

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sistem pemerintahan demokrasi yang dianut negara Indonesia diartikan sebagai suatu sistem pemerintahan dengan menjunjung tinggi kesejahteraan rakyat. Demokrasi menempati posisi teratas negara karena dapat mengatur dan menyelesaikan hubungan sosial dan politik dalam sebuah negara. Demokrasi memiliki makna yang luas namun banyak dipahami sebagai pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Mencapai demokrasi bagi bangsa dan negara melalui pemilihan umum (pemilu) sebagai jalan untuk membangun masa depan yang lebih baik. Pemilu sebagai instrumen dalam mewujudkan kedaulatan rakyat dengan membentuk pemerintahan yang sah serta sebagai sarana masyarakat dalam mengaspirasikan suaranya. Dalam rangka penyelenggaraan negara dengan mengikutsertakan rakyat guna untuk mengetahui keinginan rakyat terhadap kebijakan negara. Dapat dikatakan pemilu merupakan implementasi dari sistem pelaksanaan demokrasi secara sesungguhnya. Salah satu mekanisme demokrasi di daerah adalah dengan melaksanakan pemilihan kepala daerah atau biasa disebut pilkada.

Pilkada diselenggarakan sebagai sarana untuk masyarakat dalam menentukan sosok pemimpin daerah dalam masa periode jabatannya yang memiliki fungsi untuk menciptakan kepemimpinan yang dikehendaki rakyat. Kepala daerah untuk kabupaten biasa dikenal sebagai Bupati dalam memimpin

eksekutif yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemerintahan di tingkat kabupaten. Dalam konteks Pilkada, citra diri calon kepala daerah dapat mencakup cara mereka digambarkan dalam media, kampanye, dan diskusi publik. Pilkada sebagai pembuka jalan dalam penyampaian hak-hak demokrasi rakyat guna menata serta memajukan sebuah daerah dan telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Pilkada) di dalam Pasal 24 Ayat 5 bahwa Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan secara langsung oleh rakyat di daerah yang bersangkutan. Sebelum terlaksananya pilkada para paslon melakukan tahap sosialisasi program kerja yang akan dibawa selama masa periode jabatannya melalui kampanye. Kampanye dilakukan untuk mencapai komunikasi politik yang baik dalam perebutan kursi jabatan politik di pemerintahan.

Kampanye sebagai ajang untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi-misi, program kerja, bahkan citra diri para paslon. Seiring berkembangnya era digital yang sangat pesat ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial manusia, dengan melihat audiensi dari generasi ke generasi salah satu aspek politik menuntut pergeseran praktik komunikasi dengan memanfaatkan platform media sosial. Media sosial mendorong partisipasi politik pada proses demokrasi melalui teknologi internet yang dikenal sebagai demokrasi digital. Digitalisasi melalui platform media sosial berguna untuk berbagi dan bertukar informasi dengan orang lain. Platform media sosial yang sering digunakan yakni Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Twitter, WhatsApp.

Pada penelitian kali ini berfokus pada komunikasi politik calon bupati dalam masa kampanyenya yang diunggah melalui Instagram. Namun tidak dipungkiri dalam mengunggah konten Instagram memiliki dampak positif dan negatif. Konten akan dipandang positif jika di dalamnya memuat *political branding*, pemasaran janji-janji politik, *framing* paslon. Dilain sisi konten akan dilihat negatif jika pada pengemasannya mengandung unsur kebencian isu SARA dan terbalut dengan hoax.

Gaya kampanye melalui media sosial memiliki daya jangkauan yang kian luas serta menuntut calon bupati untuk lebih cermat dalam mengemas visinya pada konten yang akan diunggah guna menarik empati dan simpati. Konten tersebut akan menarik dalam meraih dukungan dan suara jika menyantumkan kreatifitas dan keunikan dari citra diri paslon tersebut untuk memperkuat *positioning*. Eksistensi media sosial di Indonesia merupakan salah satu bentuk dari implementasi politik digital. Pengertian politik digital secara sederhana dapat dikatakan sebagai ruang pembentuk ikatan–ikatan politik dalam masyarakat berbasis konten teknologi yang sifatnya memperkuat atau mengurangi kadar demokrasi (Postill, 2012; Coleman, 2015).

Dinamika politik cukup signifikan mewarnai Pilkada Kabupaten Demak tahun 2024, terutama dengan meningkatnya partisipasi politik masyarakat dan keinginan untuk perubahan. Demak sebagai lokasi penelitian karena pada liputan Kompas.com sempat ditemui adanya penurunan partisipasi dalam wawancara yang dilakukan dengan Ketua KPU Demak Siti Ulfaati. Dalam konteks ini, beberapa calon bupati yang muncul membawa latar belakang yang beragam, mulai dari politisi senior hingga wajah baru yang

memiliki kepedulian tinggi terhadap isu-isu lokal. Karena kepedulian terhadap isu dapat menentukan hasil akhir dari pilkada ini. Yang dipengaruhi oleh aspek pembentukan *framing* suatu isu dan

Pada pilkada 2024 di Demak terdapat 2 pasangan calon bupati dan wakil bupati yakni paslon dengan nomor urut 1 Edi Sayudi dan Eko Pringgolaksito sedangkan paslon dengan nomor urut 2 Eisti'anah dan Muhammad Badruddin. Penelitian ini akan menganalisis mengenai *framing* yang dibentuk calon bupati pada masing-masing konten melalui akun Instagram mereka. Jika dilihat dari visi misi paslon nomor urut 1 berfokus pada peningkatan kualitas pemerintahan dan penanganan isu-isu lokal seperti menggandeng masyarakat dari kalangan bawah dan melakukan konsolidasi partai dalam memastikan hak pilih masyarakat. Sedangkan visi misi paslon nomor urut 2 sebagai calon incumbent berkomitmen untuk melanjutkan pembangunan yang telah berjalan selama masa kepemimpinan sebelumnya, yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat dan pengembangan infrastruktur.

Melihat dari *framing* yang telah dibangun oleh calon bupati di Demak untuk membedah lebih dalam penelitian ini menggunakan teori pemilu, politik digital, kampanye, dan *framing*. Penelitian menggunakan analisis *framing* model Robert N Entman (1993) melihat *framing* dengan dua dimensi yakni seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Faktor tersebut digunakan untuk mempertajam *framing* berita melalui seleksi isu untuk disajikan dan penekanan isu dalam pengemasan konten.

Analisis *framing* dilakukan dengan metode etnografi digital dengan mempelajari masyarakat dan budaya dalam ruang digital diinternal tanpa harus

bepergian berbeda dengan halnya metode etnografi klasik yang mengharuskan untuk turun ke lapangan. Data diperoleh dengan mengamati komunitas digital, platform digital, dan lingkungan *virtual*. Dengan tujuan untuk memahami dinamika budaya, sosial, serta perilaku komunitas online dan melihat antar individu berinteraksi, berkomunikasi, dan membentuk hubungan dalam lingkungan digital. Dengan mengangkat beberapa isu seperti identitas online, jejaring sosial, pola komunikasi, komunitas *virtual*, serta dampak yang diterima oleh masyarakat.

