

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Instagram telah berkembang dari fungsi awalnya sebagai platform berbagi foto menjadi medium komunikasi digital yang multidimensi. Sebagai salah satu aplikasi berbasis visual paling populer di era media sosial, Instagram tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi dan estetika, tetapi juga untuk membangun identitas, membentuk opini publik, serta mengonstruksi representasi sosial dan budaya (Highfield & Leaver, 2016). Platform ini memfasilitasi produksi dan distribusi konten visual secara masif, sehingga berperan penting dalam membentuk narasi digital di berbagai ranah, termasuk gaya hidup, hiburan, aktivisme, dan wacana sosial lainnya.

Instagram menyediakan sarana bagi penggunanya untuk membangun representasi diri, memperluas jejaring sosial, dan menyampaikan pesan secara kreatif melalui foto, video pendek, serta fitur interaktif seperti Stories, Reels, dan Live. Keunggulan dalam aspek visual dan interaktivitas menjadikan Instagram bukan hanya media ekspresi personal, tetapi juga alat komunikasi publik yang strategis dalam berbagai konteks, termasuk promosi merek, advokasi sosial, dan penyebaran wacana tertentu (Marwick, 2015). Dengan struktur yang mendukung keterlibatan audiens secara real-time dan algoritma yang memperkuat visibilitas konten, Instagram berfungsi sebagai ruang diskursif yang turut memengaruhi bagaimana pesan diproduksi, disebarluaskan, dan diterima dalam ekosistem komunikasi digital saat ini.

Transformasi komunikasi politik digital sangat dirasakan oleh Generasi Z, yaitu kelompok demografis yang lahir dan tumbuh bersama perkembangan internet dan media sosial. Sebagai digital natives, Generasi Z tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi politik, tetapi juga sebagai aktor aktif dalam memproduksi, menyebarkan, dan merespons konten politik di ruang digital. Karakteristik Gen Z yang cenderung menyukai konten visual, ringkas, dan mudah dipahami menjadikan media sosial sebagai medium utama dalam membentuk

kesadaran politik mereka. Dalam konteks Indonesia, Generasi Z dan milenial mencakup sekitar 52,3% dari total pemilih pada Pemilu 2024 (Katadata, 2024), sehingga menjadikan kelompok ini sebagai kekuatan politik yang strategis. Pada Pemilu 2024, platform media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu kanal yang paling intens digunakan dalam penyebaran pesan politik karena kemampuannya menghadirkan konten audiovisual yang interaktif, cepat, dan dekat dengan keseharian generasi muda. Kondisi ini mendorong munculnya bentuk ekspresi politik yang lebih kreatif, edukatif, dan tidak selalu disampaikan melalui bahasa politik formal.

Sosok Bintang Emon muncul sebagai salah satu figur publik non-politik yang secara konsisten menyampaikan kritik sosial dan politik melalui media sosial, khususnya Instagram, selama masa Pemilu 2024. Sebagai seorang komika dan content creator, Bintang Emon berani menghadirkan konten politik di tengah iklim kampanye digital dengan menggunakan pendekatan satire dan humor yang ringan namun bermuatan edukatif. Konten-konten yang disajikannya mendapatkan respons positif dari audiens, terutama Generasi Z, karena mampu menjelaskan isu politik, hukum, dan keadilan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh kelompok yang sebelumnya cenderung apatis atau kurang memahami politik. Pemilihan Instagram sebagai fokus penelitian didasarkan pada intensitas penggunaan platform ini selama Pemilu 2024, serta konsistensi Bintang Emon dalam memusatkan distribusi konten politiknya melalui Instagram. Berbeda dengan aktor politik formal atau figur publik lain yang terafiliasi dengan kepentingan tertentu, Bintang Emon memosisikan diri sebagai figur independen yang tidak terikat pada partai politik maupun kandidat tertentu. Posisi ini menjadikannya sebagai political cultural influencer, yaitu aktor non-politik yang mampu membentuk opini dan kesadaran politik melalui narasi digital yang relevan, membumi, dan dekat dengan pengalaman generasi muda. Dengan demikian, Bintang Emon menjadi objek penelitian yang signifikan untuk mengkaji dinamika ekspresi politik Gen Z dalam kampanye digital Pemilu 2024 melalui media sosial Instagram.

