

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era digital 5.0, internet tidak lagi mempunyai kesan eksklusif bagi Masyarakat Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari jumlah pertumbuhan pengguna internet yang semakin meningkat di setiap tahunnya. Peningkatan jumlah pengguna internet ini sejalan dengan penelitian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyebutkan bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia telah mencapai 196,7 juta orang pada tahun 2021. Jumlah tersebut setara dengan 71 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Jumlah ini meningkat sebanyak 9,8 persen dari 171 juta jiwa pengguna internet pada tahun 2020. Menurut laporan terbaru *We Are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2021, besarnya angka menempatkan Indonesia sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak keempat di dunia. Tentu saja angka tersebut akan terus meningkat pada kuartal I tahun 2022.

Berdasarkan pada survei tersebut, diketahui bahwa jenis layanan yang diakses pengguna adalah layanan aplikasi *chatting platform* dengan *rate* 89,35 persen. Media sosial merupakan layanan kedua yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia dengan total mencapai 87,13 persen. Tingginya akses terhadap media sosial ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social*, sebuah perusahaan media yang berasal dari Inggris yang bermitra dengan *Hootsuite*. Menurut sebuah penelitian, Masyarakat Indonesia menghabiskan rata-rata 3 jam 23 menit untuk berselancar di internet, dengan sekitar 1 jam 27 menit di jejaring sosial media.

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video pendek, serta berinteraksi dengan pengguna lain dengan cara yang serupa seperti platform media sosial lainnya. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto atau video, menambahkan keterangan atau deskripsi, serta memperluas jangkauan publikasi melalui penggunaan tagar atau tanda pagar (hashtag) dan fitur-fitur lainnya. Selain itu, Instagram juga memiliki fitur pesan langsung (*direct message*) yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara pribadi dengan pengguna lain di platform tersebut. *Instagram* telah menjadi *platform* populer untuk pemasaran digital dan pengiklanan, serta menjadi tempat untuk orang-orang membangun merek pribadi mereka. *Instagram* pertama kali diluncurkan pada tahun 2010 dan saat ini dimiliki oleh *Facebook, Inc.*

Pengguna *Instagram* sendiri terdiri dari berbagai macam kalangan masyarakat mulai dari rakyat sipil, kaum intelektual, hingga politisi. Menurut laporan oleh *Statista* pada tahun 2021, *Instagram* memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, menjadikannya salah satu *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. *Platform* ini juga menjadi favorit bagi banyak pemimpin politik untuk terhubung dengan pengikut mereka dan membagikan pandangan mereka tentang berbagai isu.

Pembahasan tentang politik, menjadi salah satu topik perbincangan yang paling menarik antusias bagi para pengguna *Instagram* di Tahun 2019 ini. Hal tersebut dibuktikan dengan *trending*-nya #2019GantiPresiden, #2019TetapJokowi & #2019PrabowoSandi. *Trendingnya hashtag* tersebut berhubungan dengan diselenggarakannya pemilihan Presiden pada tanggal 17 April 2019. Yang

kemudian memantik antusias yang sama pada Masyarakat Kabupaten Mojokerto dengan adanya pemilihan kepala daerah di Kabupaten Mojokerto pada tahun 2020.

Dr. H. Muhammad Al Barra, Lc., M.Hum atau lebih akrab disapa dengan sebutan Gus Barra adalah seorang putra pertama dari Prof. Dr. KH. Asep Saifuddin Chalim, MA., Pengasuh Pondok Pesantren Amanatul Ummah, Pacet, Mojokerto. Dengan personanya sebagai santri, muda dan jiwa kepemimpinan, Gus Barra juga merupakan sosok pemimpin yang sadar betul akan pentingnya keterlibatan kita pada dunia media sosial. Demikian dengan kepemilikan akun media sosial Gus Barra, termasuk kepemilikan akun Instagram. Tak hanya memiliki akun media sosial, Gus Barra juga merupakan pengguna aktif yang hampir setiap harinya membagikan postingan baru di akun pribadinya.

Akun Instagram Gus Barra sendiri memiliki daya tarik yang cukup besar di kalangan Masyarakat Kabupaten Mojokerto, dengan personanya yang baru sebagai santri yang menjadi kepala daerah. Tak heran saat itu Instagram Gus Barra pun sudah mendapatkan lebih dari 20 ribu pengikut dengan total postingan mencapai 1936 (per tanggal 13 April 2023) dan terus bertambah setiap harinya.

