

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah sebagai pengelola ketatanegaraan terus berupaya menemukan formulasi terbaik untuk mendorong perkembangan demokrasi di Indonesia. Berbagai lembaga dan regulasi telah dibentuk sebagai infrastruktur pendukung demokrasi, yang bertujuan memastikan terselenggaranya pemerintahan yang inklusif, partisipatif, dan akuntabel. Keberlangsungan demokrasi tidak hanya ditentukan oleh kerangka kelembagaan, tetapi juga sangat bergantung pada partisipasi publik serta peran lembaga-lembaga independen dalam menegakkan prinsip-prinsip demokrasi (Hidayat, 2023:856).

Secara etimologis, demokrasi berasal dari bahasa Yunani Kuno, yakni *demos* dan *kratos*. *Demos* berarti rakyat, sedangkan *kratos* berarti kekuasaan yang bersifat mutlak. Jika digabungkan, secara harfiah demokrasi diartikan sebagai kekuasaan mutlak yang berada di tangan rakyat (Vandita, 2024:545). Dalam pengertian yang lebih luas, demokrasi tidak hanya dipahami sebagai bentuk pemerintahan, tetapi juga sebagai seperangkat nilai yang menjunjung kebebasan ini, kesetaraan, partisipasi, penghormatan terhadap hak asasi manusia, serta keadilan sosial.

Dalam sistem demokrasi, setiap warga negara memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan aspirasi, mengkritik kebijakan, dan terlibat aktif dalam proses politik. Ciri utama negara demokratis tercermin dalam mekanisme pengambilan keputusan yang dilakukan secara terbuka dan akuntabel, salah satunya

melalui penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu) yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil (*luber-jurdil*).

Pemilu merupakan manifestasi utama demokrasi karena berfungsi sebagai instrumen konstitusional yang memberikan ruang bagi rakyat untuk menyalurkan kedaulatannya dalam menentukan wakil dan pemimpin pemerintahan (Ana Saritilawa, 2024:63). Melalui pemilu, demokrasi tidak hanya dijalankan sebagai prosedur administratif, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran politik bagi masyarakat untuk memahami nilai-nilai demokrasi, memperkuat partisipasi politik, serta memastikan akuntabilitas kekuasaan. Oleh karena itu, kualitas demokrasi suatu negara dapat diukur melalui sejauh mana pelaksanaan pemilu mencerminkan prinsip-prinsip keterbukaan, keadilan, dan partisipasi publik.

Persaingan bebas antar kandidat dalam pemilu merupakan pilar penting demokrasi karena memungkinkan setiap calon menyampaikan gagasan, visi, dan program secara terbuka tanpa hambatan represif. Dalam konteks ini, dukungan publik menjadi faktor penentu kemenangan yang terbentuk melalui proses panjang mencakup pengenalan kandidat, pembentukan citra politik, dan penyampaian pesan yang konsisten. *Joseph Schumpeter* menekankan bahwa demokrasi modern berpusat pada mekanisme pemilu yang kompetitif, di mana pemimpin dipilih melalui proses yang bebas dan teratur. Namun, meskipun demokrasi membuka ruang persaingan politik, mekanisme ini tidak selalu menghasilkan kebijakan terbaik, melainkan kebijakan yang dapat diterima oleh mayoritas melalui proses pengambilan keputusan (Aulia, 2025:33). Oleh karena itu, komunikasi politik

berperan strategis sebagai sarana membangun hubungan antara kandidat dan pemilih (Ana Saritilawa, 2024:63).

Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan yang berkaitan dengan kepentingan politik dari seorang komunikator politik kepada masyarakat melalui berbagai media, dengan tujuan membentuk opini, memengaruhi sikap, dan mendorong partisipasi publik (Nofiard, 2022:7). Melalui komunikasi yang efektif, kandidat dapat memperkuat citra, mengarahkan opini publik, dan memengaruhi preferensi politik masyarakat, sehingga mampu mengubah dukungan menjadi kekuatan elektoral yang signifikan (Ana Saritilawa, 2024:63). Strategi ini memungkinkan kandidat untuk memanipulasi simbol, bahasa, dan narasi visual guna memperkuat *branding* politik mereka. Seiring perkembangan teknologi, pola komunikasi politik mengalami perubahan signifikan. Jika sebelumnya lebih bergantung pada media konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi, kini media digital menjadi sarana yang lebih cepat, interaktif, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga memperkuat efektivitas penyebaran pesan politik.

Media digital adalah segala jenis media elektronik yang dapat disimpan, diakses, dan diubah oleh komputer. Media digital juga dapat didefinisikan sebagai media komunikasi apapun yang berfungsi dengan berbagai format data yang dapat dibaca (Jadidah, 2023:253). Di era digital saat ini, media digital memegang peranan strategis dalam membentuk pola pikir serta memengaruhi tindakan politik masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh James G. Webster (2017), *“digital media operate within a ‘marketplace of attention’ in which users, media and metrics constantly interact”* (Webster, 2017 : 4).

Dalam konteks tersebut, *platform* seperti Instagram tidak hanya menjadi ruang berbagi visual pribadi, tetapi juga arena strategis bagi aktor politik dalam membangun citra, men-setting isu, dan memengaruhi opini publik. Fenomena ini mencerminkan pergeseran paradigma komunikasi politik dari media konvensional menuju ruang digital yang lebih dinamis.

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah *lanskap* komunikasi politik secara fundamental. Indonesia sebagai negara dengan penetrasi internet dan pengguna media sosial yang besar menghadapi perubahan pola komunikasi politik. Generasi milenial dan Gen Z, yang tumbuh dan aktif di ranah digital, menjadi *audiens* utama kampanye politik modern. Misalnya, menurut data survei nasional, prosentase pemilih milenial (lahir 1981-1996) dan Gen Z (lahir 1997-2012) mencapai 52% dari total pemilih di sejumlah daerah pemilihan. Karena kecenderungan untuk mengonsumsi konten digital dan media sosial secara intensif, karakter mereka termasuk orientasi visual, interaktivitas tinggi, dan preferensi terhadap figur yang autentik menjadi penentu keberhasilan kampanye digital. Karakteristik mereka yang cenderung visual, interaktif, serta menyukai figur yang autentik menjadikan media sosial sebagai sarana strategis dalam menjangkau dan memengaruhi preferensi politik. Akses informasi yang cepat dan luas melalui *platform* digital juga memungkinkan masyarakat memperoleh beragam perspektif politik, sehingga mendorong keterlibatan mereka dalam proses demokrasi dan memperkuat transparansi pemerintahan (Ihsan, 2025:20)

Di antara berbagai *platform* media sosial, Instagram menjadi salah satu yang paling populer di Indonesia. Berdasarkan survei terbaru mengenai penggunaan

media sosial, Instagram memiliki penetrasi pengguna yang sangat tinggi di Indonesia dengan data menunjukkan bahwa sekitar 85,3% pengguna media sosial di Indonesia menggunakan Instagram. Sehingga menjadikan berada di posisi kedua setelah *Whatsapp* (90,9%), dan diatas *Facebook* (81,6%) serta *Tiktok* (73,5%) menurut data dari *We Are Social*. Data ini menggambarkan bahwa Instagram merupakan ruang komunikasi digital yang strategis dan luas jangkauannya dibandingkan platofrm digital lainnya di Indonesia (Meltwater., 2024).

Perkembangan media sosial di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, khususnya pada *platform* Instagram yang memiliki jumlah pengguna aktif besar dan tingkat penetrasi internet yang tinggi. Kondisi ini juga tercermin di Daerah Pemilihan (Dapil) Jawa Barat VII yang meliputi Kabupaten Bekasi, Kabupaten Karawang, dan Kabupaten Purwakarta. Dapil ini tergolong strategis karena memiliki jumlah pemilih yang besar dan tersebar di wilayah dengan karakteristik yang beragam, baik dari sisi sosial, ekonomi, maupun budaya. Keberagaman ini mencakup masyarakat perkotaan yang dinamis, komunitas industri yang padat pekerja, hingga wilayah pedesaan dengan kultur lokal yang kuat. Keragaman tersebut menuntut strategi kampanye yang tidak hanya bersifat umum, tetapi juga mampu menyesuaikan pesan dan pendekatan sesuai dengan karakter tiap segmen pemilih. Kandidat harus memahami kebutuhan, aspirasi, dan nilai-nilai yang berlaku di masing-masing wilayah agar pesan politik yang disampaikan relevan dan dapat diterima dengan baik.