Pada penelitian ini menggunakan teori *framing* oleh Entman yang melihat dari dua dimensi besar yakni seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek tertentu dari realitas atau isu. Analisis *framing* digunakan untuk melihat bagaimana peristiwa dikemas dalam media serta melihat cara pandang yang diangkat dan ditonjolkan pada media untuk mempengaruhi persepsi publik. Sebagaimana penelitian ini dapat memberi pemahaman mengenai *framing* yang dilakukan oleh calon bupati dalam kampanye modern dan isu yang diangkat dalam bentuk konten yang diupload melalui Instagram pribadi calon bupati tersebut.

Dalam penelitian tentang *framing* calon bupati di Demak, etnografi digital memungkinkan peneliti untuk mengamati bagaimana calon dan masyarakat berinteraksi di platform media sosial seperti Instagram. Sebelum tercetusnya etnografi digital yang digunakan dalam beberapa penelitian, etnografi telah dikenal sebagai metode etnografi klasik. Metode etnografi sebagai metode penelitian ilmu sosial yang merupakan turunan dari antropologi bertujuan untuk menghasilkan deskripsi dan analisis budaya yang rinci dan

holistik berdasarkan kerja lapangan yang intensif. Kristiyono (2017) mengemukakan bahwa masyarakat modern di era digital merupakan masyarakat informasi dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berjejaring dan terus berkembang. Maka dari itu, penelitian kali ini menganalisis data menggunakan metode etnografi digital.

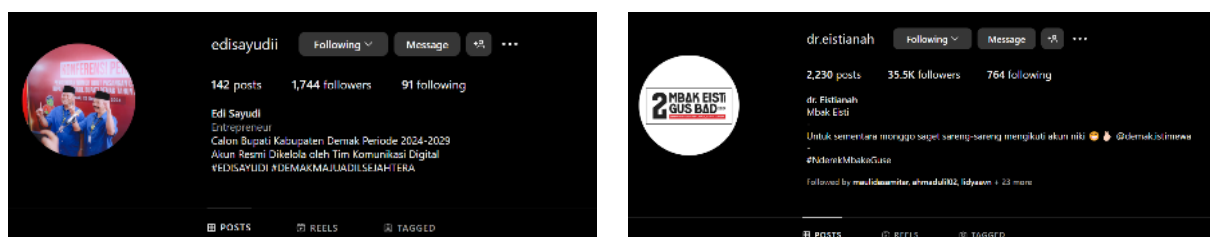
Metode etnografi digital menawarkan pendekatan yang menarik untuk memahami interaksi dan perilaku pengguna di ruang digital, khususnya dalam konteks kampanye politik. Dengan menganalisis konten, komentar, dan diskusi yang terjadi, peneliti dapat menggali makna di balik *framing* yang digunakan oleh calon dan bagaimana hal itu diterima oleh publik. Dengan menggabungkan observasi melalui laman yang tersedia, analisis konten, dan studi pustaka. Sehingga penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam dan kontekstual tentang strategi komunikasi politik dalam era digital. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menyantumkan uraian dan tabel guna melihat perbandingan *framing* antar calon bupati. Implementasi etnografi digital pada penelitian ini guna menganalisis bagaimana calon bupati Demak memanfaatkan Instagram sebagai platform kampanye dan engagement atau interaksi masyarakat terkait pesan-pesan yang disampaikan.

Pada perannya masyarakat sebagai praktik politik dalam berdemokrasi dengan keterlibatannya pada penyampaian aspirasi, kritik beserta masukan terhadap kebijakan yang tidak sesuai menciptakan stabilitas dalam pemerintahan. Keterlibatan masyarakat dalam aktivitas sosial dan politik dikatakan sebagai *engagement*. Keterlibatan warga negara mengandung urgensi partisipasi yang dilakukan secara perseorangan maupun terlibat sebagai anggota

dalam sebuah kelompok melalui tindakan-tindakan sukarela kepada masyarakat (Gusmadi, 2018). Pada penelitian ini engagement disorot untuk melihat keterlibatan dan interaksinya terhadap kampanye yang dilakukan melalui platform media sosial.

Berbagai macam platform media sosial para calon bupati memilih Instagram dan Facebook untuk menggencarkan aksi kampanye dalam meraih suara secara masif terutama oleh generasi muda. Memilih fokus penelitian pada akun Instagram dan tidak menggunakan Facebook dikarenakan kedua paslon aktif pada Instagram dan yang aktif menggunakan Facebook hanya paslon 1, keduanya memiliki akun Instagram yang terverifikasi oleh KPU. Penelitian ini memiliki fokus dengan mengamati akun Instagram calon Bupati Demak periode 2024-2029 selama masa kampanye pada 25 September 2024 hingga 23 November 2024. Paslon 1 Edi Sayudi dengan nama akun @edisayudii memiliki 1.744 pengikut dengan 142 unggahan, *engagement* yang diperoleh tergolong rendah dan paslon 2 Eisti'anah dengan nama akun @dr.eistianah memiliki 35.500 pengikut dengan 2.230 unggahan, memperlihatkan bahwa engagement yang diperoleh termasuk tinggi karena faktor politik identitas serta adanya penekanan dari program petahana.

Gambar 1. 1 Instagram calon bupati Demak



Sumber: Instagram @edisayudii dan @dr.eistianah, 2024

Kampanye digitalisasi sebagai bentuk komunikasi politik yang memungkinkan calon bupati untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat terutama pengguna *platform* media sosial. Menarik atensi audiens dengan mengunggah konten yang menarik dan unik dengan dalih menyampaikan pesan secara visual. Seperti yang diunggah pada akun @edisayudii dan @dr.eistianah dengan mengangkat isu terkini dan menyertakan tagar untuk memasifkan setiap unggahan.

Jika dilihat pada akun @edisayudii beberapa kali mengikuti konsolidasi partai, konsolidasi kelompok tani, sambang pasar, dan melakukan politisasi agama dengan sowan di beberapa pondok pesantren dan tokoh agama di Demak. Bahkan paslon 1 mengadakan kegiatan sosial dengan mengadakan pesta rakyat dan senam bersama dengan menggunakan jargon “wayahe ganti bupati”. Ditemui pada unggahannya menyertakan tagar #DemakMajuAdilSejahtera pada setiap unggahan yang tertera guna memperluas *engagement*. Pada kolom komentar dan jumlah like yang tidak begitu banyak tidak begitu melihat interaksi dengan audiens. Karena akun yang digunakan dalam media kampanye masih tergolong baru.

Sedangkan pada unggahan akun @dr.eistianah tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan oleh @edisayudii yakni melakukan konsolidasi, kegiatan sosial, serta politisasi yang dilakukan lebih masif mengingat pada pasangan calon ini menggandeng calon wakil bupati dengan berlatar belakang sebagai kyai Nahdlatul Ulama yang terkenal di Demak. Serta melakukan kunjungan pada pabrik yang berada di Demak hal ini mencerminkan misi yang dibawa. Pada akun @dr.eistianah memiliki jumlah like yang lebih signifikan

pada unggahan konten Instagram, dikarenakan pemilik akun pernah menjabat sebagai bupati pada periode 2020-2024 yang lalu atau sebagai calon incumbent atau petahana. Dan faktor konten dengan like tinggi yang diunggah menyertakan tagar #NderekMbakeGuse sehingga cakupan *engagement* yang didapat meluas.

