

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2024 merupakan tahun pemilu di Indonesia pada saat pelaksanaan pemilu warga negara Indonesia yang dapat memberikan hak suaranya ialah warga yang termasuk dalam kriteria Data Penduduk Potensial Pemilih Pemilu atau biasa di sebut DP4, sebagaimana pemilih adalah Warga Negara Indonesia yang sudah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, sudah kawin, atau sudah pernah kawin.¹ Sebelum memasuki pemilu para capres-cawapres melakukan kampanye di mana-mana, mengikuti kajian dari majlis ke majlis, bahkan mengunggah foto dan video yang berkaitan dengan kegiatan politik di media sosial masing-masing kandidat guna menarik perhatian masyarakat.

Media sosial dalam bahasa latin yaitu *medium*, dalam bentuk jamak media berarti saluran, sehingga dalam bentuk pengertian tunggal berarti alat penyulur sarana. Media sosial adalah sebuah teknologi yang berkembang sangat pesat dan dengan adanya media sosial kita dapat mengetahui informasi dengan mudah. Yoyon menjelaskan bahwa unsur media dalam komunikasi banyak menarik perhatian masyarakat di media terutama media massa yang telah meningkatkan intensitas, kecepatan bahkan jangkauan komunikasi yang memiliki pengaruh cukup besar.²

¹Dedi Hidayat, “*Syarat Usia di Bawah 17 Tahun Bisa Nyoblos*”, (diakeses pada 3 Juli 2023, 09:06)

² Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi*, (Surabaya: Jaudar Press, 2015), hal. 38.

Media sosial telah digunakan di seluruh belahan dunia termasuk negara Indonesia, pengguna media sosial di Indonesia terus bertambah dan berkembang pesat. Pengguna Media Sosial di Indonesia pada tahun 2023 menurun dari tahun sebelumnya, pada laporan *We Are Social* menunjukkan bahwasanya jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2023 mencapai 167 juta orang. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari warga negara Indonesia.³

Adanya media sosial di Indonesia membuat media sosial menjadi salah satu saluran untuk bertukar kabar, menyebarkan berita, bahkan untuk keperluan politik, media sosial bukan hanya untuk membaca berita saja melainkan untuk mengekspresikan opini masing-masing bahkan saat ini media sosial digunakan sebagai ajang kampanye. Sejak tahun 2006 selain berkembangnya kampanye politik melalui *website* para kandidat sudah memanfaatkan *social network sites* (situs jejaring) untuk kampanye.⁴ Hingga saat ini media sosial di gunakan untuk kampanye oleh para capres-cawapres dan calon legislative lainnya.

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

Media sosial sering kali dianggap sebagai salah satu sumber data yang efektif dan penting terlebih dalam membentuk sebuah opini publik dan pengaturan agenda publik maka dari itu kini media sosial menjadi incaran para calon presiden untuk mengunggah kegiatan harian yang menyinggung hal-hal mengenai politik, ada berbagai macam media sosial yang biasa digunakan

³Shilvina Widi "Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023" (Diakses pada 3 Februari 2023, 2:59 PM WIB)

⁴Dr. Gun Gun Heryanto, M.SI., *Media Komunikasi Politik Relasi Kuasa Media di Panggung Politik* (Sampangan Gg. Perkutut No. 325-B Jl. Wonosari, Baturetno Banguntapan Yogyakarta: IRCiSoD, 2018) hal. 37

untuk mengunggah hal tersebut seperti Instagram, Tweeter, Facebook dan masih banyak lagi. Salah satu media sosial yang dapat menarik perhatian dan mudah diakses secara luas adalah Instagram, generasi milenial saat ini sudah jarang menonton video yang berdurasi panjang apa lagi televisi yang berdurasi berjam-jam mereka lebih memilih media yang menampilkan sebuah berita atau isu-isu terkini yang singkat, padat dan mudah diakses kapan saja. Sehingga saat ini para calon Presiden banyak yang mengunggah kegiatan politik melalui akun media sosial peribadi salah satunya Instagram.

Instagram dapat digunakan sebagai alat penyebaran informasi mengenai kegiatan atau wacana calon presiden dan juga dapat digunakan masyarakat untuk menilai sejauh mana kredibilitas calon presiden untuk menjadi pemimpin negara Indonesia. Instagram merupakan salah satu media yang diminati masyarakat saat ini mulai dari kalangan Gen Z, milenial, dan orang tua. Komunikasi politik melalui Instagram dapat dengan mengunggah video panjang, reels, dan foto maksimal 10 foto dalam satu postingan dan dapat menyertakan *caption* tanpa batas. Melalui *caption* para calon presiden dapat menyampaikan wacana, gagasan, opini dan diberi tagar sebagai alat untuk lebih mempermudah akses sebuah kepentingan atau tujuan di media sosial Instagram.