Pada masa kampanye Pemilu 2024, Bintang Emon tampil sebagai suara alternatif yang merepresentasikan ekspresi politik masyarakat, khususnya generasi

muda, di luar jalur politik formal. Melalui konten satire dan video monolog yang disebarluaskan secara konsisten di Instagram, Bintang Emon menyuarakan berbagai keresahan publik terkait praktik politik transaksional, disinformasi, serta polarisasi sosial yang menguat selama masa pemilu. Meskipun tidak secara eksplisit mengarahkan audiens untuk memilih kandidat tertentu, narasi yang dibangun menekankan pada logika kritis, etika politik, dan kesadaran publik terhadap dinamika demokrasi. Temuan survei Indikator Politik Indonesia (2024) menunjukkan bahwa Bintang Emon termasuk tokoh yang dinilai oleh Generasi Z mampu membantu mereka memahami isu-isu pemilu secara lebih kritis dan menyenangkan. Hal ini memperlihatkan munculnya bentuk ekspresi politik non-konvensional yang tidak bergantung pada posisi struktural dalam partai politik, melainkan dibangun melalui kredibilitas personal, kepercayaan audiens, serta intensitas interaksi digital di platform Instagram.

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia yang memungkinkan individu untuk berbagi pesan, gagasan, dan informasi. Proses komunikasi ini terjadi melalui berbagai saluran, baik verbal maupun nonverbal, serta dapat berlangsung dalam berbagai konteks, mulai dari komunikasi interpersonal hingga komunikasi massa (McQuail, 2020). Dalam perkembangannya, ilmu komunikasi telah menghadirkan berbagai model yang menjelaskan bagaimana pesan dikodekan, dikirim, diterima, dan diinterpretasikan oleh audiens, sehingga membantu dalam memahami efektivitas suatu proses komunikasi.

Model komunikasi yang sangat berpengaruh adalah model Lasswell (1948), yang merumuskan komunikasi melalui lima elemen utama: "*Who says what, in which channel, to whom, with what effect.*" Model ini menggambarkan bahwa komunikasi melibatkan tidak hanya pengirim dan penerima pesan, tetapi juga media yang digunakan serta dampak yang dihasilkan dari komunikasi tersebut. Pemahaman model ini sangat relevan dalam berbagai bidang seperti politik, bisnis, dan media, di mana efektivitas komunikasi sangat menentukan keberhasilan tujuan yang ingin dicapai.

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam komunikasi massa. Sebelumnya bersifat satu arah dengan audiens sebagai penerima pasif, kini teknologi digital memungkinkan interaksi dua arah. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter menjadi media utama yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi aktif dalam diskusi publik (Awaliyah, Dewi, & Furnamasari, 2021). Hal ini juga berdampak besar pada komunikasi politik. Kehadiran media sosial mengubah pola komunikasi politik dari yang bersifat top-down menjadi lebih partisipatif (Sarjito, 2024). Partai politik, kandidat, dan masyarakat dapat menyuarakan aspirasi, menyampaikan kritik, dan membangun citra melalui strategi digital.

Peran media dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi persepsi masyarakat sangat penting dalam konteks komunikasi politik. Kajian komunikasi politik membahas cara penyampaian pesan politik, respons audiens, serta peran media dalam proses demokrasi (Nimmo, 2011). Seiring dengan kemajuan teknologi digital, komunikasi politik tidak lagi terbatas pada media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar, melainkan juga merambah ranah digital, khususnya media sosial. Kehadiran media sosial mengubah pola komunikasi politik dari yang bersifat top-down menjadi lebih partisipatif, memberikan kesempatan lebih luas bagi individu untuk terlibat dalam diskusi politik dan memengaruhi opini publik (Sarjito, 2024).

Kampanye digital kini menjadi bagian utama dari strategi politik modern. Menurut laporan We Are Social & Hootsuite (2024), lebih dari 167 juta orang di Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial. Ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama bagi ekspresi politik dan pembentukan opini publik. Salah satu tantangan yang muncul dari dinamika ini adalah polarisasi dan disinformasi. Studi Mafindo menunjukkan bahwa lebih dari 60% hoaks yang beredar selama Pemilu 2024 berkaitan dengan isu politik (Kompas, 2024).