Beberapa hari sebelum pilkada dilaksanakan debat yang telah diselenggarakan oleh KPU dan disiarkan secara langsung, debat dilaksanakan 2 kali dengan tanggal yang sudah dijadwalkan serta mengangkat isu yang berbeda. Debat pertama dilaksanakan pada 26 Oktober 2024 mencakup isuseperti Pendidikan, Kesehatan, dan infrastruktur. Sedangkan debat kedua dilaksanakan pada 16 November 2024 dengan mengangkat isu strategis seperti pengembangan ekonomi lokal, peningkatan layanan publik, dan penanganan masalah sosial. Dari debat yang telah terlaksana, jawaban dari pasangan calon kurang menjawab dari keresahan masyarakat. Sehingga menjadi salah satu faktor mengapa partisipasi pemilih pada 2024 mengalami penurunan. Pada liputan Kompas.com pada 28 November 2024 yang lalu ditemukan adanya penurunan partisipasi pemilih pada pilkada 2024 sekitar 4,06%. Partisipasi pilkada 2024 mencapai 68,94% dari 92% suara yang masuk sementara pada penghitungan hasil pilkada. Jika dibandingkan pada pilkada 2020 memiliki partisipasi pemilih yang cukup signifikan yakni 73%, hal ini dikatakan oleh Siti Ulfaati sebagai Ketua KPU Demak melalui wawancara dengan Kompas.com.

Namun pada Pilkada kali ini mengalami penurunan partisipasi pemilih. Jika dilihat langsung penurunan ini dikarenakan oleh beberapa faktor seperti rendahnya kesadaran masyarakat, kondisi sosial dan ekonomi, dan

kampanye digital karena masyarakat di Demak belum sepenuhnya mengakses platform digital terutama media sosial. Penurunan partisipasi pemilih telah dikonfirmasi oleh KPU dengan membandingkan pada pilkada yang lalu mengalami penurunan 4,06%, sehingga perlunya pendidikan politik guna melekatkan politik bagi masyarakat luas. Karena dampak penurunan partisipasi politik dapat mempengaruhi hasil pemilu dan yang dibutuhkan masyarakat aksi nyata bukan janji belaka.

Maka penelitian kali ini ingin melihat *framing* yang dilakukan oleh calon bupati di Demak 2024 melalui akun Instagram pribadi apakah dapat membentuk persepsi publik dalam menyalurkan partisipasinya, Serta pada penelitian kali ini ingin mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan *framing* pada media sosial Instagram konteks efektivitas kampanye. Selain itu menyoroti dengan membandingkan strategi *framing* yang dibentuk serta apakah mempengaruhi *engagement* oleh calon bupati Demak.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perbandingan strategi *framing* yang dibentuk oleh paslon 1 (Edi Sayudi dan Eko Pringgolaksito) dan paslon 2 (Eistianah dan Gus Badruddin) melalui Instagram dalam Pilkada Demak 2024, serta faktor-faktor yang melatarbelakangi pemilihan *framing* tersebut?
2. Bagaimana *engagement* melalui Instagram oleh paslon 1 dan paslon 2 dalam membentuk persepsi publik sebagai calon bupati Demak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana calon bupati di Kabupaten Demak

memanfaatkan Instagram sebagai platform dalam membangun *framing* dan faktor yang mempengaruhi *framing* untuk mengetahui persepsi masyarakat yang digunakan oleh masing-masing paslon dalam kampanye mereka di Instagram. Serta menyoroti pembentukan *framing* apakah mempengaruhi *engagement*-nya di Instagram.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat membantu mengeksplorasi akan penyajian informasi untuk mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu isu yang diangkat oleh calon bupati serta dengan membandingkan *framing* antar calon. Serta penelitian ini dapat mengetahui pola-pola dalam faktor yang mempengaruhi pembentukan *framing* dan *engagement*.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Kampanye politik yang dilakukan melalui media sosial pada penelitian ini memberikan pemahaman bagaimana platform seperti Instagram dapat digunakan untuk membingkai pesan politik dalam menarik perhatian masyarakat dan memobilisasi dukungan masyarakat.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu penelusuran terhadap studi terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diangkat oleh peneliti, dan bertujuan untuk menghindari plagiasi, duplikasi, dan menjamin keabsahan serta keaslian pada penelitian yang dilakukan. Dengan mengangkat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan peneliti, sebagai berikut:

1. Indra, Fitriyah, Strategi Pemasaran Politik Pada Era Digital: Pemanfaatan Instagram Dalam Kampanye Politik Pada Pilgub DKI Jakarta 2017, Universitas Diponegoro.

Pemanfaatan Instagram dalam strategi pemasaran politik mulai mengadopsi teknologi canggih dalam penerapannya. Instagram memiliki peran penting dalam Pilgub DKI Jakarta 2017 yaitu untuk menjangkau pemilih pemula dari generasi milenial dari umur 17 hingga 25 tahun dan mendapatkan dukungan publik dari segmen audiens. Menggunakan pendekatan deskriptif eksplanatif analitik dengan mengambil sampel perhitungan suara. Secara garis besar, pemanfaatan Instagram sebagai media kampanye memiliki dua konten utama, baik konten yang mengandung unsur positif maupun konten yang mengandung unsur negatif.

Persamaan dengan penelitian ini adalah memanfaatkan Instagram sebagai media kampanye aktor politik dalam ajang pemilihan umum. Sedangkan perbedaannya yakni pada metode penelitian yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan metode penelitian etnografi digital pendekatan deskriptif dengan analisis *framing*.

2. Launa, Analisis *Framing* Berita Model Robert Entman Terkait Citra Prabowo Subianto Di Republika.co.id, Jurnal Media dan Komunikasi, Volume. 3, Nomor. 1, 2020, Universitas Sahid Jakarta.

Jurnal ini membahas mengenai pembingkai berita Republika.co.id terkait citra diri dan citra kepemimpinan Prabowo Subianto pada pemilihan presiden 2019. Melalui penggunaan empat perangkat analisis *framing*

model Robert Entman, kajian ini mengungkap *framing* Republika Online (ROL) terhadap citra diri dan citra kepemimpinan Prabowo Subianto.

Persamaan jurnal ini dengan penelitian ini yakni membahas mengenai analisis *framing* terkait gaya kampanye politik dengan menggunakan model analisis *framing* oleh Robert Entman. Terdapat perbedaan pada jurnal dengan penelitian kali ini yakni pada jurnal tersebut hanya menganalisis satu aktor politik sedangkan penelitian ini membandingkan *framing* dua aktor politik.

3. Naufal, Perbandingan Pemberitaan Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati Lebak Periode 2013-2018 (Analisis *Framing* Berita dalam Harian Umum Radar Banten dan Kabar Banten), Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Skripsi ini untuk mengetahui cara Radar Banten dan Kabar Banten dalam penyusunan Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Lebak dalam pemberitaan kedua media tersebut dengan menggunakan Teknik analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Kosicki.

