

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah media baru yang merupakan bentuk hasil dari perkembangan teknologi yang diciptakan untuk mempermudah masyarakat berbagi informasi ataupun sebagai tempat berlangsungnya komunikasi antar individu serta dapat memperoleh berbagai berita. Media sosial yang disebutkan disini ialah yang bersifat digital dan dapat terhubung dengan jaringan internet yang mempelajari bagaimana berita atau informasi dengan cepat tersebar dan tersampaikan kepada khalayak. Melalui media sosial juga masyarakat dapat memperoleh informasi atau berita dan pertukaran pesan yang dapat diwujudkan melalui konten visual, audio, dan audiovisual (Rehan Febri et al., 2022).

Kemajuan dan perkembangan teknologi dan informasi kian meluas dan cepat. Beberapa layanan seperti *e-mail*, internet, media sosial, *tele-conference* dan *net-meeting*, adalah salah satu pembuktian bahwa perkembangan teknologi dan informasi kian cepat dan luas. Internet digunakan sebanyak 204,7 juta orang di Indonesia. Dari angka tersebut, 191 juta menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Media sosial tertinggi yang digunakan adalah *You Tube* dengan pengguna 139 juta, disusul Instagram sebanyak 122 juta pengguna dan *Facebook* sebesar 118 juta pengguna. (Andreas. 2024. <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024> diakses 2 Juli 2024)

Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar per April 2023. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar

12,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Di Indonesia sendiri, terdapat 106 juta pengguna Instagram per April 2023 menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia dan pada Oktober 2023 terdapat sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia. Tapi, melihat data dari NapoleonCat. Data terbaru menyebutkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia per Mei 2024 mencapai 90,183,200 pengguna. (Niko. 2024. <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia> diakses 2 Juli 2024)

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat sebagai media untuk berkomunikasi untuk saling bertukar pesan dan tempat mencari informasi yang mereka butuhkan. Selain dimanfaatkan sebagai media komunikasi antar masyarakat, Instagram sekarang juga dimanfaatkan oleh para politisi atau partai politik untuk berkampanye. Sebagai pengguna Instagram, kita dapat memanfaatkan fitur atau sebuah inovasi yang telah diciptakan oleh pihak Instagram untuk menarik perhatian penggunanya. Instagram harus dimanfaatkan sebaik-baiknya agar proses komunikasi ataupun penyebaran informasi dan berita dapat tersampaikan dengan efektif.

Instagram menciptakan cara-cara baru dalam memasarkan kampanye politik dan saluran baru bagi kandidat dan pemilih untuk berinteraksi. Fungsi media saat ini sebagai wadah guna bertukar informasi dengan semua orang yang merupakan sesama penggunanya. Namun dalam perkembangannya media sosial Instagram bukan hanya digunakan sebagai kepentingan pribadi saja, kini Instagram diperlukan dengan kegunaannya dalam aspek-aspek yang lain, misalnya dalam aspek bisnis, promosi, dan sebagai media kampanye politik.

Maraknya penggunaan aplikasi media sosial Instagram oleh masyarakat di Indonesia, menjadikan Instagram sebagai media sosial yang memiliki peluang besar dalam sebuah kegiatan kampanye politik. Instagram dapat dijadikan sebagai sarana atau media promosi eksistensi bakal calon pimpinan untuk menginformasikan elektabilitas yang ditawarkan melalui foto atau video, dengan tujuan agar dapat mempengaruhi ketertarikan masyarakat agar mau memilih calon pimpinan dalam konteks penelitian ini. Salah satu pasangan calon yang menggunakan media sosial instagram sebagai sarana kampanye ialah Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur dengan nama akun *@dpwpa\_acehtimur*.

Instagram telah menjadi fenomena global dengan miliaran pengguna aktif setiap bulannya. Dengan fitur-fitur inovatifnya, Instagram telah berhasil menciptakan pengalaman berbagi foto dan video yang menarik bagi pengguna di seluruh dunia. Melalui Instagram, pengguna dapat mengunggah momen penting dalam hidup mereka, terhubung dengan teman, keluarga, dan bahkan merek-merek terkenal. Keberhasilan Instagram sebagai aplikasi terpopuler juga didorong oleh kualitas konten yang ditawarkan. Pengguna dapat menemukan beragam konten menarik, mulai dari gambar-gambar indah hingga video-video inspiratif. Dengan menggunakan fitur-fitur seperti Instagram Stories, Reels, dan IGTV, pengguna dapat menjelajahi konten yang dibagikan oleh orang-orang di sekitar mereka, selebritas, dan akun bisnis yang terkait dengan minat mereka.