Indonesia memiliki jumlah pengguna internet yang sangat besar, yaitu sekitar 229,43 juta orang dengan tingkat penetrasi sekitar 80,66%. Sehingga akses internet

telah menjangkau mayoritas penduduk negara ini. Selain itu, terdapat sekitar 189 juta pengguna aktif media sosial, yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan digital masyarakat Indonesia. Konten tersebut tidak hanya memuat informasi politik, tetapi juga mengandung pesan verbal dan non-verbal yang merepresentasikan pendekatan emosional tertentu, seperti empati, harapan, kepedulian, hingga kritik sosial.

Selain itu, komposisi demografis pemilih di Dapil Jawa Barat VII didominasi oleh kelompok usia produktif, termasuk generasi milenial dan Gen Z yang akrab dengan teknologi digital. Generasi ini cenderung aktif di media sosial, memiliki akses cepat terhadap informasi, dan lebih responsif terhadap kampanye politik yang dikemas secara kreatif dan interaktif (Aulia, 2025:33). Melihat fenomena tersebut, banyak politisi memanfaatkan kesempatan untuk menggunakan media sosial sebagai platform kampanye politik mereka (Gracia, 2020:55). Dalam konteks ini, media sosial terutama Instagram, menjadi kanal strategis untuk membangun interaksi politik, memperluas jangkauan pesan, dan menggalang dukungan secara efektif. Kondisi ini membuka peluang besar bagi kandidat seperti Rieke Diah Pitaloka untuk memanfaatkan *platform* digital sebagai sarana kampanye modern. Melalui media sosial, ia dapat menampilkan citra personal, menyampaikan visi-misi, merespons isu-isu aktual, serta membangun keterlibatan langsung dengan publik tanpa batasan ruang dan waktu. Strategi ini bukan hanya relevan dengan tren komunikasi politik masa kini, tetapi juga selaras dengan kebiasaan konsumsi informasi kelompok pemilih utama di dapil tersebut (Lestari, 2024:59).

Penggunaan media sosial ini tentunya di kalangan generasi muda yang merupakan kelompok pemilih potensial. Instagram berfokus pada konten visual seperti foto, video pendek, *stories*, dan *reels*, serta dilengkapi fitur interaktif seperti *like*, komentar, *polling*, dan *live streaming*, yang membuat hubungan kandidat-pemilih lebih personal dan emosional. Instagram menjadi salah satu *platform* yang efektif untuk penyampaian informasi politik secara cepat, karena memungkinkan pengguna menerima dan menyebarkan pesan dalam hitungan detik. Melalui fitur-fitur seperti unggahan foto, video, dan cerita (*stories*), informasi politik dapat dikemas secara menarik sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Kemudahan akses ini membuat masyarakat, khususnya generasi muda, dapat terlibat dalam diskusi dan aksi politik hanya dengan memiliki akun media sosial, tanpa harus melalui prosedur yang rumit. Akibatnya, Instagram tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai ruang publik digital yang memfasilitasi partisipasi politik secara instan dan luas (Aulia, 2025:33).

Dalam Pemilu Legislatif 2024, Rieke Diah Pitaloka, yang dikenal sebagai politisi sekaligus publik figur dengan latar belakang dunia seni, memanfaatkan Instagram secara intensif sebagai salah satu kanal utama komunikasi politiknya. Keputusan Rieke untuk menggunakan Instagram bukan tanpa alasan. *Platform* ini memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi politik dengan cepat, jangkauan *audiens* yang luas, serta kemudahan interaksi antara politisi dan masyarakat. Melalui Instagram, Rieke dapat membagikan berbagai jenis konten yang meliputi dokumentasi kegiatan kampanye, pertemuan tatap muka dengan masyarakat, pernyataan sikap terhadap isu-isu sosial dan politik, hingga narasi

personal yang menggambarkan kedekatannya dengan konstituen. Strategi ini tidak hanya bertujuan memperkenalkan program kerja dan visi-misi politiknya, tetapi juga membangun kedekatan emosional dan citra positif di mata publik. Kehadiran visual berupa foto, video, dan infografis yang dikemas menarik membuat pesan politiknya lebih mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk generasi muda yang aktif di media sosial. Fenomena ini menjadi relevan untuk diteliti karena mencerminkan bagaimana seorang kandidat legislatif dapat mengoptimalkan media sosial, khususnya Instagram, untuk membentuk opini publik, memobilisasi dukungan politik, dan memperkuat posisinya di tengah persaingan politik yang semakin ketat di era digital (Aulia, 2025:33).

Rieke Diah Pitaloka dikenal memiliki konsistensi dalam mengangkat isu-isu sosial seperti keadilan sosial, perlindungan kelompok rentan, dan pemberdayaan masyarakat. Konsistensi tema ini penting dalam penelitian analisis konten karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola pesan, framing isu, serta muatan emosional yang disampaikan secara berulang kepada publik. Dari sisi metodologis, akun instagram Rieke Diah Pitaloka menunjukkan intensitas unggahan yang relatif tinggi dari variasi format konten yang beragam, sehingga menyediakan data yang kaya dan relevan. Dengan posisi Rieke sebagai calon legislatif pada Pemilu Legislatif 2024 sekaligus figur publik yang aktif di media sosial, akun instagram yang dikelolanya menjadi representasi menarik untuk mengkaji praktik komunikasi politik digital. Oleh karena itu, pemilihan Rieke Diah Pitaloka sebagai objek penelitian dinilai tepat untuk memahami bagaimana pola komunikasi politik melalui

instagram digunakan dalam memengaruhi opini publik selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024.

Pemilihan akun Instagram Rieke Diah Pitaloka sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan ilmiah yang berkaitan dengan relevansi data, kekayaan pesan, dan kesesuaian dengan fokus penelitian komunikasi politik digital. Dalam penelitian analisis konten, pemilihan objek yang memiliki intensitas unggahan tinggi dan konsistensi tema menjadi penting agar pola komunikasi yang dianalisis dapat ditarik secara sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024, akun Instagram Rieke Diah Pitaloka menunjukkan aktivitas komunikasi politik yang relatif konsisten, baik dari segi frekuensi unggahan maupun variasi format konten, yang mencakup foto, video, *reels*, serta *caption* naratif. Kondisi ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola pesan emosional secara komprehensif, sesuai dengan pendekatan analisis konten kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini.

Konten Instagram Rieke Diah Pitaloka menampilkan beragam isu sosial dan politik yang berulang, seperti keadilan sosial, perlindungan kelompok rentan, pemberdayaan masyarakat, serta keterlibatan langsung dengan konstituen. Keberulangan isu-isu tersebut memberikan dasar empiris yang kuat untuk menganalisis pesan emosional pada setiap konten yang ditampilkan. Dari sisi subjek, Rieke Diah Pitaloka merupakan figur publik yang memiliki peran ganda sebagai anggota legislatif dan aktivis sosial, sehingga praktik komunikasinya di media sosial tidak hanya berorientasi pada pencitraan elektoral, tetapi juga pada penyampaian narasi advokasi dan pengalaman lapangan. Sehingga penelitian ini

untuk memahami bagaimana komunikasi politik digital dijalankan oleh calon legislatif melalui Instagram dalam membentuk opini publik selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024.

Media sosial, khususnya Instagram, kini menjadi instrumen strategis dalam komunikasi politik modern. Selain menyampaikan program kerja, *platform* ini efektif membangun citra, mengelola opini publik, dan memperkuat kedekatan dengan pemilih. Penggunaan Instagram oleh Rieke Diah Pitaloka pada kampanye Pemilu Legislatif 2024 menunjukkan bagaimana media digital dimanfaatkan untuk menarik dukungan politik. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berjudul “Analisis Konten Instagram Rieke Diah Pitaloka dalam Mempengaruhi Opini Publik Selama Masa Kampanye Pemilu Legislatif 2024”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan perkembangan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi politik, Instagram menjadi salah satu *platform* yang banyak dimanfaatkan oleh aktor politik dalam menyampaikan pesan kampanye. Tingginya jumlah pengguna Instagram di Indonesia, termasuk di wilayah Daerah Pemilihan Jawa Barat VII yang memiliki tingkat penetrasi internet cukup tinggi, menjadikan media ini strategis dalam menjangkau pemilih.

Selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024, Rieke Diah Pitaloka secara aktif memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan pesan-pesan politik melalui unggahan foto dan video. Penelitian ini dibatasi pada analisis konten Instagram Rieke Diah Pitaloka sebagai kajian, meskipun bersangkutan juga memanfaatkan

platform media digital lainnya dalam kampanye politik. Pembatasan ini dilakukan karena Instagram memiliki karakter visual dan interaktif yang kuat, tingkat penggunaan yang tinggi di kalangan pemilih muda, serta menyediakan data konten yang relatif konsisten dan mudah diakses untuk dianalisis secara sistematis. Dengan demikian, fokus pada Instagram diharapkan mampu merepresentasikan praktik komunikasi politik digital yang relevan dalam konteks kampanye Pemilu Legislatif 2024 (Kemp,2025).