Komunikasi politik di media sosial dapat dikaji dalam perspektif Ilmu Komunikasi melalui perspektif analisis wacana. Wacana merupakan kegiatan komunikasi yang subtansinya tidak dapat terlepas dari bahasa, kata, rangkaian tindak turur atau ujar yang mengungkapkan suatu hal berupa subjek yang

disajikan secara sistematis, teratur, dalam suatu kesatuan yang koheran, dan dibentuk oleh unsur segmental maupun non segmental bahasa.⁵ Setiap postingan yang disebar luaskan selalu menggunakan kata atau bahasa yang bijak dan sopan.

Penting untuk memilih kata yang baik dalam berkomunikasi karena setiap kata yang diucapkan memiliki makna tersendiri, seperti yang dikemukakan oleh Thomas M. Scheidel bahwa kita berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berprilaku seperti yang kita inginkan, dan berfikir, untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, dan untuk membangun kontak sosial dengan orang disekitar kita.⁶ Maka penting untuk calon presiden dan calon wakil presiden yang aktif dalam media sosial dapat berkomunikasi dengan baik guna mempengaruhi pemikiran khalayak dan membangun citra diri calon presiden.

Salah satu calon presiden Indonesia yang aktif dalam media sosial ialah Ganjar Pranowo, seorang tokoh publik yang aktif dalam media sosial. Ganjar Pranowo merupakan calon presiden 2024, beliau merupakan tokoh politik dan pernah menjabat sebagai gubernur Jawa Tengah selama dua periode. Periode pertama pada yaitu 2013-2018 dan periode kedua yaitu 2018-2023. Ganjar Pranowo aktif di media sosial Instagram nama akun media sosial instagram Ganjar yaitu @ganjar_pranowo. Ganjar merupakan tokoh politik yang sangat aktif dalam media sosial salah satunya Instagram, di Instagram Ganjar

⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (PT Rosdakarya, Bandung: 2006), hal.11.

⁶Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D., *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017) hal. 4

Pranowo telah memiliki 8.044 postingan dan memiliki 6,7 juta *followers*.

Ganjar sering sekali membagikan postingan yang membahas mengenai hal-hal politik seperti kegiatan saat Ganjar kempanye, menyampaikan program unggulan Ganjar-Mahfud, datang ke kedesa-desa pedalam untuk membantu menyelesaikan permasalahan masyarakat.

Berikut adalah salah satu contoh unggahan user @ganjar_pranowo dalam instagramnya pada 10 Januari 2024 yang berisi salah satu program GanjarMahfud, KTP Sakti sebuah sistem digitalisasi Bantuan Sosial (Bansos).44 Program KTP Sakti didesain agar memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi terkait bansos dan program kesejahteraan lainnya sehingga bansos negara dapat mudah dijangkau oleh masyarakat kurang mampu.



Gambar 1. 1 program satu desa satu faskes satu nakes

Ganjar Pranowo menyampaikan dalam unggahannya bahwa KTP Sakti satu kartu terpadu Indonesia, KTP Sakti merupakan gabungan dari kartu-kartu bantuan sosial di Indonesia, dengan kartu ini layanan akan lebih mudah digunakan dan diakses oleh masyarakat.

Melalui unggahan ataupun insta *story* yang Ganjar bagikan dapat memberikan penilaian dari para pembaca atau penonton unggahan tersebut, baik berupa penilaian yang positif maupun negatif. Melalui Instagram Ganjar membangun sebuah wacana politik kepemimpinan baik dalam setiap postingan yang diunggah maupun melalui insta *story* yang selalu Ganjar *update* setiap harinya. Melalui postingan yang Ganjar unggah banyak para masyarakat yang pro dan kontra dengan pemikiran, tindakan dan tutur kata yang disampaikan Ganjar. Adapun keuntungan melakukan kampanye melalui Instagram yaitu dapat membentuk partisipasi politik publik, dan membentuk persepsi positif terhadap kandidat.

Unggahan ganjar pada masa kampanye berisikan kampanye yang ganjar lakukan di desa-desa, mendatangi daerah plosok, membantu masyarakat yang terkena musibah, dan masih banyak lagi. Dalam kampanye ganjar selalu menyampaikan program yang diajukannya bersama Mahfud MD salahsatu program Ganjar dan Mahfud ialah mendirikan sekolah SMK Geratis Langsung Kerja, dan mendirikan Satu Desa Satu Nakes Satu Faskes. Program yang diajukan ganjar memiliki alasan dan tujuan yang sangat diharapkan untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat terutama masyarakat miskin di daerah pedalaman karena daerah pedalaman masih kekurangan fasilitas dan sumber daya manusia (SDM) yang mampu membantu dan memenuhi kekurangan hak masyarakat. Unggahan Ganjar di Instagram banyak mendapatkan dukungan dan pujian namun ada juga yang kurang setuju dengan unggahan maupun program Ganjar Mahfud.

Pengguna Instagram seringkali mengumpulkan informasi dan pendapatnya dengan menggunakan situs interaktif yang mana informasi tersebut dapat terus berlanjut antara politisi dan pemilih. Informasi tersebut selalu didapatkan oleh pemilih melalui interaksi dari politisi di media sosial seperti Instagram. Melalui Instagram mempermudah para politisi untuk berhubungan dengan pemilihnya dan sebaliknya, apalagi melalui akun resmi para paslon dapat berdampak dengan pemikiran pemilih terhadap paslon.