Menurut Cangara dalam Wahid (2016:152) kampanye politik merupakan upaya yang terorganisir yang dilakukan oleh sebuah kelompok guna untuk mempengaruhi masyarakat untuk menerima, memodifikasi, ataupun menolak ide, sikap, atau tindakan dan perilaku tertentu. Tujuan dari kampanye politik ialah untuk

memengaruhi konstituen agar mengikuti pesan politik yang disampaikan. Oleh karena itu, setiap pesan politik yang ingin disampaikan harus diperhatikan karena dapat menentukan berhasilnya suatu kampanye.

Banyak cara ataupun alat yang dapat digunakan untuk melakukan kampanye politik atau menyampaikan pesan politik kepada khalayak. Penyebaran kampanye melalui media sosial yang kreatif dipercaya akan mudah viral dan bisa menarik perhatian publik untuk mengetahui visi, misi, dan program kerja dari partai politik (parpol) yang dipromosikan. Media sosial dapat memberikan dampak yang besar jika strategi kampanye yang dilakukan tepat.

Di Provinsi Aceh berdasarkan data yang dikutip Dialeksis.com di laman BPS, proporsi yang menggunakan internet terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2017 meningkat sebanyak 22,86%, pada tahun 2018 30,69%, dan mencapai 35,60% pada tahun 2019, dan pada tahun 2020 jumlah pengguna internet di Aceh mencapai 3.721.410 orang. Dilansir pada laman Website Pemerintah Aceh bahwa pengguna internet sebagian besar ialah pengguna media sosial. (Nora. 2023. <https://www.dialeksis.com/aceh/pengguna-internet-di-aceh-terus-bertambah-dari-tahun-ke-tahun/> diakses 3 Maret 2024)

Partai Aceh ialah partai lokal yang sangat diminati oleh kaum muda atau kaum milenial di Aceh Timur yang mendapatkan perolehan kursi terbanyak di pemilu tahun 2019 yaitu 16 kursi.

Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur belum aktif dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana kampanye. Partai Aceh di Aceh Timur mendirikan Instagram dengan nama *@dpwpa\_acehtimur* pada tahun 2021 dengan jumlah pengikut 668 dan terpantau tidak terlalu aktif dalam memanfaatkan Instagram dan

tidak kreatif, postingan dari akun PA hanyalah berisi foto dan video tentang silaturahmi saja tanpa adanya editan yang menarik lainnya.

Lebih lanjut lagi, dalam pengamatan penulis dapat diketahui ialah akun media sosial ialah tempat yang dapat memudahkan *follower*/masyarakat untuk dapat berinteraksi dengan partai politik ataupun politisi dari partai politik tersebut. Tetapi pada kolom komentar akun Instagram Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur sangat jarang ada komentar ataupun dukungan dari masyarakat. Padahal pemilu 2024 sudah didepan mata dan juga era sekarang kebanyakan masyarakat menyerap informasi atau berita dari media sosial khususnya Instagram.



**Gambar 1.1 Gambar Akun Instagram DPWPA\_Aceh Timur**

Pada penelitian ini penulis berfokus pada mengapa PA di Aceh Timur belum memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media kampanye secara efektif dan hambatan apakah yang dihadapi oleh Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur. Dan peneliti mengharapkan PA Aceh Timur pada pemilu tahun berikutnya

dapat memanfaatkan media sosial Instagram secara efektif untuk berkampanye supaya para kaum milenial dan gen z yang menggunakan Instagram tertarik untuk memilih PA.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Kampanye dalam Pemilu Tahun 2024 (Studi DPW Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur).”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Mengapa Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur belum memaksimalkan pemanfaatan Instagram sebagai sarana kampanye menghadapi Pemilu 2024?
2. Apakah hambatan yang dihadapi oleh Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana Kampanye?

## **1.3 Fokus Penelitian**

Untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas, maka peneliti memfokuskan pada permasalahan tentang mengapa Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur belum memaksimalkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana kampanye dan apakah hambatan yang dihadapi oleh Partai Aceh. Maka peneliti ingin mengkaji tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Kampanye dalam Pemilu Tahun 2024 (Studi DPW Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur).

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa PA Aceh Timur belum memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana kampanye dan apakah hambatan yang dihadapi oleh Partai Aceh di Kabupaten Aceh Timur.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian proposal ini maka manfaat dari penelitian ini adalah berdasarkan:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan kajian pada bidang penelitian pemanfaatan media sosial Instagram dan apakah hambatan yang dihadapi oleh Partai Aceh.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca dan juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sekaligus menjadi gambaran dan masukan bagi semua pihak yang memerlukan hasil penelitian.