Penelitian ini belum banyak kajian yang secara khusus menganalisis bagaimana pendekatan pesan emosional dan identitas sosial dalam konten Instagram tersebut dikonstruksikan serta bagaimana pesan-pesan tersebut diarahkan kepada kelompok identitas sosial tertentu. Oleh karena itu, diperlukan analisis konten terhadap unggahan Instagram Rieke Diah Pitaloka selama masa kampanye untuk memahami karakteristik pesan emosional yang digunakan serta relevansinya dengan pembentukan citra politik.

Selama periode kampanye resmi Pemilu Legislatif 2024, yaitu sejak 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024, akun Instagram Rieke Diah Pitaloka menjadi salah satu kanal utama dalam menyampaikan pesan politik dan membangun hubungan emosional dengan para pemilih di Daerah Pemilihan (Dapil) Jawa Barat VII. Intensitas dan variasi konten yang dibagikan menunjukkan bahwa akun ini tidak sekadar menjadi media dokumentasi, tetapi berfungsi sebagai instrumen strategis dalam mengelola citra politik. Melalui unggahan foto, video, *stories*, dan *reels*, Rieke menampilkan berbagai momen penting yang dirancang untuk memperkuat identitas politiknya di mata publik (Gracia, 2020:55).

Dokumentasi kegiatan blusukan, misalnya, tidak hanya memperlihatkan kedekatan dengan masyarakat akar rumput, tetapi juga mengirimkan pesan simbolis bahwa ia memahami persoalan nyata di lapangan.

Memasuki awal Desember 2023, tepatnya pada 3 Desember, ia mengunggah video *reels* yang menyoroti isu kesejahteraan buruh pabrik. Konten ini bersifat persuasif karena secara eksplisit mengajak pemilih, khususnya buruh industri di Bekasi dan Karawang, untuk mendukungnya berdasarkan rekam jejak dan komitmennya dalam memperjuangkan hak-hak buruh. Strategi penggunaan isu ini terbilang tepat, mengingat karakteristik dapil yang memiliki kawasan industri besar. Selanjutnya, pada 10 Desember 2023, Rieke membagikan foto saat menghadiri acara adat daerah. Unggahan ini bersifat simbolik karena memanfaatkan nilai-nilai budaya lokal sebagai sarana membangun kedekatan emosional dengan komunitas budaya di dapilnya, sekaligus memperkuat citra sebagai politisi yang menghargai kearifan lokal.

Konten pada 18 Desember 2023 berupa foto yang menampilkan dirinya bersama warga desa dengan narasi terkait pembangunan infrastruktur. Pesan yang dibawa bersifat informatif sekaligus persuasif, menunjukkan komitmennya dalam pemerataan pembangunan dan menguatkan hubungan dengan pemilih pedesaan. Menjelang akhir tahun, pada 24 Desember 2023, ia mengunggah video *live* yang membahas program pendidikan gratis. Konten ini bersifat persuasif karena mengajak pemilih untuk meyakini bahwa isu pendidikan menjadi prioritas dalam agenda kerjanya.

Memasuki Januari 2024, Rieke terus menjaga intensitas unggahan. Pada 5 Januari, ia membagikan foto kegiatan kampanye lapangan dengan pesan mengenai program kesehatan gratis bagi masyarakat kurang mampu. Unggahan ini bersifat informatif dan menonjolkan kepeduliannya pada isu kesehatan publik. Kemudian pada 15 Januari, ia memposting foto disertai infografis yang mengangkat isu perlindungan perempuan, yang menggabungkan pesan persuasif dan simbolik untuk menarik dukungan dari pemilih perempuan dan kelompok aktivis gender.

Menjelang puncak kampanye, pada 25 Januari 2024, Rieke memanfaatkan *reels* dengan musik energik untuk menampilkan mobilisasi kampanye. Konten ini sepenuhnya persuasif dan bertujuan meningkatkan semangat serta partisipasi publik menjelang pemungutan suara. Pada 5 Februari 2024, hanya beberapa hari sebelum hari H, ia mengunggah foto dengan *caption* ajakan langsung untuk memilih dirinya. Unggahan ini merupakan *call to action* yang jelas, diarahkan untuk menggerakkan pemilih yang belum menentukan pilihan. Terakhir, pada 9 Februari 2024, ia memposting video *reels* berisi ucapan terima kasih dan harapan bagi masa depan dapilnya, yang bersifat simbolik dan emosional untuk memperkuat hubungan personal dengan pemilih, sekaligus menutup rangkaian kampanye dengan citra positif (Maulana, 2023:123).

Rieke Diah Pitaloka menerapkan strategi komunikasi yang terencana dan dinamis di Instagram selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024. Strateginya dimulai dengan pengenalan diri dan pencitraan, kemudian berlanjut pada penekanan isu-isu strategis yang relevan dengan karakteristik daerah pilihannya, dan diakhiri dengan pesan ajakan memilih yang semakin intens menjelang hari

pemungutan suara. Pertemuan dengan tokoh masyarakat dan tokoh adat yang diunggah di Instagram menjadi bentuk legitimasi sosial dan politik, karena memperlihatkan dukungan dari figur-figur berpengaruh di tingkat lokal. Dukungan ini diperkuat melalui testimoni langsung, yang memberikan efek *social proof* dan mendorong publik untuk mempercayai kredibilitas serta integritasnya. Selain itu, konten yang membahas isu-isu penting seperti kesejahteraan buruh, pemerataan pembangunan, kesehatan, pendidikan, dan pemberdayaan perempuan menegaskan posisinya sebagai politisi dengan visi jelas dan program terukur, sekaligus menunjukkan keberpihakan pada kelompok-kelompok strategis dalam masyarakat. Melalui pola ini, Instagram bukan hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga alat kampanye yang efektif untuk membangun citra, mengelola opini publik, dan memengaruhi keputusan politik pemilih secara langsung (Putra, 2024:67).

Dalam konteks kampanye Pemilu Legislatif 2024, akun Instagram Rieke Diah Pitaloka menjadi salah satu instrumen yang digunakan untuk menyebarkan pesan politik dan membangun kedekatan emosional dengan pemilih. Selama masa kampanye resmi (28 November 2023–10 Februari 2024), akun tersebut menampilkan beragam unggahan yang memuat pesan verbal maupun nonverbal, baik dalam bentuk foto, video, *reels*, maupun *stories*. Jumlah dan karakteristik unggahan tersebut merefleksikan strategi komunikasi visual dan emosional yang dirancang untuk memengaruhi persepsi publik.

Dari perspektif komunikasi politik, setiap unggahan di akun Instagram Rieke memiliki dimensi persuasif yang kuat. Pemilihan diksi, visual, narasi, dan waktu

publikasi didesain untuk mengarahkan persepsi publik sesuai dengan kerangka pesan kampanye yang diusung. Strategi ini memanfaatkan karakteristik Instagram sebagai media berbasis visual yang mampu menciptakan kedekatan emosional, meningkatkan keterlibatan audiens (*engagement*), dan memperluas jangkauan pesan tanpa batasan geografis. Dengan demikian, aktivitas ini tidak hanya memenuhi fungsi informatif, tetapi juga menjadi sarana pembentukan opini publik dan penguatan elektabilitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Saraswati (2018) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memainkan peran penting dalam membangun opini publik, khususnya dalam konteks pemilihan umum (Koli, 2024:44).

Dalam konteks Dapil Jawa Barat VII yang memiliki komposisi pemilih beragam, strategi Instagram Rieke mencerminkan pemahaman terhadap pola konsumsi informasi pemilih, terutama generasi muda dan pengguna aktif media sosial. Pemanfaatan format konten yang beragam, mulai dari *stories* yang bersifat sementara untuk momen cepat, hingga *reels* yang dinamis dan mudah dibagikan memastikan pesan kampanye dapat menjangkau berbagai segmen *audiens* dengan gaya komunikasi yang sesuai (Vadia et al., 2024:91). Secara keseluruhan, aktivitas Instagram Rieke Diah Pitaloka selama masa kampanye mencerminkan perencanaan yang matang dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan strategi persuasi politik, sehingga meningkatkan peluangnya untuk memperkuat dukungan dan memenangkan hati pemilih di wilayah tersebut.

