

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi membawa dampak positif dan negatif terhadap akses informasi yang lebih cepat dan mudah, perkembangan teknologi dan komunikasi massa selalu berjalan beriringan, berbagai kemudahan ditawarkan agar masyarakat semakin mudah mengakses informasi yang diperlukan. Keberadaan media massa memungkinkan masyarakat untuk mengekspresikan dirinya dengan mudah, Kebebasan berekspresi adalah salah satu hal yang dilakukan masyarakat ketika menggunakan media sosial. Fenomena ini terkait dengan ekonomi, politik, masyarakat dan budaya yang dianggap sebagai proses globalisasi.(Saputri et al.,2023:14).

Perubahan yang dialami media massa selalu diiringi dengan perubahan masyarakat, Masyarakat sebagai penerima informasi mengalami perubahan atau perkembangan dalam proses penerimaan informasi dan berita . Peran media di masyarakat sangat penting dalam hal peningkatan pengetahuan tentang perkembangan isu-isu politik dan sebagainya. seiring dengan berjalannya waktu berbagai jenis media pun muncul di kalangan masyarakat dari media cetak ,media elektronik dan Sosial Media

Pesatnya perkembangan media sosial saat ini disebabkan karena setiap orang bisa memiliki medianya masing-masing. Jika menggunakan media konvensional seperti radio, televisi dan media cetak lainnya membutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang besar, berbeda dengan media sosial, seseorang pengguna media sosial dapat

mengakses jaringan internet, dengan biaya yang murah, dan dapat dilakukan sendiri tanpa memerlukan pekerja lain dan pengguna media sosial bebas mengubah, mengedit, menambah, memodifikasi teks, gambar, video, grafik, dan lainnya (Mardhiah et al., 2019).

Di era digital yang terus berkembang, kampanye politik menjadi semakin bergantung pada penggunaan media sosial sebagai sarana untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan berinteraksi dengan calon pemilih, strategi yang digunakan dalam kampanye politik pun menggunakan berbagai macam cara salah satunya dengan kampanye pada media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twiter, Tiktok, dan lain sebagainya.

Kampanye politik pada aplikasi Instagram sangat banyak digunakan oleh calon peserta pemilu pada tahun 2024, berbeda dengan kampanye politik secara lansung yang harus menggunakan massa atau mengajak masyarakat turun lansung turun ke lapangan, kampanye pada media sosial harus sekreatif mungkin untuk meraup partisipasi masyarakat dan mendapatkan citra yang baik bagi peserta pemilu untuk memperoleh kemenangannya pada Pemilihan Umum, Oleh karena itu pemanfaatan aplikasi Instagram memberikan dampak yang besar bagi kampanye politik, seperti yang dilakukan oleh Sudirman (Haji Uma) dalam akun Instagram nya dengan *Username* @sudirmanhajiuma.

Dibalik kemenangan di Parlemen Haji Uma Telah melakukan berbagai macam kampanye politik untuk mendapatkan partisipasi masyarakat Aceh, salah satu dengan melakukan kampanye pada media sosial Instagram. Dalam hasil pemilu DPD dapil Aceh tahun 2024 Haji Uma Mendapatkan Jumlah suara terbanyak dengan 1.060.991 suara,

Dalam media sosial Instagram @sudirmanhajiuma seringkali mengunggah kegiatan-kegiatan yang dilakukan olehnya dengan tujuan sebagai kampanye politik untuk mendapatkan suara masyarakat pada Pemilu tahun 2024.

Namun yang menariknya adalah Haji Uma tidak melakukan Kampanye dalam Istilah mengajak Masyarakat Untuk mencoblosnya pada Pemilihan Umum di aplikasi Instagram tetapi Strategi Haji Uma lebih cenderung dalam memberikan bukti lansung tanpa menebarkan janji-janji politik. Maka dari Itu Penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam bagaimana dibalik kemenangan Haji Uma pada pemilihan umum tahun 2024 dengan menggunakan *Analysis Content*.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada :

1. Strategi kampanye politik menurut Heryanto (2018), yang mengatakan bahwa kampanye harus memenuhi 3 aspek yaitu *Posisioning, Branding* dan *Segmenting*
2. Menganalisis content di Akun Instagram Sudirman (Haji Uma) dengan menggunakan Analisis Isi Model Philp Mayring (2000)

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakng diatas maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Kampanye politik Sudirman (Haji Uma) Caleg DPD dari Aceh pada Pemilu tahun 2024 diaplikasi Instagram dengan menggunakan analisis isi dari holsti.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Strategi Kampanye Sudirman (Haji Uma) Caleg DPD dari Aceh pada Pemilu tahun 2024 pada aplikasi Instagram dengan menggunakan analisis isi dari Philp Mayring (2000).

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah untuk menyelidiki keadaan dari, alasan untuk, dan konsekuensi terhadap suatu keadaan khusus. Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang telah penulis dapatkan dan sebagai apresiasi kepada peneliti dan khalayak.
- b. Dapat digunakan sebagai sumber acuan bagi penelitian yang sama untuk tahap selanjutnya, dan penelitian ini dilakukan sebagai nilai akhir.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pembacanya di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi landasan dalam memahami strategi kampanye politik pada Sosial Media

- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat ,memperluas pengetahuan, dan kebutuhan lainnya bagi yang ingin berkecimpung dikampanye politik pada media sosial.
- c. Analisis dari konten-konten diharapkan dapat menjadikan acuan bagi siapa saja yang ingin melakukan kampanye politik pada aplikasi Instagram.