

BAB II

GAMBARAN UMUM SETTING PENELITIAN

Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran kontekstual dan empiris mengenai latar penelitian yang menjadi objek kajian tesis ini, yaitu kampanye media sosial Instagram Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jawa Tengah 2024. Penyusunan bab ini tidak dimaksudkan sebagai pemaparan data temuan penelitian, melainkan sebagai upaya membangun pemahaman awal mengenai konteks sosial, politik, dan digital yang melingkupi praktik representasi gender dalam kampanye politik di Jawa Tengah.

Pada bab ini secara khusus akan mengaitkan kondisi Pilkada Jawa Tengah 2024, karakteristik media sosial Instagram, serta dinamika representasi gender dalam politik lokal. Demikian, bab ini berfungsi sebagai landasan analitis yang membantu pembaca memahami relevansi teori, konsep, dan temuan penelitian pada bab-bab selanjutnya.

2.1 Konteks Politik Pilkada Jawa Tengah 2024

Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah 2024 merupakan bagian dari Pilkada serentak nasional yang dilaksanakan pada 27 November 2024. Jawa Tengah sebagai salah satu provinsi dengan jumlah pemilih terbesar di Indonesia memiliki signifikansi politik yang tinggi, baik dalam konteks elektoral maupun dalam dinamika politik nasional. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU), jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) di Jawa Tengah mencapai 28.427.616 pemilih, dengan komposisi pemilih perempuan yang sedikit lebih besar dibandingkan pemilih laki-laki (Mukhroman et al., 2024).

Kontestasi Pilkada Jawa Tengah 2024 mempertemukan dua pasangan calon yang seluruhnya berjenis kelamin laki-laki, yaitu *Andika Perkasa* dan *Hendrar Prihadi* yang diusung PDI Perjuangan, serta *Ahmad Luthfi dan Taj Yasin Maimoen* yang diusung Koalisi Indonesia Maju. Absennya kandidat perempuan dalam kontestasi ini menjadi karakteristik penting yang membedakan Pilkada Jawa Tengah 2024 dengan beberapa kontestasi politik sebelumnya, sekaligus memunculkan pertanyaan mendasar mengenai inklusivitas dan representasi gender dalam politik lokal (KPU, 2024). Studi empiris menunjukkan bahwa ketidakhadiran kandidat perempuan dapat mencerminkan hambatan struktural, seperti kebijakan afirmasi kuota 30% yang belum sepenuhnya efektif di tingkat lokal, di mana representasi perempuan di Jawa Tengah pada pemilu sebelumnya hanya mencapai sekitar 24% di legislatif provinsi (Marwah, 2016).

Perihal isu di atas, representasi gender tidak lagi dipahami secara sempit sebagai keterwakilan perempuan dalam pencalonan formal, tetapi bergeser pada bagaimana kandidat laki-laki membingkai, menghadirkan, dan mengartikulasikan isu-isu perempuan serta relasi gender dalam kampanye politik mereka. Kondisi tersebut menjadikan Pilkada Jawa Tengah 2024 sebagai ruang analisis yang relevan untuk melihat bagaimana gender direpresentasikan secara simbolik, naratif, dan visual dalam kampanye politik digital.

2.2 Media Sosial sebagai Arena Kampanye Politik di Jawa Tengah

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara signifikan pola kampanye politik di Indonesia, termasuk di tingkat daerah. Media sosial kini menjadi arena utama bagi kandidat politik untuk membangun citra diri,

menyampaikan program, serta berinteraksi dengan pemilih secara langsung. Pada lokus di Jawa Tengah, penggunaan media sosial dalam kampanye politik semakin intensif seiring dengan tingginya penetrasi internet dan penggunaan platform digital, khususnya di kalangan pemilih muda dan kelompok urban (Assaefi et al., 2024).

Salah satu platform yang mengalami peningkatan signifikan dalam praktik kampanye politik adalah Instagram, yang dikenal dengan karakteristik visualnya yang kuat dan kemampuannya dalam membentuk persepsi publik melalui representasi simbolik (Highfield & Leaver, 2016). Instagram menempati posisi strategis dalam kampanye politik karena karakter visualnya yang kuat. Platform ini memungkinkan kandidat untuk membangun narasi politik melalui foto, video, *reels*, serta fitur interaktif seperti komentar dan siaran langsung. Karakter visual Instagram menjadikannya medium yang efektif dalam proses *framing* politik, termasuk dalam membentuk representasi gender melalui penampilan kandidat, keterlibatan figur perempuan, simbol-simbol domestik maupun publik, serta narasi yang dilekatkan pada isu keluarga, kepemimpinan, dan kepedulian sosial. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan terpilih dalam pemilu legislatif Indonesia 2019 lebih memilih Instagram daripada *platform* lain karena kemampuannya dalam menekankan materi visual, meskipun penggunaan secara keseluruhan masih rendah dan disertai skeptisisme terhadap manfaat elektoral langsung (Bertaglia et al., 2025; Musdalifah et al., 2022).

2.3 Profil Akun Instagram Kandidat sebagai Objek Penelitian

Objek penelitian dalam studi ini adalah konten kampanye yang diproduksi dan dipublikasikan melalui akun Instagram resmi masing-masing calon gubernur dan wakil gubernur Jawa Tengah 2024. Keempat akun tersebut merepresentasikan figur politik dengan latar belakang yang berbeda, baik dari sisi pengalaman birokrasi, militer, maupun religiusitas, yang berpotensi memengaruhi cara mereka merepresentasikan gender dalam kampanye.