Tabel 1.1 Rumusan Masalah Berdasarkan Aktivitas Kampanye di Instagram

No	Jenis Kegiatan Kampanye	Deskripsi Kegiatan
1.	Sosialisasi Program dan Isu Politik	Penyampaian pandangan, sikap politik, dan isu-isu publik melalui caption atau narasi dalam unggahan Instagram
2.	Kunjungan Lapangan	Aktivitas turun langsung ke masyarakat seperti mengunjungi permukiman warga, pasar, atau lokasi kegiatan sosial yang ditampilkan dalam foto atau video
3.	Pertemuan dengan Masyarakat	Interaksi dengan warga dalam bentuk dialog, diskusi, atau pertemuan kelompok yang direpresentasikan dalam unggahan Instagram
4.	Kegiatan Sosial	Partisipasi dalam kegiatan sosial seperti bantuan kemanusiaan, kepedulian terhadap kelompok rentan, atau kegiatan solidaritas
5.	Kampanye Isu Kerakyatan	Penyampaian isu-isu kerakyatan seperti kesejahteraan sosial, keadilan, buruh, perempuan, dan masyarakat marginal
6.	Dokumentasi Aktivitas Legislasi dan Advokasi	Unggahan yang menampilkan aktivitas advokasi, pendampingan masyarakat, atau kerja-kerja legislatif yang dikaitkan dengan kampanye
7.	Penyampaian Pesan Persuasif	Ajakan, imbauan, atau pesan moral dan politik kepada pemilih yang disampaikan melalui caption atau visual
8.	Interaksi dengan Kelompok Sosial Tertentu	Kegiatan kampanye yang melibatkan kelompok tertentu seperti buruh, perempuan, pelaku UMKM, petani, dan komunitas lokal
9.	Kampanye Identitas dan Nilai	Penegasan identitas, nilai, dan ideologi politik yang ditampilkan melalui simbol, narasi, dan visual
10.	Dokumentasi Aktivitas Kampanye Digital	Pemanfaatan Instagram sebagai ruang kampanye digital melalui unggahan rutin selama masa kampanye

Sumber: Olahan Penulis, 2026

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi politik Rieke Diah Pitaloka melalui Instagram pada Pemilu Legislatif 2024 di Dapil Jawa Barat VII menunjukkan pemanfaatan media sosial secara optimal sebagai sarana kampanye modern yang efektif. Dengan memadukan pesan yang relevan dengan karakteristik wilayah, isu-isu strategis yang menyentuh kepentingan publik,

serta format konten yang kreatif dan interaktif, Rieke berhasil membangun citra politik yang kuat, memperluas jangkauan pesan, dan menciptakan kedekatan emosional dengan berbagai segmen pemilih. Pendekatan ini membuktikan bahwa Instagram, ketika digunakan secara terencana dan adaptif, mampu menjadi instrumen penting dalam memengaruhi opini publik dan meningkatkan elektabilitas kandidat, terutama di tengah dinamika politik yang semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini difokuskan pada analisis pesan kampanye yang disampaikan melalui akun Instagram Rieke Diah Pitaloka selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024. Dengan mengacu pada realitas komunikasi politik yang muncul dalam setiap unggahan, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja jenis pesan emosional yang ada pada konten Rieke Diah Pitaloka?
2. Apa respon opini publik terhadap konten Rieke Diah Pitaloka?

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Tujuan Akademik

Adapun tujuan akademik dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui dan memahami proses pemakaian konten Instagram sebagai media kampanye politik, khususnya dalam konteks komunikasi politik digital.

2. Menganalisis bagaimana unsur-unsur komunikasi (komunikator, pesan verbal, pesan nonverbal, dan media) berperan dalam membentuk citra politik di ruang digital.
3. Memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan kajian komunikasi politik dan media sosial, terutama dalam penerapan teori agenda setting dan identitas sosial di platform digital seperti Instagram.

1.4.2 Tujuan Praktis

Adapun tujuan praktis dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui makna konten Instagram Rieke Diah Pitaloka sebagai calon legislatif periode 2024–2029 dalam membangun citra politik dan kedekatan dengan pemilih.
2. Mengidentifikasi bagaimana identitas sosial politik Rieke Diah Pitaloka dikonstruksikan melalui simbol, narasi, dan pesan visual yang ditampilkan di akun Instagram-nya selama masa kampanye Pemilu 2024.
3. Memberikan pemahaman kepada masyarakat dan praktisi politik mengenai strategi komunikasi digital yang digunakan politisi perempuan dalam membangun citra dan pengaruh politik di media sosial.
4. Menjadi bagian dari pemenuhan persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Politik di lingkungan akademik peneliti.

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merupakan dampak positif dari tercapainya tujuan penelitian. Pada penelitian ini terdapat 2 signifikasi :

1.5.1 Signifikasi Akademik

Secara akademik, penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi politik dan media digital, khususnya dalam memahami dinamika interaksi antara komunikator politik, media sosial, dan opini publik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat: Memperkaya literatur ilmiah mengenai komunikasi politik digital, terutama dalam konteks penggunaan Instagram sebagai media kampanye politik di Indonesia, yang hingga kini masih relatif terbatas dibandingkan kajian politik konvensional. Memberikan perspektif baru tentang bagaimana politisi memanfaatkan fitur-fitur visual, verbal, dan interaktif Instagram untuk membangun citra politik, kredibilitas personal, serta kedekatan emosional dengan pemilih.

Mengintegrasikan teori agenda setting dengan teori identitas sosial dalam konteks media sosial. Integrasi ini memberikan pemahaman baru tentang bagaimana pengaturan isu dan simbol identitas digunakan untuk memengaruhi persepsi serta preferensi politik masyarakat di ruang digital. Menjadi acuan metodologis bagi penelitian selanjutnya dalam bidang analisis konten politik di media sosial, dengan pendekatan kualitatif yang menekankan interpretasi simbolik dan makna komunikasi politik visual. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai ilmiah dalam memperluas kerangka teoretis komunikasi politik kontemporer serta memperkuat pemahaman tentang pergeseran strategi komunikasi di era digital.

1.5.2 Signifikansi Praktis

Signifikan praktis, yaitu membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada objek yang diteliti dan dirainya gelar S.Sos pada Program Studi Ilmu

Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia. Penelitian ini memberikan insight berharga bagi praktisi komunikasi politik dan digital marketing dalam merancang strategi kampanye yang efektif di era digital. Temuan penelitian dapat digunakan sebagai panduan bagi politisi dan tim kampanye dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram untuk membangun engagement dengan konstituen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan lembaga terkait dalam memahami dinamika kampanye digital dan merumuskan regulasi yang tepat untuk kampanye di media sosial. Dari aspek sosial, penelitian ini berkontribusi dalam meningkatkan literasi media politik masyarakat, terutama dalam memahami bagaimana konten media sosial dapat mempengaruhi opini dan pilihan politik.

1.6 Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka ini bertujuan membandingkan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kedekatan tema, metode, maupun objek kajian. Perbandingan ini diperlukan untuk menunjukkan posisi penelitian secara argumentatif, menjelaskan kontribusi ilmiah yang ditawarkan, dan menegaskan celah penelitian (*research gap*) yang belum diisi oleh studi sebelumnya. Dengan demikian, melalui analisis komparatif ini dapat dilihat bagaimana penelitian yang tengah dilakukan menghasilkan kebaruan analitis yang berbeda dari penelitian-penelitian terdahulu.

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Analisis Konten Media Sosial Instagram @Baruna.airlangga dalam Kampanye Politik (Negara & Wijayanto, 2023) <u>E-Journal Undip</u>	Kualitatif - analisis konten Instagram	Menunjukkan bahwa akun Instagram calon politisi yang dianalisis memiliki konten yang variatif (isu politik, branding, pembangunan) dan konten tersebut meningkatkan minat publik terhadap kandidat.	Sama-sama menggunakan Instagram sebagai platform dan analisis konten kualitatif	Fokus pada calon politisi nasional dan kampanye umum; penelitian Anda fokus pada satu caleg dan pengaruhnya terhadap opini publik dalam Pemilu Legislatif 2024. Penelitian terdahulu ini berfokus pada analisis kampanye politik di media sosial dengan menitikberatkan pada efektivitas komunikasi atau keterlibatan audiens. Sementara itu, penelitian ini tidak mengukur respons audiens, melainkan menganalisis konstruksi pesan emosional dalam konten Instagram. Kebaruan penelitian terletak pada pendekatan analisis makna pesan emosional sebagai strategi pembentukan citra politik.
Analisis Political Branding Akun	Kualitatif - analisis konten	Ditemukan bahwa branding	Sama-sama mengkaji konten	Fokus pada tingkat presiden dan branding