Persamaan skripsi dengan penelitian ini adalah menggunakan analisis *framing* dan membandingkan *framing* paslon. Namun terdapat perbedaan pada skripsi ini membandingkan melalui media massa seperti Radar Banten dan Kabar Banten sedangkan pada penelitian ini menggunakan media massa Instagram dan membandingkan *framing* dari pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati.

4. Yans, Strategi Media Sosial Kepala Daerah Dalam Membangun Citra Positif Dan Implementasi Visi Misi, *Indonesian Jurnal of Intellectual Publication*, volume. 4, nomor. 2, 2024, Universitas Cendrawasih.

Jurnal ini menganalisis strategi yang digunakan oleh kepala daerah dalam memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan tersebut untuk menunjukkan bahwa kepala daerah yang sukses menggunakan media sosial secara efektif memiliki beberapa kesamaan dalam strateginya. Karena strategi media sosial yang tepat dapat membantu kepala daerah dalam membangun citra positif dan mempercepat implementasi visi dan misi pemerintahan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan.

Persamaan jurnal tersebut dengan penelitian ini yakni penggunaan media sosial sebagai alat untuk membangun citra diri untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat. Sedangkan perbedaannya yakni pada penelitian ini lebih menyoroti gaya kampanye paslon namun pada jurnal ini bertujuan untuk melihat kesuksesan kepala daerah dalam pengimplementasian visi dan misi pemerintahan melalui citra positif yang dibangun pada media sosial.

5. Syaila, Arif, Herlina, Analisis *Framing* Citra Politik Eri Cahyadi Dalam Program Perkuat Pelayanan Di Garda Terdepan Pada Akun Instagram @Ericahyadi_, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penelitian tersebut melihat salah satu fungsi media sebagai ajang promosi yang dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Walikota Surabaya yaitu Eri Cahyadi atau biasa dikenal dengan panggilan Cak Eri. Penelitian ini

mengamati bagaimana pembingkaian citra politik Eri Cahyadi dalam program perkuat pelayanan di Garda Terdepan. Dengan mengamati postingan Instagram @ericahyadi_ dengan mengeneliti 4 postingannya yang bertememakan program pelayanan di Garda Terdepan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki serta dengan teori konstruksi realitas.

Persamaan dengan penelitian ini adalah menganalisis konten yang diposting pada akun Instagram aktor politik. Sedangkan perbedaannya yakni pada penelitian ini membandingkan *framing* dari dua calon kepala daerah.

6. Ismoko, Wiji, Analisis *Framing* Model Robert N. Entman Dalam Representasi Publik Figur Politik: Episode ‘Dosa-Dosa Anies’ Di Program ‘Kick Andy’ Metro TV, Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan, Volume. 3, Nomor. 1, 2023, Universitas Paramadina.

Penelitian ini menganalisis episode “Dosa-Dosa Anies” dari acara “Kick Andy” di Metro TV yang merupakan wawancara eksklusif dengan mantan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan yang merupakan bakal calon presiden pada pemilu 2024 menggunakan metode kualitatif dan kerangka kerja dari Robert N. Entman untuk memahami suatu media melalui wawancara yang menghadirkan Anies Baswedan dalam berbagai isu terkait. Temuan pada penelitian ini menyoroti pentingnya media dalam membentuk persepsi dan evaluasi terhadap tokoh politik, terutama menjelang pemilihan umum.

Persamaan dengan penelitian ini menganalisis dengan menggunakan teori dari Robert N. Entman untuk memahami suatu media dalam mengemas isu terkait. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yakni berfokus pada *framing* yang dilakukan di media sosial pribadi dengan membandingkan *framing* kedua calon kepala daerah.

7. Kharisma, Saya Melihat, Saya Tersentuh, Saya Memilih? Penggunaan Instagram Dalam Menyosialisasikan Pemilu Tahun 2024 Di Kalangan Pemilih Muda Studi Kasus Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang, Universitas Diponegoro.

Penggunaan Instagram sebagai media untuk menyalurkan informasi adalah untuk mempermudah KPU Kota Semarang dalam melakukan komunikasi politik kepada masyarakat. Adanya pemberian pendidikan politik kepada generasi muda yang saat ini menjadi pemilih muda melalui Instagram dapat membuat para pemilih muda tertarik dengan isu-isu yang dibahas. Penelitian ini menggunakan metode observasi dalam bentuk digital etnografi dengan pendekatan empiris yang dilakukan melalui wawancara terhadap KPU Kota Semarang sebagai pihak pertama yang memberikan informasi serta pada pemilih muda sebagai pihak kedua yang menerima informasi.

Persamaan pada penelitian ini sama halnya menggunakan Instagram sebagai subjek penelitian serta menggunakan metode penelitian dengan pendekatan etnografi digital, sedangkan perbedaannya terdapat pada isu yang diangkat dalam penelitian.

1.6 Kerangka Teoritis

1.6.1. Teori Pemilu

Pemilihan umum diadakan sebagai perwujudan negara yang menganut sistem demokrasi. masyarakat menggunakan hak pilih dengan melalui regulasi yang dirancang oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk memilih orang-orang yang akan menduduki kursi pemerintahan. Terdapat kerangka hukum dalam penyelenggaraan pemilu presiden dan wakil presiden sebagai asas pemilu, menurut UU No. 23 Tahun 2003 yang meliputi:

a. Langsung

Langsung memiliki makna bahwa masyarakat memiliki hak untuk menyuarakan pilihannya secara langsung tanpa perantara sesuai dengan hati nuraninya.

b. Umum

Umum memiliki makna pemilu berlaku untuk seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan, tanpa membedakan agama, suku, ras, golongan, pekerjaan, dan status sosial yang lain.

c. Bebas

Bebas memiliki makna setiap warga negara yang memenuhi syarat berhak memilih sesuai dengan hati nuraninya tanpa ada pengaruh dan paksaan dari siapapun.

d. Rahasia

Rahasia memiliki makna memilih dalam memberikan suara dijamin kerahasiaan pilihannya

e. Jujur

Jujur memiliki makna sebagai peserta pemilu harus bersikap jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

f. Adil

Adil memiliki makna pada pelaksanaan pemilu para pemegang hak suara mendapat perlakuan yang sama dan bebas serta tidak mendapat kecurangan dari pihak manapun.

Terlaksananya pemilu sebagai implementasi dari sistem pelaksanaan demokrasi secara sesungguhnya. Setiap warga Indonesia memiliki hak memilih jika sudah memenuhi hak memilih yakni warga negara yang berumur 17 tahun dan sudah menikah memiliki kewajiban untuk menggunakan hak suaranya, dan yang terpenting terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). Terlaksananya pemilu sebagai sarana untuk menarik massa sebanyak mungkin dengan cara mensosialisasikan program kerja dan cara penyampainnya melalui kampanye.

