Indonesia. Dikutip dari pinterpolitik.com, sesuai dengan motonya, PinterPolitik hadir untuk memperjelas berita politik yang terjadi di negara ini. Konten-kontennya bertujuan untuk menggebrak berita di balik berita, membongkar politik dibalik politik dengan ulasan yang tajam, berani memihak atau beroposisi, dengan penyuguhan yang lengkap dan terpercaya. PinterPolitik hadir bagi siapa saja yang tertarik untuk memahami apa yang tersembunyi di setiap peristiwa politik di Indonesia. Berani menerima informasi yang dibentuk dengan sudut pandang kritis dan tidak *mainstream*, sehingga pembaca mendapatkan wawasan politik yang berbeda dari yang ada. Edukasi politik yang disampaikan melalui bentuk infografis politik ini menjadi sarana edukasi politik yang kreatif dan menarik.

Infografis merupakan visualisasi rekam jejak politik, kinerja, prestasi, serta keunggulan dan kelemahan kedua pasangan calon yang

maju di Pilpres 2019. Infografis akun @pinterpolitik membahas tentang evaluasi dan kritikan terhadap kinerja pemerintahan Jokowi-JK dari tahun 2017-2018. Tidak hanya menampilkan informasi politik nasional, informasi politik internasional juga dimuat dalam postingan infografis akun Instagram @pinterpolitik. Seluruh infografis memuat penilaian yang positif, negatif, memuat unsur saran, dan kritikan dari pengikut akun tersebut. Akun ini juga memuat infografis seputar tokoh politik, kasus yang menjerat tokoh politik, juga prestasi tokoh politik. Bagi golongan muda yang awam akan politik akan mendapatkan kemudahan untuk mempelajari rekam jejak perkembangan dinamika politik di Indonesia dengan menelusuri informasi politik di akun Instagram @pinterpolitik.

Disadari oleh penulis, informasi politik pada infografis akun tersebut bertujuan untuk mengkonstruksi golongan muda yang akan atau sudah menentukan pilihan pasangan calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di Pilpres 2019 mendatang dengan sajian infografis politik yang kreatif dan menarik. Dinamika politik digambarkan melalui kasus yang diangkat pada infografis. Dari kasus yang diangkat, dari visualisasi dan pembahasan yang ada pada infografis selanjutnya direspon oleh pengikut akun tersebut dan melayangkan komentarnya di kolom komentar. Dari sudut pandang pengikut, penulis ingin mencari tahu representasi mereka terhadap dinamika politik di media sosial. Dari informasi negatif dan positif yang diposting apakah sudah mencerminkan aktualitas dan mengikuti *trend* pemberitaan politik media sosial. Menurut penulis, komentar dan opini tersebut terbentuk atas dasar kesesuaian infografis terpilih dengan ketertarikan golongan muda terhadap informasi politik. Hal tersebut akan dikaji lebih lanjut oleh penulis.

Peristiwa dan isu politik yang terjadi rentang tahun 2017-2018 menjelang Pilpres 2019 pada postingan akun Instagram @pinterpolitik berjumlah 1.429 postingan per 28 Januari 2018 – 31 Desember 2018 dengan beberapa kategori konten diantaranya : InDepth, MildReport, Video, dan Infografis.

Melalui kegiatan penelitian ini penulis bermaksud untuk memberikan warna baru pada kajian komunikasi politik melalui studi kasus infografis politik. Penulis membatasi pengambilan data objek

penelitian dengan hanya memilih dua kasus pada kategori konten infografis politik yang diposting di akun Instagram @pinterpolitik. Kasus tersebut masih dalam masa pemerintahan Jokowi-JK tahun 2017-2018. Kasus tersebut juga terjadi di masa menjelang Pilpres 2019 sehingga memuat unsur politik yang menarik jika dianalisis. Terdapat beberapa hal yang menjadi pertimbangan penulis untuk memilih dua kasus tersebut sebagai bahan penelitian, diantaranya jenis kasus yang berbeda, rentang waktu posting yang berdekatan di masa menjelang Pilpres 2019, dan jumlah komentar atau respon pengikut yang juga terdapat perbedaan. Dari pertimbangan tersebut penulis menjadikan dua kasus sebagai bahan penelitian yang sifatnya perbandingan. Kasus tersebut dipilih dan kemudian penulis menganalisis cara memahami pesan politiknya, pada tahap berikutnya penulis mencari tahu seperti apa representasi pengikut akun Instagram @pinterpolitik terhadap dinamika politik yang ditampilkan akun Instagram @pinterpolitik melalui postingan-postingan infografisnya di Instagram. Sehingga dapat dihasilkan analisa yang mendalam terkait studi kasus infografis politik dari akun Instagram @pinterpolitik.