Instagram @Ganjar_Prano wo dalam Masa Kampanye Pilpres 2024 (Ayudhiya et al., 2024) Ejurnal UPNVJ	akun Instagram dengan indikator identifikasi diri, positioning, produk politik	politik melalui Instagram secara signifikan membentuk citra kandidat presiden melalui konten visual dan narasi yang konsisten.	Instagram dalam konteks kampanye politik	secara umum; penelitian Anda lebih spesifik pada efek konten terhadap opini publik dan segmentasi audiens generasi/masyarakat. Penelitian sebelumnya mengkaji komunikasi politik melalui media digital secara umum tanpa memfokuskan pada dimensi emosional pesan. Penelitian ini secara khusus menelaah pendekatan emosional dalam pesan verbal dan nonverbal yang ditampilkan selama kampanye legislatif. Kebaruan penelitian muncul dari pendalaman unsur emosional sebagai elemen utama komunikasi kampanye digital.
Analisis Sentimen Partai PKS dalam Media Sosial di Era Pemilu (Jannah et al., 2024) jppd.org	Kualitatif - analisis sentimen media sosial (multi-platform) terhadap	Mengungkap dinamika opini publik dan bagaimana media sosial membantu membentuk	Sama-sama dalam ranah demokrasi, media sosial, dan kampanye politik	Fokus pada partai dan sentimen umum, bukan pada satu individu atau konten spesifik Instagram; penelitian Anda

	satu partai politik	persepsi terhadap partai.		fokus pada konten individu dan makna politiknya. Penelitian terdahulu menempatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi politik dan mobilisasi dukungan. Berbeda dengan itu, penelitian ini memandang Instagram sebagai ruang representasi simbolik kampanye yang membangun citra kandidat melalui emosi. Kebaruan analisis terletak pada penggabungan analisis konten visual, narasi, dan emosi dalam konteks kampanye legislatif.
Analisis Peran Media Sosial dalam Membangun Partisipasi Politik Generasi Muda di Pemilu 2024 (Suryawijaya et al., 2024) Jurnal DPR RI	Kuantitatif - survei Gen Z pada Pemilu 2024	Menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran dan sikap politik Gen Z; kreatifitas konten	Sama-sama memperhatikan generasi muda sebagai audiens politik di media sosial	Metode kuantitatif dan fokus pada partisipasi, bukan analisis konten dan makna spesifik konten individu; penelitian Anda menggunakan analisis konten kualitatif dan fokus pada makna politik dalam

		kampanye menjadi faktor kunci.		konten Instagram individu. Penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konten untuk memahami bagaimana pesan emosional dikonstruksikan, bukan untuk mengukur pengaruhnya. Kebaruan penelitian terletak pada pergeseran fokus dari pengaruh ke konstruksi pesan politik.
--	--	--------------------------------	--	---

Sumber: Olahan Penulis, 2026

Jika ditinjau secara menyeluruh, penelitian-penelitian terdahulu telah membahas berbagai aspek kampanye digital, seperti *branding* politik, sentimen publik, dan peran media sosial terhadap partisipasi politik. Namun, studi-studi tersebut belum secara spesifik menelaah interaksi antara pesan verbal–nonverbal, pendekatan emosional, pembentukan citra politik, serta sasaran identitas sosial dalam satu rangkaian analisis komprehensif.

Penelitian ini hadir untuk mengisi ruang tersebut dengan menyediakan analisis yang lebih terfokus, yaitu pada:

1. Satu individu politisi (Rieke Diah Pitaloka) sebagai objek tunggal, dengan konteks pemilu legislatif yang memiliki dinamika berbeda dibandingkan pemilu presiden atau analisis partai.
2. Satu *platform* media sosial (Instagram) agar kedalaman analisis lebih tajam dalam membaca pola komunikasi visual, narasi, dan interaksi.
3. Analisis spesifik pada pendekatan emosional, yang tidak banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.
4. Penelusuran kelompok identitas sosial yang menjadi target kampanye, yang jarang dikaji secara eksplisit dalam literatur kampanye digital Indonesia.

Melalui perbandingan komprehensif inilah muncul kebaruan penelitian, baik secara teoretis maupun empiris. Berdasarkan kajian terhadap penelitian-terdahulu di atas, penelitian ini menawarkan beberapa kebaruan signifikan yang memperkaya literatur komunikasi politik dan media sosial di Indonesia:

1. Fokus empiris yang sangat spesifik

Penelitian ini menitikberatkan pada satu individu politisi Rieke Diah Pitaloka dalam satu platform media sosial (Instagram) selama masa kampanye legislatif. Hal ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam dan kontekstual dibandingkan penelitian terdahulu yang lebih umum (misalnya: calon presidensial, partai, atau multi-platform).

2. Sasaran audiens dan identifikasi sosial

Berbeda dengan banyak penelitian yang hanya mengukur partisipasi atau branding, penelitian ini secara eksplisit mengidentifikasi generasi dan golongan masyarakat yang menjadi sasaran konten kampanye melalui media sosial aspek yang belum banyak disentuh dalam literatur lokal.

3. Analisis makna politik dalam konten

Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan jenis konten atau keterlibatan audiens semata, tetapi juga menganalisis bentuk dan makna politik yang terkandung dalam konten Instagram bagaimana narasi, simbol, visual, dan interaksi membentuk opini publik. Ini memperkaya perspektif analisis konten yang biasanya masih terbatas pada deskripsi atau kuantifikasi interaksi.

4. Konteks Pemilu Legislatif 2024 sebagai objek kajian

Sebagian besar penelitian terdahulu banyak menyoroti kampanye presiden atau pemilu secara umum. Penelitian ini menghadirkan konteks yang lebih spesifik Pemilu Legislatif 2024 yang memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri, misalnya caleg lokal/daerah dan dinamika *platform* media sosial yang berbeda.

5. Kontribusi praktis dan teoritis yang konkret

Dengan menggali bagaimana konten individu politisi di Instagram dapat mempengaruhi opini publik, penelitian ini menawarkan implikasi praktis bagi tim kampanye legislatif dan praktisi komunikasi politik digital. Secara teoritis, penelitian ini juga memperkuat pengembangan kerangka analisis konten kampanye digital yang memperhitungkan audiens sasaran, media spesifik, dan makna politik.

1.7 Landasan Teori dan Konseptual

1.7.1 Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah salah-satu bidang kajian penting dalam ilmu komunikasi dan ilmu politik yang membahas proses penyampaian, pertukaran, serta terkonstruksi sebagai makna politik ditengah masyarakat. Pada dasarnya, komunikasi politik tidak hanya berkaitan dengan aktivitas penyampaian esar oleh aktor politik terhadap masyarakat, tetapi mampu mencakup keseluruhan bentuk interaksi simbolik yang terjadi berdasarkan konteks kekuasaan, pemerintahan, partisipasi politik, dan kebijakan publik. Dalam perkembangan kajian mengenai komunikasi politik, salah-satu tokoh yang dijadikan rujukan adalah Brian McNair. McNair melihat komunikasi politik sebagai proses yang kompleks dan saling berkaitan berdasarkan unsur komunikasi politik.

McNair mendefinisikan komunikasi politik sebagai seluruh bentuk komunikasi yang berkaitan dengan aktivitas politik, yang dilakukan oleh aktor politik secara langsung maupun komunikasi aktor dan aktivitas politik tersebut yang dimediasi oleh media (McNair, 2017). McNair menyampaikan pesan politik oleh pemerintah, partai politik, dan politisi kepada masyarakat, serta adanya representasi politik yang disajikan oleh media massa dan media digital. Lebih lanjut, McNair memberikan pandangan bahwa dalam masyarakat modern, komunikasi politik bersifat *mediated politics*, yang artinya adanya politik yang sebagian besar disalurkan untuk dipahami melalui media. Media tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, akan tetapi berperan sebagai institusi yang memiliki kekuatan dalam membentuk agenda publik dan konstruksi

realitas politik. Oleh karena itu, hubungan antara politik dan media menjadi elemen kunci dalam memahami komunikasi politik kontemporer. Komunikasi politik merupakan kajian yang membahas proses penyampaian pesan politik dari aktor politik kepada masyarakat dalam rangka memengaruhi sikap, pandangan, dan orientasi politik.. Pola komunikasi ini memungkinkan politisi mengontrol pesan yang disampaikan sekaligus membangun kedekatan simbolik dengan audiens. Media sosial juga mendorong intensitas komunikasi yang lebih tinggi karena pesan dapat disampaikan secara berulang dan konsisten. Kondisi ini menjadikan komunikasi politik digital sebagai bagian penting dalam strategi kampanye.