Sebab terjadinya pemilu diantaranya yaitu pendapat atau aspirasi rakyat yang cenderung berubah dari masa ke masa, kondisi kehidupan masyarakat yang berubah, adanya penambahan penduduk sehingga warga negara yang sudah terdaftar maka memiliki kewajiban dalam memilih serta untuk menjamin regulasi kepemimpinan baik dalam cabang eksekutif maupun legislatif yang akan terlaksana secara berkala.

Variabel dalam teori pemilu yang sering diasosiasikan dengan struktur dan fungsi sistem pemilu di Indonesia: Daerah Pemilihan, metode pencalonan, metode pemberian suara, ambang batas perwakilan, formula perolehan kursi dan penetapan calon terpilih.

1.6.2. Teori Kampanye

Menurut Rice dan Paisley (1981) menyebutkan bahwa kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Pada subjek penelitian kali ini ingin mengetahui bagaimana kampanye dalam politik. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, seseorang atau organisasi politik di waktu tertentu dengan maksud memperoleh dukungan politik dari masyarakat.

Menurut Rogers dan Storey (1987) kampanye merupakan sejumlah tindakan komunikasi terencana yang bertujuan menciptakan akibat atau efek tertentu kepada khalayak dalam jumlah yang besar dan dikerjakan secara terus menerus pada waktu tertentu. Kampanye memiliki beberapa jenis melalui surat keputusan Nomor 35 tahun 2004 oleh KPU yang mengatur semua bentuk jenis kampanye. Terdapat 9 bentuk kampanye diantaranya lain: debat publik/debat terbuka antar calon, kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan, pemasangan alat peraga di tempat umum, penyebaran bahan kampanye kepada umum, penyebaran melalui media cetak dan media elektronik, penyiaran melalui radio atau televisi, pertemuan terbatas, rapat umum, tatap muka dan dialog.

Aspek penting pada komunikasi politik yakni kampanye. Dalam kampanye disyaratkan adanya kebebasan komunikasi serta keterbukaan informasi namun tidak menyangkut pautkan dengan SARA. Kampanye politik dikemas oleh ahli politik dalam mencapai tujuan partai politik dan calon tersebut. Kampanye pada aspek politik menggiring publik dalam

penyampaian pesan-pesan politik dalam berbagai bentuk seperti poster, iklan, bahkan konten yang diunggah pada media sosial. Di era modernisasi kini kampanye dapat dilakukan dengan mudahnya melalui platform digital yang tersedia. Sehingga memudahkan bagi pasangan calon dalam mengemas visi-misi serta pesan penting dalam pembingkaiannya yang semenarik mungkin untuk meraih suara.

Variabel dalam teori kampanye mencakup beberapa elemen penting untuk mempengaruhi efektivitas kampanye politik; pesan kampanye, target pemilih, metode kampanye, tim kampanye, jejaring sosial, analisis peta politik, evaluasi efektivitas,

1.6.3. Teori Politik Digital

John Postill (2020) dalam *Digital Politics and Political Engagement* mengungkapkan bahwa konsep politik digital dibagi menjadi beberapa bidang, yaitu: pemerintahan digital, demokrasi digital (masyarakat, musyawarah, partisipasi), kampanye digital (partai, kandidat, pemilihan umum), dan mobilisasi digital (kelompok kepentingan dan gerakan sosial). Postill setuju bahwa di era globalisasi ini, perkembangan media sosial begitu cepat dan cukup efektif digunakan sebagai media penyebar informasi mengenai kehidupan politik dan dapat diimplementasikan dengan berbagai cara, seperti *blogging*, *vlogging*, atau kampanye digital lainnya.

Dengan memanfaatkan kesempatan ini dan dengan diiringi upaya-upaya positif yang dilakukan oleh lembaga yang bersangkutan dan para calon pemimpin yang diusung pada pesta demokrasi tahun 2024, para

paslon dapat lebih mudah untuk mendapatkan dukungan serta menarik atensi masyarakat dalam menghadapi pesta demokrasi 2024, khususnya atensi dari generasi milenial. Menurut Coleman & Freelon (2015) Lingkup pembicaraan mengenai politik digital bukan hanya tentang bagaimana kegiatan politik direplikasi secara daring, karena politik digital tidak hanya mendukung tindakan yang telah ditentukan melainkan membuka ruang tindakan baru.

Politik digital kini mengarah ke politik praktis yang menjadi keuntungan beberapa orang yang memiliki jabatan pemerintahan yang diinginkan atau sekedar untuk popularitas politik. Politik digital sangat berpengaruh menjadi penggerak utama dalam menghasilkan penggerak utama dalam menghasilkan beragam opini, wacana dan kesadaran mengenai kebijakan yang transformative pemerintahan negara. Terdapat ancaman dalam politik digital dengan menguatnya ujaran kebencian, informasi hoax, serta fitnah dengan memutar balikkan fakta.

1.6.4. Teori *Framing*

Menurut Robert N. Entman (1993) *framing* sebagai seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks berita. Teori ini dilandasi kepercayaan bahwa bagaimana pembaca menerjemahkan sebuah berita sangat bergantung kepada situasi psikis dan fisik pembaca itu sendiri. Untuk memperoleh data model analisis yang digunakan Entman menggunakan alat-alat seperti *Define Problems* (mendefinisikan masalah), *Diagnose Causes* (memperkirakan penyebab atau sumber masalah), *Make Moral Judgement*

(membuat keputusan moral), *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian). *Framing* menurut Entman memberikan wawasan bagaimana media dapat mempengaruhi persepsi dan reaksi publik. Pada konteks politik, *framing* memiliki peran penting dalam membentuk opini publik mengenai kandidat politik, kebijakan, serta isu-isu. Indikator *Framing* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Durasi penelitian

Durasi penelitian merupakan kurun waktu yang diperhatikan pada konten yang diunggah oleh akun calon bupati. Yakni selama 60 hari masa kampanye dari 25 September 2024 hingga 23 November 2024.

2. *Framing* konten

Framing konten merupakan cara informasi atau pesan yang disajikan dalam suatu konten dalam membentuk perspektif atau sudut pandang yang diinginkan terkait dengan konten yang diunggah. Dalam *framing* konten terdapat beberapa aspek indikator dalam menilai branding yang dilakukan oleh para calon bupati di Demak.

- A. Rakyat

Framing rakyat merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu penting serta mendorong partisipasi publik dalam diskusi sosial dan politik. *Framing* ini akan melihat bagaimana calon bupati merangkai isu dalam konten yang akan diunggah pada media sosial pribadi. Isu-isu relevan mengenai *framing* rakyat

dengan mengedepankan aspirasi rakyat dan kepentingan publik, seperti:

1. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat luas dan menghindari penggunaan istilah teknis untuk memudahkan masyarakat dalam memahami maksud dan tujuan dari pesan yang disampaikan pada konten yang diunggah oleh calon bupati.
2. Mengangkat isu-isu relevan dengan kehidupan masyarakat yang kemudian dihubungkan dengan isu-isu kompleks sehingga pembawaan isu tersebut dapat dikatakan dekat dengan problematika di masyarakat.
3. Membawa narasi yang menggambarkan isu yang ada di masyarakat sehingga akan membawa simpati karena adanya hubungan dari persoalan tersebut dan masyarakat.
4. Menyoroti kehidupan pasangan calon bupati yang sederhana sehingga membentuk persepsi kedekatan dengan masyarakat.
5. Menampilkan kontribusi pasangan calon bupati terhadap penyelesaian sebuah isu yang ada di masyarakat.