Secara umum, akun Instagram para kandidat menampilkan kombinasi antara konten kampanye formal, aktivitas blusukan, interaksi dengan masyarakat, serta narasi personal yang dikemas secara visual. Dalam konteks representasi gender, akun-akun ini memperlihatkan variasi strategi, seperti:

1. Penampilan figur perempuan dalam aktivitas kampanye, baik sebagai pendamping, tokoh masyarakat, maupun kelompok sasaran.
2. Narasi tentang keluarga, keharmonisan rumah tangga, dan peran istri sebagai simbol moral dan sosial.
3. Visualisasi interaksi kandidat dengan perempuan di ruang publik, seperti pasar tradisional, pesantren, atau komunitas sosial.

Keragaman konten ini menjadikan akun Instagram kandidat sebagai sumber data yang kaya untuk menganalisis bagaimana gender dikonstruksi dan direpresentasikan dalam kampanye politik digital, sejalan dengan temuan bahwa Instagram memfasilitasi *framing* identitas politik melalui elemen visual yang interaktif (Prihatini, 2020).

2.4 Representasi Gender dalam Politik Lokal Jawa Tengah

Secara historis, politik lokal di Jawa Tengah masih didominasi oleh aktor laki-laki, baik dalam struktur partai politik maupun dalam pencalonan kepala daerah. Meskipun terdapat peningkatan partisipasi perempuan dalam politik elektoral, representasi perempuan masih sering bersifat simbolik dan terbatas pada peran-peran tertentu yang sesuai dengan norma gender tradisional. Budaya Jawa yang patriarkal, dengan hierarki sosial seperti kawula-gusti dan strategi perempuan seperti “memangku” (kesabaran dan pengabdian domestik), membatasi peran politik perempuan pada ranah privat, sehingga kuota afirmasi 30% belum mencapai target substantif di tingkat lokal (Marwah, 2016).

Perihal Pilkada Jawa Tengah 2024, absennya kandidat perempuan mempertegas dominasi maskulinitas dalam arena politik lokal. Namun demikian, isu gender tetap hadir melalui cara kandidat laki-laki merepresentasikan perempuan dalam kampanye mereka. Representasi ini dapat bersifat progresif apabila kandidat secara substantif mengangkat isu pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender, atau sebaliknya bersifat bias apabila perempuan hanya ditampilkan sebagai pelengkap visual dan simbol domestik. Di politik dinasti lokal Indonesia, keterlibatan perempuan sering kali berfungsi sebagai *proxy* untuk jaringan kekuasaan keluarga patriarkal, yang mempertahankan dominasi laki-laki daripada mempromosikan otonomi gender (Syam et al., 2025). Oleh karena itu, penting untuk memahami representasi gender tidak hanya dari siapa yang mencalonkan diri, tetapi juga dari bagaimana perempuan dan isu-isu gender diposisikan dalam wacana dan visual kampanye politik.

2.5 Relevansi Latar Penelitian dengan Fokus dan Kerangka Teoretis

Deskripsi latar penelitian dalam bab ini disusun dengan mempertimbangkan kaitannya dengan kerangka teoretis yang digunakan sebagai kacamata yang digunakan untuk membahas fenomena pada data (teori representasi, teori *framing*, serta konsep komunikasi politik digital). Teori representasi Stuart Hall menekankan bahwa representasi bukanlah cerminan langsung dari realitas, melainkan proses konstruksi makna melalui bahasa, tanda, dan praktik budaya yang bersifat kontestatif dan berkuasa (Hall, S, 1997). Dalam lingkup politik digital, teori ini relevan untuk menganalisis bagaimana gender dikonstruksi melalui simbol-simbol visual dan naratif di Instagram, di mana absennya kandidat perempuan di Pilkada Jawa Tengah 2024 menciptakan ruang bagi representasi simbolik yang dapat memperkuat atau menantang norma patriarkal. Sebagai contoh, representasi perempuan sebagai pendamping atau simbol domestik dapat mereproduksi makna gender yang hegemonik, sementara pengangkatan isu pemberdayaan dapat membuka ruang artikulasi baru.

Teori *framing*, sebagaimana dikembangkan oleh (Entman, 1993), memandang framing sebagai proses seleksi dan penekanan aspek tertentu dari realitas untuk mendefinisikan masalah, mengatribusikan penyebab, menilai moral, dan merekomendasikan solusi. Evolusi teori ini di era media sosial telah menghasilkan lingkungan komunikatif hibrida, di mana interaksi antara media tradisional dan *platform* digital seperti Instagram mengubah dinamika pembentukan *frame*, termasuk dalam kampanye politik (López-Rabadán & Doménech-Fabregat, 2021). Di Pilkada Jawa Tengah 2024, *framing* gender melalui

konten visual dapat membentuk persepsi pemilih terhadap isu perempuan, misalnya dengan menekankan peran domestik atau, sebaliknya, pemberdayaan ekonomi, yang dipengaruhi oleh logika algoritma media sosial yang memprioritaskan *engagement* visual.