Dalam kerangka pemikirannya, McNair mengidentifikasi unsur-unsur utama komunikasi politik yang meliputi pesan politik, media dalam komunikasi politik, aktor komunikasi politik, dan audiens/warga negara. Pemahaman terhadap unsur-unsur tersebut menjadi penting sebagai dasar analisis dalam mengkaji komunikasi politik. Unsur utama dalam komunikasi politik menurut (McNair,2017:6-39) meliputi:

1. Pesan politik, merupakan inti dari proses komunikasi politik karena melalui pesan inilah makna politik dibentuk dan diperdebatkan dalam ruang publik. Pesan politik mencakup seluruh bentuk simbol,bahasa,teks,dan representai yang mengandung makna politik dan disampaikan kepada publik dengan tujuan memengaruhi pemahaman, sikap, maupun perilaku politik. McNair menekankan bahwa pesan politik bukanlah netral, tetapi selalu sarat dengan kepentingan, ideologi, dan tujuan tertentu. Pesan politik dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti pidato politik, manifesto partai, kebijakan

publik, siaran pers, slogan kampanye, dan bahkan representasi visual serta narasi yang disajikan oleh media. Dalam konteks ini, bahasa politik berfungsi sebagai alat untuk membingkai realitas sosial dan politik. Lebih lanjut, McNair memandang pesan politik sebagai konstruksi sosial. Ini berarti bahwa realitas politik tidak hanya tercermin melalui pesan tetapi juga dibentuk oleh pesan itu sendiri. Oleh karena itu, menganalisis pesan politik sangat penting untuk memahami bagaimana isu-isu politik, aktor, dan kebijakan ditafsirkan oleh masyarakat.

2. Media dalam komunikasi politik, merupakan unsur yang sangat menentukan dalam komunikasi politik modern, media tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan politik, tetapi juga sebagai aktor politik adalah aktor aktif yang memiliki kekuatan untuk menentukan agenda publik dan membentuk realitas politik. McNair menyatakan bahwa politik kontemporer adalah politik yang dimediasi, artinya politik sebagian besar terjadi dan dipahami melalui media. Sebagian besar warga negara tidak mengalami peristiwa politik secara langsung, melainkan melalui representasi media, baik tradisional maupun digital. Media memainkan peran strategis dalam memilih isu-isu yang layak diberitakan, menyoroti aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa politik, dan memberikan interpretasi terhadap tindakan para aktor politik. Dengan demikian, media memengaruhi bagaimana publik memahami dan menilai realitas politik. Sehingga situasi ini menghadirkan tantangan baru, seperti fragmentasi audiens dan peningkatan persaingan dalam wacana politik.

3. Aktor komunikasi politik, Merupakan seluruh pihak yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan interpretasi pesan politik. Para aktor ini tidak terbatas pada politisi atau lembaga negara formal, tetapi melibatkan berbagai pihak dengan peran dan kepentingan yang berbeda. McNair mengidentifikasi beberapa kategori utama aktor komunikasi politik: organisasi politik seperti pemerintah dan partai politik; aktor politik individu seperti politisi dan pemimpin publik; profesional media seperti jurnalis dan editor; dan kelompok kepentingan serta organisasi masyarakat sipil. Para aktor ini terlibat dalam arena komunikasi yang kompetitif, masing-masing berupaya memengaruhi opini publik dan membangun legitimasi politik. Interaksi antara aktor-aktor ini membentuk dinamika komunikasi politik, yang kompleks dan penuh dengan perebutan makna. Oleh karena itu, komunikasi politik tidak dapat dipahami sebagai proses satu arah, melainkan sebagai proses interaktif yang melibatkan berbagai aktor dengan kekuatan dan sumber daya yang berbeda-beda.
4. Audiens dalam Komunikasi Politik, Audiens tidak dipandang sebagai penerima pesan pasif, melainkan sebagai subjek aktif yang menafsirkan, mengevaluasi, dan menanggapi pesan politik. McNair menekankan bahwa interpretasi audiens terhadap pesan politik dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang sosial, pendidikan, ideologi, pengalaman politik, dan paparan media. Oleh karena itu, makna pesan politik tidak sepenuhnya berada di bawah kendali pengirim. Di era media digital, audiens juga berperan sebagai produsen pesan politik melalui media sosial dan platform

lainnya. Hal ini memperkuat posisi warga negara dalam proses komunikasi politik, sekaligus menciptakan ruang wacana yang lebih terbuka dan dinamis. Dengan demikian, audiens memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi politik, karena tanggapan dan partisipasi mereka berfungsi sebagai indikator efektivitas pesan dan legitimasi politik yang dibangun oleh aktor politik.

1.7.2 Pesan Emosional

Pesan emosional adalah bentuk pesan persuasif yang dirancang untuk memengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku audiens melalui aktivasi emosi tertentu. Dalam komunikasi persuasif, emosi tidak hanya berfungsi sebagai respons afektif tetapi juga memengaruhi proses kognitif audiens dalam menafsirkan dan menyampaikan pesan. (Perloff, 2021:178) menjelaskan bahwa persuasi adalah proses komunikasi simbolis yang bertujuan untuk secara sukarela memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Proses persuasi beroperasi tidak hanya pada aspek rasional tetapi juga pada aspek emosional, karena emosi memengaruhi perhatian, penilaian, dan respons audiens terhadap suatu pesan. Dalam komunikasi politik, pesan emosional digunakan sebagai strategi persuasif untuk membentuk sikap dan preferensi audiens politik. Emosi seperti harapan, empati, ketakutan, dan kemarahan dimanfaatkan untuk memperkuat penilaian audiens terhadap aktor dan isu politik. Oleh karena itu, pesan emosional merupakan elemen penting dalam efektivitas persuasi karena dapat mengarahkan makna pesan dan respons perilaku audiens.

Indikator pesan emosional berdasarkan pandangan Perloff terdiri dari :

1. *Empathy Appeal*, adalah bentuk pesan emosional yang menekankan kemampuan komunikator dalam menunjukkan pemahaman dan kepedulian terhadap kondisi audiens. empati dalam pesan persuasif muncul ketika audience merasa bahwa komunikator memahami pengalaman, perasaan, dan permasalahan yang mereka hadapi. dalam komunikasi politik empati digunakan untuk membangun kedekatan psikologis dan kepercayaan audiens terhadap kandidat sehingga bisa menganalisis bagaimana kandidat menampilkan pemahaman terhadap kondisi masyarakat dalam konten Instagram.
2. *Hope Appeal*, merupakan pesan emosional yang membangkitkan perasaan optimisme dan harapan terhadap masa depan. emosi positif seperti harapan berperan penting dalam persuasi karena mendorong audience untuk membayangkan kemungkinan perubahan ke arah yang lebih baik. sehingga komunikasi politik hadir menjadi harapan yang disampaikan melalui visi perubahan, narasi masa depan, dan nilai-nilai sosial yang ingin diwujudkan. hal ini digunakan untuk menganalisis pesan yang menonjolkan optimisme dan arah perubahan dalam konten kampanye Instagram.
3. *Care and Compassion Appeal*, adalah menekankan pada emosi terhadap kepedulian dan kasih sayang pada individu atau kelompok tertentu. pesan persuasif yang menampilkan kepedulian sosial mampu memperkuat Citra komunikator sebagai figur yang bermoral dan humanis. dalam konteks

komunikasi politik kepedulian ditampilkan melalui narasi pembelaan terhadap kelompok rentan dan keterlibatan dalam isu sosial.

4. *Emotional visual representation*, adalah merujuk pada penggunaan visual untuk membangkitkan emosi audience dalam pesan persuasif. artinya menjelaskan bahwa gambar ekspresi wajah gestur tubuh dan simbol visual memiliki kekuatan persuasif karena mampu memicu respon emosional secara cepat dan intuitif.
5. *Emotional Narrative*, merupakan narasi yang menyampaikan pesan emosional melalui cerita personal atau kisah sosial. Perloff (2021) menjelaskan bahwa narasi emosional meningkatkan keterlibatan audiens karena menghadirkan pesan dalam bentuk pengalaman yang dapat dirasakan. Dalam kampanye politik, narasi emosional digunakan untuk mengaitkan isu politik dengan kehidupan masyarakat. Indikator ini digunakan untuk menganalisis *caption* dan cerita yang menampilkan pengalaman sosial dan nilai kemanusiaan.

Teori ini menjadi dasar dalam mengidentifikasi bentuk emosi yang ditampilkan dalam pesan politik serta cara emosi tersebut dikonstruksikan melalui visual dan narasi. Teori ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana emosi dikonstruksikan dalam pesan politik melalui visual dan narasi media sosial. Pendekatan ini relevan dengan karakter Instagram sebagai media visual yang menekankan representasi simbolik dan emosional. Teori pesan emosional dalam

penelitian ini digunakan sebagai grand theory untuk menganalisis konten Instagram Rieke Diah Pitaloka selama kampanye Pemilu Legislatif 2024.