Berita dapat dikatakan menggunakan *framing* merakyat apabila berita memuat indikator-indikator di atas. Sebagai contoh berita yang diunggah oleh akun @dr.eistianah dan @edisayudii melakukan blusukan di pasar. Sehingga berperan penting dalam komunikasi massa dengan tujuan untuk menjembatani informasi

antara media dan masyarakat, serta menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu yang ada.

B. Elitis

Framing elitis merupakan strategi kampanye dengan menciptakan citra pemimpin yang memiliki keahlian, pengalaman, dan kualifikasi yang tinggi. *Framing* elitis berfungsi untuk memperkuat posisi dan kekuasaan calon bupati dalam masyarakat dengan membangun narasi dan sudut pandang terhadap isu-isu yang diangkat berkaitan dengan kepentingan elit dari pada kebutuhan atau kepentingan rakyat banyak, seperti:

1. Menampilkan penekanan pada kepentingan kelompok tertentu yang memiliki pengaruh dalam masyarakat.
2. Menggunakan bahasa dengan istilah teknis sehingga hanya golongan tertentu yang dapat memahami maksud dari pasangan calon bupati.
3. Menampilkan pembawaan yang cenderung menampilkan keahlian, pengalaman, dan juga kualifikasi yang tinggi.
4. Menampilkan pengambilan keputusan yang cenderung membawa keuntungan elit dibandingkan publik.
5. Menampilkan pembawaan yang menunjukkan kemewahan diri seseorang.

Framing elitis menampilkan sebuah berita yang dikemas dengan menampilkan sisi elitis seseorang sesuai dengan indikator di atas. Ditandai dengan adanya deklarasi advokat yang dilakukan

oleh pasangan Calon Bupati Edi dan Eko yang menunjukkan bahwa fokus utama dari deklarasi ini lebih pada dukungan elit terhadap calon tertentu.

C. Religius

Framing religius adalah salah satu strategi kampanye dalam membangun citra pemimpin yang agamis dan atau taat agama melalui komitmen yang kuat terhadap agama dan nilai-nilai keagamaan. Bertujuan agar mendapatkan dukungan dari pemilih yang memiliki basis agama. Pada kali ini *framing* religius melihat bagaimana pemilihan isu yang diunggah oleh calon bupati melalui isi konten, seperti:

1. Menggunakan bahasa atau istilah-istilah agama dalam mempresentasikan maksud dan tujuannya.
2. Menerapkan prinsip-prinsip keagamaan dalam pembahasan suatu isu yang ada di masyarakat.
3. Menggunakan perspektif agama dalam mencari solusi dari sebuah permasalahan yang ada di masyarakat.
4. Menggunakan dukungan komunitas agama yang sejalan dengan agama calon bupati dalam mencari dukungan.
5. Mempertegas sebuah pandangan dengan menyesuaikan pada nilai-nilai agama untuk penyelesaian suatu konflik.

Sebuah berita yang memuat calon bupati dengan *framing* religius ditandai dengan indikator-indikator di atas. Contoh *framing* religius adalah berita yang diunggah oleh akun

@dr.eistianah dan @edisayudii mengenai kontennya yang melakukan sowan kepada tokoh agama di Demak dan melakukan sowan ke pesantren yang tersebar di Demak. Sehingga dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat memandang dan merespons isu tersebut serta alat penting dalam memahami dinamika sosial yang berkaitan dengan agama dan bagaimana informasi tersebut dapat membentuk pandangan serta tindakan individu dan kelompok dalam masyarakat.

D. Intelektual

Framing intelektual merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk calon bupati dalam membranding dengan menggunakan penekanan pada aspek intelektual, pengetahuan, dan pemikiran yang mendalam terutama penggunaan aspek akademis dapat dilihat dari indikator berikut:

1. Menggunakan bahas yang teknis dalam penyampian pesan terhadap suatu isu.
2. Menggunakan pendekatan analisis mendalam dan pemikiran yang kritis dalam mengurai isu-isu yang ada.
3. Memaparkan bukti dan memberikan penjelasan yang mendalam terhadap isu serta didukung dengan argumentasi untuk memberikan sudut pandang atas isu yang ada.

Berita yang memuat *framing* intelektual ditandai dengan indikator-indikator di atas. Contoh *framing* ini ditandai dengan unggahan oleh akun @dr.eistianah yakni adanya

rapat koordinasi dengan koorlap dan koorcam pada tiap kecamatan yang menunjukkan pengetahuan dan keahlian mereka dalam memahami konteks sosial dan politik untuk merumuskan pesan yang akan disampaikan kepada pemilih.

E. Nasionalis

Framing nasionalis merupakan sebuah pendekatan yang digunakan oleh pasangan calon presiden dalam berkampanye dengan mempromosikan identitas nasional dan kebangsaan. Menggunakan dukungan nilai-nilai, kebijakan, ataupun tujuan bangsa seperti indikator tersebut:

1. Menggunakan simbol atau lambang negara dalam menyampaikan gagasan kepada masyarakat.
2. Menekankan nilai-nilai nasionalis seperti keharmonisan, solidaritas, dan nilai-nilai bangsa lainnya.
3. Menunjukkan rasa bangsa terhadap negara dan mengangkat sejarah serta tradisi bangsa dalam mengemukakan gagasannya.

Berita dapat dikatakan menggunakan *framing* nasionalis jika sesuai dengan indikator-indikator di atas. Contohnya dalam proses pendaftaran, pasangan calon diarak oleh pendukungnya menuju KPU Demak. Aksi ini mencerminkan semangat kebersamaan dan dukungan masyarakat yang kuat terhadap calon mereka, dengan visi-misi pasangan calon dalam mencerminkan komitmen untuk memajukan Kabupaten Demak.

Tabel 1. 1 Codebook

Na ma Tok oh	Tang gal	Foto/ Video (<i>Reel s</i>)	Interaksi antar Netizens	Interaksi dengan Followers	Juml ah Kom entar	Menduku ng/Meng kritisi	Fra me (Bin gkai)	Orien tasi Berita	Kete rang an	Ketera ngan Gamb ar

3. Orientasi Berita

Orientasi berita merupakan kecenderungan pemberitaan bisa bersifat positif, negatif, atau netral. Dalam orientasi berita tercantum bagaimana pengungkapan informasi, pendekatan terhadap subjek, dan sikap terkait topik yang diangkat oleh calon bupati.

1. Positif

Pada penelitian ini pemberitaan dapat dikatakan berorientasi positif apabila menggambarkan seorang calon bupati atau politisi dengan cara positif. Dapat dikatakan positif jika pada konten terdapat kata-kata yang berkonotasi positif dan membangun.

2. Negatif

Pada penelitian ini pemberitaan dapat dikatakan berorientasi negatif apabila menggambarkan seorang calon bupati dengan cara negatif. Jika pada konten ditemui kata-kata yang berkonotasi negatif dengan menampilkan permasalahan isu oleh calon bupati dan menampilkan ungkapan emosional yang bernada negatif, dan lain-lain yang berkonotasi negatif.