Menurut Scott yang dikutip oleh Galuh pada tahun 2017, media sosial dianggap sebagai sarana yang efektif bagi dunia politik untuk memperkenalkan isu sosial-politik secara bebas dan cepat menarik perhatian publik dengan lebih luas. Dalam hal ini, media sosial dianggap sebagai lingkungan yang aman untuk berkomunikasi karena tidak terkendali oleh pemerintah. Seiring dengan tuntutan politik kontemporer yang selalu mengikuti perkembangan zaman, globalisasi di Indonesia telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi publik. Saat ini, Masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk mengakses informasi melalui

internet dibandingkan dengan melalui media konvensional lainnya. Oleh karena itu, aktivitas politik yang bertujuan untuk meraih kekuasaan harus mampu menjangkau berbagai strata sosial di lapisan masyarakat melalui media sosial.

Di sinilah peran *branding* calon mulai terbentuk guna menarik perhatian masyarakat. Kampanye modern mengharuskan kandidat untuk menargetkan dunia maya. Media sosial yang merupakan salah satu elemen terpenting dalam keseharian masyarakat Indonesia tentu tidak bisa diabaikan oleh para calon untuk mendapatkan dukungan konstituennya. Calon pemimpin daerah harus mampu membangun citra positif di masyarakat untuk bisa mendapatkan kemenangan dan kepercayaan untuk memimpin masyarakat di masanya. Saat ini, calon perseorangan lebih mendapat perhatian dalam sebuah kampanye dibandingkan dengan identitas partai yang mengusung calon tersebut.

Menonjolkan identitas individu memberikan nilai tambah jika individu tersebut merupakan sosok yang sudah dikenal oleh masyarakat luas. Individu yang dikenal oleh masyarakat lebih mudah dalam melakukan kampanye dengan berpartisipasi langsung di masyarakat tanpa harus kembali memperkenalkan diri kembali. Popularitas calon-calon tersebut tentu memiliki keunggulan besar dibandingkan dengan calon-calon yang kurang dikenal oleh masyarakat umum. Dengan menggunakan strategi *branding*. Perilaku pemilih dalam memilih partai/politisi tidak lagi harus melalui proses yang panjang dan memakan waktu, melainkan langsung menuju pada pilihan tertentu.

Pemilihan umum kini tidak bisa dipisahkan dari kehadiran media sosial, sehingga mengharuskan kandidatnya juga ikut terlibat dalam aktivitas yang ada di media sosial. Media yang terbuka, dibantu oleh kemajuan teknologi informasi yang

semakin maju, serta penyajian isi pesan yang dapat memudahkan aktor politik untuk membedakan dirinya dari persaingan politik saat ini.

Melalui beberapa pemaparan di atas, peneliti mengkaji mengenai *political branding* yang diterapkan oleh Gus Barra melalui akun Instagramnya selaku Wakil Bupati Mojokerto dari Kalangan Santri. Keinginan untuk mengetahui *brand image* politik yang dibangun oleh Gus Barra melalui akun instagramnya tentu diperlukan sebuah pengkajian mengenai bagaimana *political branding* yang dibentik oleh Gus Barra agar mendapat respon positif dari masyarakat. Melalui kajian lebih mendalam ini, nantinya akan diketahui *political branding* seperti apa yang paling ingin dan mendominasi Gus Barra. Melalui uraian tersebut, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “*POLITICAL BRANDING GUS BARRA SEBAGAI WAKIL BUPATI MOJOKERTO DARI KALANGAN SANTRI (Analisis Isi Feed Akun Instagram @gusbarra\_)*”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka didapati rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana *Political Branding* Gus Barra sebagai Wakil Bupati Mojokerto dari Kalangan Santri di *Feed Instagram @gusbarra\_?*”

#### **C. Tujuan Penelitian**

Melalui rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui analisis isi *political branding* Gus Barra sebagai Wakil Bupati Mojokerto dari Kalangan Santri di *feed* akun Instagram @gusbarra\_.

#### D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan kajian Ilmu Komunikasi khususnya *public relations* dalam *political branding*

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan menjadi referensi praktis bagi pihak-pihak pada Ilmu Komunikasi khususnya *political branding*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian serupa selanjutnya.