1.7.3 Teori Identitas Sosial

Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*) menjelaskan bahwa individu membentuk dan menegaskan identitas mereka melalui keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu, yang memengaruhi sikap, perilaku, serta cara mereka menafsirkan lingkungan sosial. Menekankan bahwa identitas sosial bukan sekadar kategori demografis atau formal, tetapi merupakan konstruksi psikologis yang muncul dari rasa keterikatan, solidaritas, dan kesadaran kolektif terhadap kelompok yang dianggap relevan. Dalam konteks politik, identitas sosial ini dapat berupa afiliasi terhadap partai, dukungan terhadap calon, maupun keterikatan terhadap komunitas lokal, yang kemudian membentuk preferensi politik, perilaku partisipatif, dan evaluasi terhadap kebijakan publik. Teori identitas sosial merupakan teori dalam psikologi sosial yang menjelaskan bagaimana individu mendefinisikan dirinya berdasarkan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Tajfel dan Turner, dan hingga kini masih relevan dalam kajian komunikasi dan politik (Hogg, 2021:18). Identitas sosial terbentuk ketika individu mengklasifikasikan dirinya sebagai bagian dari kelompok tertentu, seperti kelompok gender, kelas sosial, profesi, atau komunitas. Keanggotaan dalam kelompok tersebut membentuk cara individu memandang dirinya sendiri dan orang lain. Identitas sosial berperan dalam membentuk sikap, persepsi, dan perilaku individu dalam konteks sosial dan politik.

Dalam konteks politik, identitas sosial memiliki peran penting dalam membentuk preferensi dan orientasi politik masyarakat. Sehingga individu cenderung menunjukkan dukungan politik terhadap aktor atau kelompok yang dianggap mewakili identitas sosial mereka. Identitas sosial menciptakan rasa kebersamaan (*sense of belonging*) yang memperkuat loyalitas politik. Dalam kampanye politik, aktor politik sering menampilkan diri sebagai bagian dari kelompok tertentu untuk memperoleh dukungan. Strategi ini digunakan untuk membangun kedekatan simbolik antara kandidat dan pemilih (Huddy, 2020:98)

Teori identitas sosial juga menjelaskan proses *in-group* dan *out-group*, yaitu pembedaan antara kelompok “kita” dan “mereka”. Menurut Tajfel dan Turner sebagaimana dijelaskan oleh Hogg (2021), individu cenderung memberikan penilaian positif terhadap kelompoknya sendiri (*in-group favoritism*). Dalam komunikasi politik, proses ini dimanfaatkan untuk memperkuat identitas kelompok yang diwakili oleh kandidat. Representasi nilai, simbol, dan pengalaman kelompok digunakan untuk mempertegas posisi kandidat sebagai bagian dari *in-group*. Proses ini berkontribusi pada pembentukan ikatan emosional antara kandidat dan audiens.

Media sosial memperkuat konstruksi identitas sosial dalam komunikasi politik. Media sosial memungkinkan politisi menampilkan identitas sosial secara visual dan naratif. Representasi identitas sosial ditampilkan melalui pilihan visual, bahasa, serta konteks sosial dalam konten. Media sosial juga memungkinkan politisi menargetkan kelompok tertentu melalui konten yang relevan dengan identitas mereka. Dengan demikian, media sosial menjadi ruang penting dalam pembentukan dan penguatan identitas sosial politik (Stier, 2022:161)

Instagram sebagai media sosial berbasis visual memiliki peran strategis dalam menampilkan identitas sosial. Visual memungkinkan identitas sosial disampaikan melalui simbol, ekspresi, pakaian, serta interaksi dengan kelompok masyarakat tertentu. Komunikasi visual di Instagram efektif dalam membangun makna identitas karena audiens dapat langsung mengaitkan figur politik dengan kelompok sosial yang ditampilkan. Representasi identitas sosial melalui Instagram membantu membentuk persepsi kandidat sebagai bagian dari komunitas tertentu. Hal ini menjadikan Instagram relevan dalam kajian identitas sosial politik.

Identitas sosial juga berkaitan erat dengan pesan emosional dalam komunikasi politik. Huddy, menjelaskan bahwa identifikasi kelompok sering kali melibatkan emosi seperti empati, kebanggaan, dan solidaritas. Pesan politik yang menampilkan identitas sosial tertentu dapat membangkitkan emosi kolektif dalam kelompok tersebut. Dalam konteks kampanye, pesan emosional yang dikaitkan dengan identitas sosial memperkuat rasa kedekatan antara kandidat dan pemilih. Oleh karena itu, teori identitas sosial relevan sebagai teori pendukung dalam analisis pesan emosional.

Dalam penelitian ini, teori identitas sosial digunakan untuk menjelaskan bagaimana identitas kelompok direpresentasikan dalam konten Instagram Rieke Diah Pitaloka selama kampanye Pemilu Legislatif 2024. Teori ini membantu memahami makna representasi kelompok sosial dalam pesan emosional yang disampaikan. Identitas sosial diposisikan sebagai konteks yang memperkuat konstruksi pesan emosional dan agenda isu dalam komunikasi politik digital.

Dengan demikian, teori identitas sosial mendukung analisis utama yang berfokus pada pesan emosional dalam kampanye politik.

1.7.4 Media Sosial Instagram

Media sosial merupakan bagian dari perkembangan komunikasi digital yang mengubah cara individu dan aktor politik berinteraksi dengan publik. Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai *platform* berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, membagikan, dan bertukar konten secara interaktif. Dalam konteks politik, media sosial digunakan sebagai sarana penyampaian pesan politik secara langsung kepada masyarakat tanpa perantara media massa konvensional. Perubahan ini memberikan ruang yang lebih besar bagi aktor politik untuk mengontrol pesan yang disampaikan. Media sosial juga memungkinkan penyebaran pesan politik secara cepat dan luas (Kaplan, 2010:59).

Perkembangan media sosial membawa implikasi terhadap praktik kampanye politik. Media sosial menjadi bagian dari *hybrid media system* yang menggabungkan logika media lama dan media baru. Aktor politik tidak hanya mengandalkan media massa, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama komunikasi kampanye. Media sosial memungkinkan politisi membangun hubungan langsung dengan pemilih melalui konten yang disesuaikan dengan karakter audiens. Dalam sistem ini, media sosial berfungsi sebagai ruang komunikasi sekaligus arena pembentukan opini publik (Chadwick, 2020:88)

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang menekankan aspek visual dalam penyampaian pesan. Menurut Lim (2021), Instagram berfungsi sebagai ruang publik digital yang mengutamakan visual sebagai alat utama

komunikasi. Karakter visual ini menjadikan Instagram efektif dalam membangun makna simbolik dan citra politik. Foto dan video memungkinkan audiens memahami pesan secara cepat tanpa harus membaca teks panjang. Oleh karena itu, Instagram banyak digunakan oleh aktor politik dalam aktivitas kampanye digital.

Karakter visual Instagram mendukung penyampaian pesan politik yang bersifat emosional. Visual memiliki kemampuan membangkitkan respons emosional secara lebih cepat dibandingkan pesan berbasis teks. Ekspresi wajah, gestur tubuh, serta situasi sosial yang ditampilkan dalam foto atau video mampu menyampaikan emosi secara langsung. Dalam konteks kampanye politik, visual digunakan untuk menampilkan kedekatan kandidat dengan masyarakat. Hal ini menjadikan Instagram relevan sebagai medium penyampaian pesan emosional dalam komunikasi politik (Brader, 2022:155)

Fitur-fitur Instagram seperti unggahan foto, video, dan reels memungkinkan politisi menyampaikan pesan politik secara kreatif. Larsson (2021) menjelaskan bahwa konten visual yang singkat dan menarik meningkatkan perhatian dan keterlibatan audiens. Selain itu, fitur interaktif seperti komentar dan tanda suka memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara aktor politik dan masyarakat. Interaksi ini memperkuat hubungan simbolik antara politisi dan pemilih. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi politik.