3. Netral

Dalam penelitian ini pemberitaan dapat dikatakan berorientasi netral atau tidak condong pada salah satu orientasi berita. Pembawaan berita dapat dikatakan memiliki orientasi netral apabila menampilkan fakta dari sumber yang terpercaya, menggunakan pendekatan yang konsisten, mengutamakan keragaman perspektif, tidak menampilkan emosi yang berlebihan pada saat membahas sebuah isu, dan lain-lain yang tidak memiliki konotasi positif maupun negatif.

Framing menurut Zhongdan Pan dan Gerald M Kosicki (1993) dimana analisis ini didasarkan pada penonjolan fakta atau isu yang memiliki empat perangkat, diantara lain yakni struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global dengan berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide.

Menurut Smetko (2004) Priming sebagai proses di mana media berfokus pada sebagian isu dan tidak pada isu lainnya, dan dengan demikian mengubah standar orang untuk mengevaluasi kandidat dan tokoh politik. Sedangkan *framing* menurut Eriyanto (2002) merupakan sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Media massa membangun citra publik mengenai figur-figur politik dengan secara konstan menghadirkan objek-objek yang menunjukkan apa yang akan dipertimbangkan, diketahui, oleh masyarakat.

Menurut McQuail (2005) *framing* dapat didefinisikan dalam dua cara. *Framing* sebagai cara bagaimana pesan berita media secara spesifik dibentuk dan dikontekstualisasikan oleh jurnalis dengan beberapa cara pandang yang dianggap logis dan tertata dalam struktur pesan, serta *framing* yang dilakukan oleh media melalui penonjolan aspek tertentu dan menenggelamkan aspek lainnya akan berpengaruh pada bagaimana khalayak akhirnya terbiasa dengan cara pandang yang digunakan wartawan dalam melihat realitas.

Dalam konteks Pilkada 2024 di Demak, *framing* calon bupati dapat dilihat dari tiga perspektif: positif, negatif, dan netral. Calon bupati yang memiliki rekam jejak baik dalam pelayanan publik dan program-program inovatif sering kali di *framing* secara positif. Misalnya, jika seorang calon berhasil meningkatkan infrastruktur atau pelayanan kesehatan, media dan pendukungnya akan menyoroti pencapaian tersebut sebagai bukti komitmen dan kapabilitasnya. *Framing* positif juga muncul dari dukungan yang kuat dari masyarakat.

Calon yang terlibat dalam skandal atau kontroversi, seperti korupsi atau pelanggaran hukum, akan di *framing* secara negatif. Media dan lawan politik dapat menyoroti isu-isu ini untuk merusak reputasi calon dan menurunkan tingkat kepercayaan publik. Jika program yang diusulkan calon dianggap tidak realistis atau tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, *framing* negatif dapat muncul.

Dalam konteks netral, media dapat membandingkan visi, misi, dan program dari semua calon tanpa memihak. Ini memberikan kesempatan

kepada pemilih untuk menilai secara mandiri dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang seimbang. *Framing* netral berfokus pada penyampaian informasi yang objektif tanpa memberikan penilaian. Misalnya, laporan tentang jumlah pemilih yang terdaftar, hasil survei, atau statistik terkait pemilihan dapat disajikan secara netral untuk memberikan gambaran yang jelas kepada masyarakat.

1.7 Operasionalisasi Konsep

Menurut sugiyono (2013) operasionalisasi konsep sebagai suatu langkah yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur variabel di dalam penelitian.

Tabel 1. 2 Operasionalisasi Konsep

Konsep	Definisi	Dimensi	Indikator
Pemilu	Pemilu atau pemilihan umum merupakan proses demokratis yang digunakan untuk memilih wakil rakyat atau pejabat pemerintahan secara langsung oleh warga negara.	Pilkada	• Partisipasi pemilih • Sikap politik pemilih • Pengaruh media • Kualitas informasi • Mobilisasi pemilih • Persepsi terhadap calon dan partai
Kampanye	Kampanye adalah serangkaian upaya dan tindakan komunikasi yang direncanakan untuk memperoleh dukungan khalayak dalam	Kampanye politik	• Kualitas konten kampanye • Desain kampanye • Frekuensi dan durasi kampanye • Interaksi dengan pemilih • Strategi mobilisasi

	jumlah besar yang terencana dan terorganisir untuk menciptakan efek atau dampak tertentu dalam kurun waktu tertentu.		• Persepsi pemilih terhadap kampanye • Efektivitas kampanye
Politik digital	Politik digital mengarah pada penggunaan teknologi dan platform digital dalam aktivitas politik, untuk mempengaruhi opini publik dan memobilisasi dukungan melalui saluran digital yang lebih efisien dan luas dibandingkan dengan metode tradisional.	Kampanye digital	• Ketertarikan politik • Penggunaan media online • Partisipasi politik • Pengaruh media sosial • Desain pesan dan isu politik
<i>Framing</i>	<i>Framing</i> merupakan proses komunikasi yang melibatkan pemilihan dan penekanan aspek tertentu dari suatu isu atau peristiwa untuk mempengaruhi cara pandang dan pemahaman publik. Atau sebagai cara media membingkai suatu peristiwa melalui pilihan kata, sudut	Penekanan atau penonjolan aspek tertentu	• Perangkat <i>framing</i> • Netralitas • Hubungan antara berita dan ideologi • Strategi komunikasi yang digunakan untuk menonjolkan informasi • Pengulangan elemen tertentu dalam pemberitaan untuk memperkuat pesan • Pemakaian istilah atau label

	pandang, dan aspek mana dari cerita yang ditonjolkan atau diabaikan.		yang memiliki konotasi tertentu untuk menggambarkan individu atau kelompok dalam berita
<i>Engagement</i>	<i>Engagement</i> adalah tingkat partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam proses demokrasi seperti pemilu.	Interaksi	• Melihat dari jumlah like dan komentar • Sentimen dalam komentar

1.8 Argumen Penelitian

Strategi pemasaran politik dengan menggunakan media massa sebagai alat untuk meraih suara dan dukungan masyarakat. Memiliki peran penting bagi masyarakat luas untuk mendapatkan informasi mengenai visi-misi dari calon yang akan dipilih. Sehingga pada penelitian kali ini dianggap penting karena dapat memberikan pemahaman mendalam seperti yang telah dipaparkan pada latar belakang tentang bagaimana calon bupati membangun citra mereka melalui *framing* yang ada di media sosial, terutama Instagram. Dengan berkembangnya teknologi dan media digital, cara komunikasi politik telah berubah secara signifikan, dan penelitian ini akan mengungkap strategi calon dapat memanfaatkan platform tersebut untuk menjangkau pemilih secara efektif. Pendekatan etnografi digital yang digunakan dalam penelitian ini akan memperkaya data yang diperoleh, memberikan konteks sosial dan budaya yang lebih baik tentang dinamika politik di tingkat lokal. Melalui pemantauan

interaksi di media sosial, peneliti dapat menangkap aspirasi masyarakat yang mungkin tidak terungkap dalam metode penelitian lain.