Bentuk-bentuk kampanye politik juga semakin kreatif. Kandidat menggunakan format daily vlog, reels, tantangan TikTok, dan visual yang emosional untuk membangun keterhubungan dengan pemilih muda. Influencer, akun satir, hingga kreator konten seperti Bintang Emon ikut berperan dalam

lanskap ini, menandai pergeseran dari dominasi elite politik menuju keterlibatan publik yang lebih horizontal (Castells, 2012; Munger, 2020).

Maraknya kampanye digital pada Pemilu 2024 menunjukkan bahwa media sosial dimanfaatkan tidak hanya oleh aktor politik formal, tetapi juga menjadi ruang ekspresi politik bagi berbagai jenis akun dan pengguna. Kandidat politik, akun satir seperti @Nurhadi_Aldo (Hariyanti & Yustitia, 2020), serta figur publik non-politik seperti Bintang Emon menjadi bagian dari ekosistem komunikasi politik digital yang semakin kompleks.

Terjadi perubahan pendekatan dalam strategi kampanye, dari sekadar menyampaikan program kerja menjadi membangun keterlibatan dengan pemilih melalui video pendek di platform seperti TikTok dan Instagram Reels. Kandidat yang berhasil memanfaatkan kampanye digital adalah mereka yang mampu menciptakan tren, tantangan, atau hashtag yang menjadi viral, sebagaimana terlihat pada beberapa calon anggota legislatif yang menggunakan format “*daily vlog*” untuk menampilkan aktivitas kampanye secara lebih personal dan autentik (We Are Social & Hootsuite, 2024).

Kampanye digital kini menjadi bagian utama dari strategi politik modern. Menurut laporan We Are Social & Hootsuite (2024), lebih dari 167 juta orang di Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial. Ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama bagi ekspresi politik dan pembentukan opini publik. Salah satu tantangan yang muncul dari dinamika ini adalah polarisasi dan disinformasi. Studi Mafindo menunjukkan bahwa lebih dari 60% hoaks yang beredar selama Pemilu 2024 berkaitan dengan isu politik (Kompas, 2024).

Bentuk kampanye politik mengalami peningkatan dalam hal kreativitas, dengan kandidat memanfaatkan format seperti vlog harian, reels, tantangan TikTok, dan konten visual bernuansa emosional guna membangun kedekatan dengan pemilih muda. Influencer, akun satir, hingga kreator konten seperti Bintang Emon ikut berperan dalam lanskap ini, menandai pergeseran dari dominasi elite politik menuju keterlibatan publik yang lebih horizontal (Castells, 2012; Munger, 2020).

Penelitian oleh Rosemelba dan Indinabila (2024) menelaah konten Instagram Bintang Emon menggunakan pendekatan *semiotika Peirce*. Studi tersebut menunjukkan bahwa bentuk komunikasi *satire* yang digunakan Emon mampu mengungkapkan kritik terhadap gaya politik pemerintahan secara simbolik namun mengena. Peneliti menemukan bahwa humor dan tanda-tanda visual yang digunakan bukan hanya sekadar hiburan, melainkan membentuk persepsi publik terhadap praktik politik melalui cara yang reflektif dan mudah dipahami oleh audiens muda.

Kajian lain oleh Ramadhan dan Achmad (2023) mengamati gaya bahasa humor dalam konten satire politik di Instagram. Temuan mereka menunjukkan bahwa penggunaan bahasa visual dan simbolik yang dikemas dalam narasi ringan justru lebih efektif dalam menyampaikan kritik politik kepada Gen Z. Strategi komunikasi yang bersifat personal dan menghibur dinilai lebih mampu menggerakkan pemikiran kritis dibanding kampanye politik konvensional yang formal dan penuh jargon. Studi-studi ini memperkuat pentingnya menelaah dinamika ekspresi politik non-formal yang tumbuh pesat di media sosial selama Pemilu 2024.