Latar belakang dan fenomena yang ada membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam, namun bukan kepada strategi apa saja yang digunakan tetapi lebih kepada isi wacana yang ada dalam setiap postingan Ganjar di akun media sosial pribadi calon presiden Ganjar Pranowo pada ajang pemilu 2024. Peneliti memilih analisis wacana dikarenakan ingin mencari tahu dan membongkar makna atau pesan komunikasi politik dalam setiap kata pada uanggahan Ganjar Pranowo yang mana dapat membangun sebuah wacana guna mempengaruhi pemikiran khalayak, melihat sekarang merupakan tahun pemilu maka peneliti merasa bahwa setiap kalimat yang berhubungan dengan komunikasi politik calon presiden Ganjar Pranowo sangat penting untuk diteliti dengan menggunakan analisis wacana guna menambah wawasan peneliti dan pembaca.

Untuk mengetahui isi dari wacana tersebut, maka peneliti harus menganalisis menggunakan analisis wacana menurut pemikiran Teun A. Van Dijk. Dalam Analisis Wacana, Eriyanto menyampaikan bahwa salah satu agen terpenting dalam mendefinisikan kelompok adalah media. Lewat pemberitaan

yang terus menerus disebarluaskan, media secara tidak langsung membentuk pemahaman dan kesadaran di kepala khalayak. Menurut Van Dijk analisis wacana yang menitikberatkan ketidaksetaraan dan kekuatan yang di buat dalam fenomena sosial.⁷ Analisis wacana Van Dijk merupakan model analisis wacana yang menggunakan tiga struktur wacana utama yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.⁸ Analisis wacana model Teun A Van Dijk dalam meneliti sebuah akun Instagram merupakan sebuah metode untuk menjelaskan dan menganalisis wacana setiap unggahan pada platform Instagram tersebut.

Melalui latar belakang tersebut, peneliti akan menganalisis postingan pada Instagram Ganjar Pranowo, penulis menggunakan analisis wacana Teun A Van Dijk untuk melihat pesan-pesan politik apa saja yang disampaikan berdasarkan postingan tersebut, maka dari itu penelitian ini diberi judul “Analisis Wacana Komunikasi Politik (Studi pada Calon Presiden Ganjar dalam Instagram Ganjar)”.

**UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
Mojokerto**

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan wawasan yang menarik yaitu menjelaskan analisis wacana politik yang dilakukan Ganjar dan Mahfud sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut tiga untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap bahwa pasangan nomor urut tiga pantas dan layak menjadi pemimpin negara Indonesia dan dapat membawa perubahan yang lebih baik dari sebelumnya. Pentingnya penelitian ini

⁷Rohana dan Syamsuddin, *Analisi Wacana* (Makasar: CV SAMUDRA ALIF-MIM) hal.

17

⁸Eriyanto, *Analisi wacana pengantar analisis teks media* (Yogyakarta: LKiS, 2001) hal. 228

dilakukan karena agar dapat memberikan pemahaman dari setiap makna wacana komunikasi politik pada unggahan Ganjar Pranowo di Instagram pribadinya @ganjar_pranowo. berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini berjudul “Analisis Wacana Komunikasi Politik (Studi pada CalonPresiden Ganjar dalam Instagram Ganjar)”

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini penulis batasi dengan model analisis wacana, yaitu analisis wacana Teun A.Van Dijk. Yang mana model teori Teun A.Van Dijk ini memiliki tiga struktur wacana yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti mendapatkan sebuah rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini yaitu:

“Bagaimana wacana komunikasi politik dalam unggahan Instagram calon presiden Ganjar Pranowo dapat mempengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana struktur wacana Teun A.Van Dijk komunikasi politik Ganjar Pranowo dalam unggahan Instagram @ganjar_pranowo dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan untuk mengetahui kelebihan dan

kelemahan dalam penggunaan media sosial Instagram Ganjar Pranowo dalam kampanye politik pemilihan calon presiden Indonesia 2024.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat yang dapat diambil manfaat tersebut bersifat teoritis dan juga praktis

1. Manfaat Teoritis

Tentunya peneliti mengharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan untuk diri peneliti dan juga bisa dijadikan referensi untuk mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Peneliti juga sangat menginginkan dapat memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu komunikasi khususnya pengetahuan mengenai Analisis Wacana Komunikasi Politik calon presiden Ganjar Pranowo dalam akun Instagram pribadinya yaitu @ganjar_pranowo.

2. Manfaat Praktis

**UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
Mojokerto**
Untuk secara praktis peneliti mengharapkan dapat memberikan pemahaman bagi peneliti, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan bagi siapapun yang membaca melalui kepenulisan ini mengenai Analisis Wacana Komunikasi Politik Calon Presiden Ganjar Pranowo dalam unggahan Instagran @ganjar_pranowo.