Dalam penelitian terdahulu yang telah dipaparkan membantu dalam mengemukakan argumen bahwa penggunaan Instagram dapat digunakan sebagai komunikasi politik dalam pembentukan citra diri dan meraih suara dari masyarakat secara luas. Komunikasi politik ini membantu masyarakat dalam menilai personal dari masing-masing calon bupati untuk dipilih sebagai sosok pemimpin daerah. Penelitian yang mengangkat isu terhadap pemilihan umum dengan menggunakan media sosial sebagai alat kampanye masih belum banyak dilakukan. Maka dari itu, penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan mengenai peran Instagram dalam komunikasi politik sebagai sarana dalam pembentukan citra diri pada masa kampanye calon bupati di Kabupaten Demak Tahun 2024 serta melihat strategi yang digunakan masing-masing calon dengan teori dan metode yang digunakan pada penelitian ini.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Metode penelitian kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan etnografi digital yang merupakan suatu metodologi bagian dari etnografi (Kaur-Gill & Dutta, 2017). Etnografi digital merupakan metode untuk mengelaborasi makna dan pengalaman berbudaya dalam langgam media digital (Hine, 2000). Etnografi digital adalah metode mempelajari masyarakat dan budaya dalam ruang digital di internet tanpa harus berpergian, etnografi digital tidak dibatasi secara geografis dan tidak memerlukan batasan yang jelas. Metode ini biasanya terlibat dalam

observasi partisipatif dengan meleburkan diri dalam komunitas minat online.

Etnografi digital bertujuan untuk memahami dinamika budaya, sosial, dan perilaku komunitas online serta melihat cara individu berinteraksi, berkomunikasi, dan membentuk hubungan dalam lingkungan digital. Dengan mengamati dan merekam interaksi, berpartisipasi dalam diskusi, seperti analisis postingan forum dan konten media sosial, serta melakukan wawancara dan survei dengan anggota suatu komunitas sebagai literatur penguat. Dari data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan Teknik penelitian kualitatif untuk mengidentifikasi pola, tema, dan wawasan mengenai aktor politik yang diteliti.

Artikel Fein (1993) membahas tentang etnografi digital akan berkaitan dengan tema sentral yaitu tentang penelitian lapangan, partisipasi dalam penelitian, dan representasi. Dalam menggunakan etnografi digital terdapat 3 hal, pertama etnografi digital terkait dengan salah satu konstruksi etnografi yang paling diperdebatkan adalah mengenai penelitian lapangan (*field work*), konsep ini digunakan sebagai konsep utama untuk menjelaskan kekhasan metodologi dari etnografi digital. Kedua, perlu memperhatikan juga dari aspek sentral dari pendekatan penelitian yakni observasi partisipan. Dan ketiga mengenai representasi yaitu bagian yang harus dilakukan guna menghasilkan hasil penelitian apapun karena untuk menciptakan kembali interaksi tekstual dalam platform media digital.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini terkait bagaimana peran Instagram dalam komunikasi politik pada masa kampanye

calon bupati di Kabupaten Demak tahun 2024. Maka dari itu pada bagian ini memiliki beberapa sub bab untuk mengetahui lebih mendalam terkait penelitian ini.

1.9.2. Situs Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di Demak dengan mengamati *framing* calon bupati melalui akun Instagram.

1.9.3. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah akun pribadi bupati dan tim sukses tiap calon bupati Demak. Akun Instagram @edisayudii dan @dr.eistianah. Serta beberapa subjek penelitian yang merupakan narasumber wawancara dalam pengambilan data yang diperlukan antara lain:

- 1) Anggota KPU Kabupaten Demak Divisi Sosdiklih Parmas dan SDM
- 2) Tim Sukses Pasangan Calon 1
- 3) Tim Sukses Pasangan Calon 2
- 4) 6 Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kabupaten Demak 2024

1.9.4. Sumber Data

Data-data yang diambil dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer yang didapat secara langsung di lapangan dan data sekunder yang diperoleh dari sumber yang telah ada. Dalam penelitian kali ini data diperoleh menggunakan data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh dari masyarakat dan diperoleh langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian dengan melakukan

wawancara mendalam. Data sekunder adalah data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan yang berbeda. Pada penelitian ini data didapat dari sumber seperti buku, jurnal, dan artikel, studi pustaka, laman *website*, serta konten yang tertera pada akun Instagram pribadi calon bupati Demak. Data ini diperoleh dari penelitian atau publikasi yang telah dilakukan sebelumnya.

1.9.5. Teknik Pengumpulan Data

Etnografi maya melibatkan penggunaan teknik digital seperti survei virtual, wawancara melalui obrolan, dan wawancara melalui email, yang dikombinasikan dengan teknik analogis seperti observasi partisipan online dan offline (Gatson and Zweerink, 2004; Ritzer, 2022).

a. Observasi Non-Partisipatif

Dilakukan dengan mengikuti akun Instagram calon bupati Demak @edisayudii dan @dr.eistianah guna mengamati secara langsung konten yang diunggah, interaksi antara pemilik akun dengan *followers* dan atau *netizens*, serta komentar yang ada pada konten.

a. Analisis Konten

Analisis konten dilakukan untuk menganalisis serta memahami isi dari jenis konten, gambar, video, audio, bahkan teks tertulis, dan media lainnya. Metode ini digunakan dalam penelitian sosial, studi media, penelitian pemasaran, dan berbagai bidang lainnya. Penelitian ini menganalisis konten menggunakan *codebook* pada masa kampanye

pemilihan umum kepala daerah di Demak selama 25 September – 23 November 2024.

b. Wawancara

Wawancara yakni sebuah kegiatan mengajukan pertanyaan kepada informan atau narasumber untuk mendapat jawaban yang digunakan sebagai data penelitian, dengan memberikan pertanyaan mendalam terkait penelitian.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka sebagai teknik pengambilan data yang dilakukan secara sekunder melalui cara analisis data dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya untuk dijadikan sebagai tambahan data dalam penelitian.

1.9.6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2009; Aisy 2024)

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal pokok, berfokus pada hal penting, mencari tema dan menyeleksi data yang tidak dibutuhkan. Dalam penelitian ini memerlukan teknik ini untuk meminimalisir data guna menghasilkan penggambaran yang sesuai mengenai penelitian.

b. Code Book

Code book adalah sebuah standar penilaian dalam menganalisis sebuah konten. Pada code book terdapat indikator yang dapat digunakan untuk membandingkan *framing* antar calon bupati di Demak.

c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahapan menjabarkan data dengan beberapa cara untuk menyajikan hasil penelitian. Dalam penelitian ini penyajian data yang digunakan yakni berbentuk tabel dan uraian untuk mempermudah dalam memahami penelitian.

d. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan tahapan yang harus sesuai dengan permasalahan penelitian yang didukung dengan beberapa bukti. Dalam penelitian ini penarikan kesimpulan masih dapat berubah-ubah dikarenakan menyesuaikan dengan temuan-temuan data yang ada.