Penelusuran terhadap literatur dan studi-studi terdahulu memperlihatkan bahwa sebagian besar fokus penelitian masih terpusat pada isu disinformasi, strategi pemasaran politik, atau pengaruh media digital terhadap opini publik secara umum. Padahal, fenomena ekspresi politik yang berkembang di media sosial seperti penggunaan meme, video pendek, narasi personal, hingga partisipasi dalam tren digital mewakili bentuk komunikasi politik baru yang belum banyak dibahas secara mendalam, terutama dalam konteks Pemilu 2024 di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi celah penelitian sebelumnya, penelitian ini diberi judul “Dinamika Ekspresi Politik di Media Sosial : Studi Kasus Instagram @bintangemon dalam Kampanye Digital Pemilu 2024”.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada deskripsi konten visual yang ditampilkan dalam akun Instagram @bintangemon, tetapi juga mengkaji secara kritis makna, pola, dan dinamika ekspresi politik digital yang

dikonstruksi melalui gaya satire dan humor oleh aktor non-politik. Pemilihan Bintang Emon sebagai objek penelitian memiliki urgensi akademik karena ia merepresentasikan bentuk ekspresi politik non-formal yang independen, konsisten, dan memiliki daya jangkau signifikan di kalangan Generasi Z selama masa Pemilu 2024. Selain itu, pemilihan Instagram sebagai konteks media penelitian didasarkan pada perannya sebagai platform utama dalam distribusi dan konsumsi konten politik generasi muda, serta sebagai ruang interaksi digital yang memungkinkan terbentuknya diskursus politik yang lebih cair dan partisipatif. Berbeda dari sebagian besar studi terdahulu yang menitikberatkan pada strategi kampanye formal, propaganda digital, atau aktor politik institusional, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi ilmiah berupa perspektif alternatif dalam kajian komunikasi politik digital, khususnya dalam memahami bagaimana ekspresi politik non-formal dan kreatif mampu memengaruhi pemahaman serta kesadaran politik Generasi Z melalui interaksi di ruang digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti kemudian tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana makna dan konstruksi pesan politik yang dikomunikasikan melalui konten satire @bintangemon selama kampanye digital Pemilu 2024?
2. Bagaimana audiens memaknai serta merespons konten politik yang disajikan akun @bintangemon dalam ruang diskursus digital?

Rumusan masalah penelitian ini tidak hanya berfokus pada bentuk visual ekspresi politik yang ditampilkan, tetapi lebih jauh menekankan pada makna dan konstruksi pesan politik yang dibangun, serta bagaimana audiens memaknai dan meresponsnya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis ekspresi politik di media sosial yaitu:

1. Untuk menganalisis makna serta konstruksi pesan politik yang dibangun dalam konten satir @bintangemon selama kampanye digital Pemilu 2024, menggunakan perspektif mediatization dan analisis wacana/semiotika.
2. Untuk menganalisis bagaimana audiens memaknai, merespons, dan menginterpretasikan pengaruh konten politik @bintangemon dalam ruang diskursus digital, berdasarkan konsep *political expression*, digital citizenship, dan partisipasi politik digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk-bentuk ekspresi politik di media sosial, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang komunikasi politik, khususnya dalam memahami peran media sosial sebagai ruang ekspresi politik di era digital. Dengan menganalisis bentuk ekspresi politik yang berkembang selama Pilkada 2024, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi teori komunikasi politik digital, terutama terkait konsep partisipasi politik, diskursus publik, dan pengaruh algoritma media sosial terhadap opini politik masyarakat. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan perspektif baru terhadap teori agenda setting dan framing dalam konteks komunikasi politik digital, di mana media sosial semakin berperan dalam membentuk persepsi publik terhadap kandidat dan isu politik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan dalam memahami dinamika komunikasi politik di media sosial, khususnya selama kampanye digital Pemilu 2024. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih efektif, etis, dan responsif terhadap karakteristik audiens muda. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu meningkatkan literasi digital masyarakat dalam menyikapi konten politik di media sosial, sehingga pengguna dapat lebih

kritis dalam menilai informasi dan lebih bijak dalam berpartisipasi dalam diskursus politik digital.