Dari pemaparan tersebut, penulis tergerak untuk melakukan penelitian dengan judul Representasi Dinamika Politik Golongan Muda Di Media Sosial (Studi Kasus Pesan Politis Infografis Era Pemerintahan Jokowi-Jk Periode 2017-2018 Di Instagram Menjelang Pilpres 2019).

1.2 Fokus Penelitian

Untuk menghindari lingkup penulisan yang luas sehingga dapat mengaburkan tujuan penelitian, maka penulis berfokus pada menganalisa pemahaman pesan politis dan menjelaskan bentuk representasi golongan muda terhadap dinamika politik di media sosial menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna pesan politis yang terkandung dalam infografis @pinterpolitik sesuai konsep AWK Ruth Wodak dan Norman Fairclough serta untuk mengungkap

representasi dinamika politik yang ditunjukkan golongan muda melalui komentar postingan infografis akun Instagram @pinterpolitik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis :

1. Menyederhanakan naskah berita panjang dengan kemasan kreatif dan mempermudah pembaca golongan muda memahami pengetahuan politik
2. Adanya infografis politik membuat para infografer memiliki wawasan politik yang luas. Sehingga kombinasi kemampuan desain grafis dan pengetahuan politik yang dimiliki infografer dapat memberikan warna dalam kajian dinamika politik.
3. Hasil penelitian dapat menjadi referensi dalam memilih media sosial yang baik untuk edukasi politik. Sehingga pada setiap menjelang momen pemilihan umum golongan muda mampu lebih cerdas dan selektif untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan politik.

Manfaat Praktis :

1. Mempermudah pembaca dalam memahami pengetahuan politik secara mudah dan cepat.
2. Meningkatkan kreativitas infografer dalam mengolah informasi politik untuk dipublikasi di media sosial Instagram.
3. Penelitian ini diharapkan mampu membangun kesadaran berpolitik pada golongan muda melalui media sosial Instagram.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I	Pendahuluan
	Pada bab ini penulis menjelaskan latar belakang penelitian yang akan dilakukan, batasan masalah analisis yang dilakukan, memaparkan manfaat dan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Sehingga penelitian dapat dilaksanakan

	dengan tahapan yang terstruktur dan adanya penulisan sistematika penelitian untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan dari tahap awal hingga menghasilkan kesimpulan penelitian.
BAB II	Kajian Pustaka
	Pada bab ini penulis memaparkan literatur yang berupa jurnal, skripsi, dan thesis untuk mendukung kelengkapan referensi penelitian yang akan dilakukan. Sehingga penelitian yang berjudul “Representasi Dinamika Politik Golongan Muda Di Media Sosial (Studi Kasus Pesan Politis Infografis Era Pemerintahan Jokowi-Jk Periode 2017-2018 Di Instagram Menjelang Pilpres 2019)” dapat diselesaikan dengan landasan literatur yang teruji.
BAB III	Metode Penelitian
	Pada bab ini penulis menjelaskan tentang tipe penelitian yang digunakan, peran peneliti dalam kegiatan penelitian ini, lokasi penelitian yang digunakan, sumber data dan teknis pengumpulan data yang dilakukan peneliti, teknis analisis data, serta uji keabsahan data agar penelitian yang dilakukan dapat menjadi karya ilmiah yang valid.
BAB IV	Deskripsi Obyek, Penyajian Data dan Pembahasan
	Penulis memaparkan obyek yang digunakan yaitu infografis yang terdapat pada akun Instagram @pinterpolitik. Penulis juga memaparkan bentuk penyajian data dalam penelitian, serta pembahasan. Pembahasan yang merupakan praktek studi kasus analisis wacana kritis Norman Fairclough.

BAB V	Penutup
	Penutup berisi kesimpulan dan rekomendasi yang merupakan uraian singkat dari hasil penelitian yang dilakukan penulis.