Instagram juga berperan dalam pembentukan citra politik atau *political branding*. Aktor politik membangun citra melalui representasi diri yang konsisten di media sosial. Pemilihan visual, gaya komunikasi, serta narasi yang ditampilkan

dalam konten berkontribusi dalam membentuk persepsi publik. Instagram memungkinkan politisi menampilkan sisi personal yang jarang terlihat dalam media konvensional terutama dalam masa kampanye. Kampanye berbasis Instagram memungkinkan kandidat politik seperti Rieke Diah Pitaloka menampilkan dirinya tidak hanya sebagai figur publik, tetapi juga sebagai pribadi yang autentik, peduli, dan dekat dengan rakyat. Melalui foto, video, serta narasi singkat yang menggambarkan kegiatan sosial, budaya, atau advokasi, citra politik dibangun dengan pendekatan emosional yang lebih halus dan visual. Representasi ini digunakan untuk membangun kesan kedekatan dan keaslian figur politik (Enli, 2021:45)

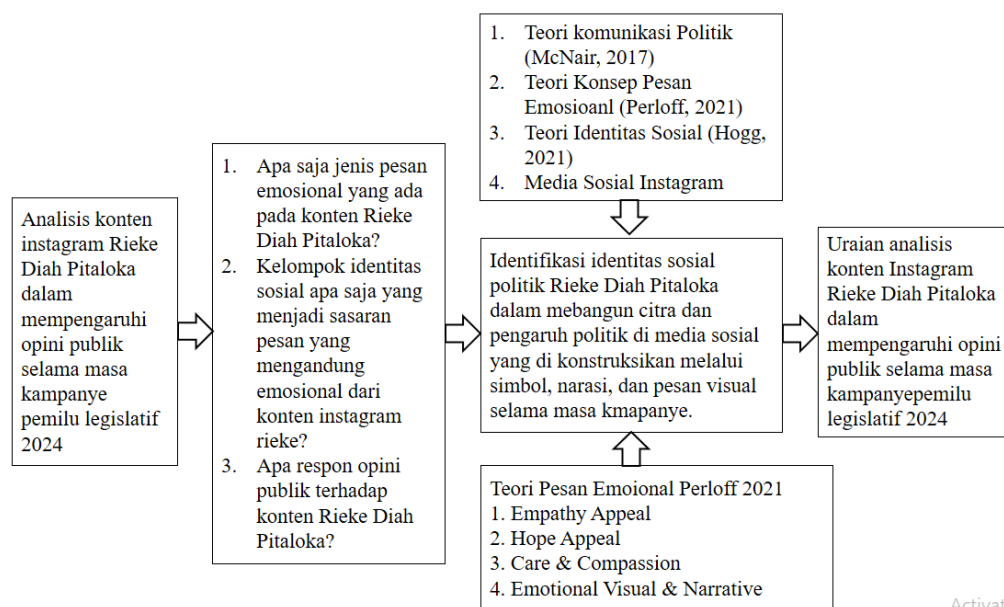
Dalam konteks Pemilu Legislatif 2024, Instagram berperan sebagai ruang simbolik di mana pesan politik dikonstruksi melalui tanda-tanda visual dan verbal. Gestur tubuh, ekspresi wajah, warna pakaian, serta latar tempat yang digunakan dalam unggahan menjadi bagian dari pesan nonverbal yang memengaruhi persepsi publik terhadap kredibilitas dan karakter kandidat (Mulyana, 2018:105). Oleh karena itu, studi terhadap konten Instagram penting untuk memahami strategi komunikasi politik visual, pembentukan opini publik, dan praktik *agenda setting* di ruang digital.

1.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran disusun untuk memberikan gambaran alur berpikir peneliti dalam menganalisis permasalahan penelitian secara sistematis. Kerangka ini berfungsi sebagai penghubung antara permasalahan penelitian, pertanyaan penelitian, teori yang digunakan, hingga hasil yang diharapkan. Penelitian ini

berfokus pada analisis konten Instagram Rieke Diah Pitaloka dalam konteks kampanye Pemilu Legislatif 2024. Media sosial Instagram dipahami sebagai ruang komunikasi politik yang memungkinkan penyampaian pesan secara visual dan emosional. Melalui kerangka pemikiran ini, peneliti menempatkan teori dan konsep yang relevan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti.

Gambar 1.1 Bagan Alur Berpikir



Sumber: Olahan Penulis, 2026

Kerangka pemikiran penelitian ini diawali dengan analisis konten Instagram Rieke Diah Pitaloka dalam memengaruhi opini publik selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024. Instagram digunakan sebagai medium kampanye politik yang menampilkan pesan dalam bentuk visual dan narasi. Konten yang disajikan di Instagram tidak hanya menyampaikan informasi politik, tetapi juga membangun makna dan persepsi tertentu di benak publik. Oleh karena itu, analisis konten menjadi dasar untuk memahami bagaimana pesan politik dikonstruksikan. Tahapan awal ini menjadi titik masuk untuk menjawab permasalahan penelitian.

Dari analisis konten tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian yang berfokus pada jenis pesan emosional dan kelompok identitas sosial yang menjadi sasaran pesan. Pertanyaan pertama menitikberatkan pada bentuk pesan emosional yang digunakan dalam membangun citra Rieke Diah Pitaloka. Pertanyaan kedua menyoroti kelompok identitas sosial yang direpresentasikan dalam pesan emosional tersebut. Pertanyaan penelitian ini dirancang untuk menggali isi pesan secara lebih mendalam. Dengan demikian, pertanyaan penelitian mengarahkan fokus analisis pada aspek emosional dan sosial dalam komunikasi politik.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, digunakan beberapa teori dan konsep yang relevan. Teori komunikasi politik digunakan untuk memahami proses penyampaian pesan politik kepada publik. Teori agenda setting digunakan untuk melihat bagaimana isu tertentu ditonjolkan dalam konten kampanye. Konsep pesan emosional digunakan sebagai grand theory untuk menganalisis muatan emosi dalam pesan politik. Selain itu, teori identitas sosial dan konsep media sosial Instagram digunakan untuk memperkuat konteks analisis.

Fokus utama analisis dalam kerangka pemikiran ini adalah identifikasi identitas sosial politik Rieke Diah Pitaloka dalam membangun citra dan pengaruh politik di media sosial. Identitas sosial tersebut dikonstruksikan melalui simbol, narasi, dan pesan visual yang ditampilkan dalam konten Instagram. Konten kampanye dipahami sebagai representasi nilai, emosi, dan kedekatan dengan kelompok sosial tertentu. Proses ini menunjukkan bagaimana citra politik dibangun

secara simbolik. Analisis identitas sosial menjadi bagian penting dalam memahami pesan emosional yang disampaikan.

Sebagai acuan analisis, penelitian ini menggunakan indikator pesan emosional yang berasal dari *grand theory* pesan emosional. Indikator tersebut meliputi *empathy appeal*, *hope appeal*, *care and compassion appeal*, representasi visual emosional, dan narasi emosional. Indikator ini digunakan untuk mengklasifikasikan dan menginterpretasikan konten Instagram yang dianalisis. Setiap indikator membantu peneliti mengidentifikasi bentuk emosi yang ditampilkan dalam pesan kampanye. Dengan indikator ini, analisis dilakukan secara sistematis dan terarah.

Hasil akhir dari kerangka pemikiran ini adalah uraian analisis konten Instagram Rieke Diah Pitaloka dalam memengaruhi opini publik selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024. Hasil analisis diharapkan mampu menjelaskan bagaimana pesan emosional digunakan dalam kampanye politik digital. Penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai hubungan antara pesan emosional, identitas sosial, dan opini publik. Selain itu, hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi akademik dalam kajian komunikasi politik digital. Kerangka pemikiran ini menjadi landasan konseptual bagi analisis pada bab selanjutnya.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena

berlandaskan pada filsafat postpositivisme, metode ini digunakan pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan secara triangulasi, bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Borg dan Gall yang diikuti oleh (Sugiyono) mengemukakan:

“Kualitatif adalah penelitian yang dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif”.

Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini diharapkan data yang di dapat lebih lengkap serta bermakna dan pasti, hal ini sesuai dengan pendapat yang di kemukakan oleh Sugiyono (Sugiyono,2019) yaitu bahwa metode kualitatif di gunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang nampak.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial melalui pengumpulan data non-numerik (Creswell, 2018:201). Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan penulis bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana konten *Instagram* Rieke Diah Pitaloka mempengaruhi opini publik selama masa kampanye pemilu legislatif. Pendekatan ini menekankan pada interpretasi makna di balik teks, gambar, dan vidio yang dipublikasikan, serta bagaimana publik merespons konten

tersebut melalui komentar, *likes*, dan bentuk interaksi lainnya. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara mendalam dengan memfokuskan pada konten, format, serta interaksi yang terjadi antara *content creator* dan publik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali opini publik dan pola komunikasi politik yang terjadi di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan, tetapi juga bagaimana publik menafsirkan dan membentuk opini terhadap pesan politik yang disampaikan Rieke Diah Pitaloka.

1.9.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data didapatkan melalui data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama yaitu *Instagram* Rieke Diah Pitaloka. Sedangkan, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada atau telah dikumpulkan oleh pihak lain, seperti buku, jurnal, laporan penelitian, dan media massa. Pengumpulan data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua jenis data ini saling melengkapi untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai makna politik dalam konten Instagram Rieke Diah Pitaloka selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis konten kampanye politik. Analisis konten dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji makna simbolik, pesan politik, serta strategi komunikasi yang tersirat dalam konten Instagram Rieke Diah Pitaloka selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024. Pendekatan ini berfokus pada bagaimana pesan politik

dikonstruksi dan disampaikan melalui media sosial sebagai sarana komunikasi politik modern.

Menurut Krippendorff (2018), analisis konten kualitatif bertujuan menafsirkan makna yang terkandung dalam teks, gambar, dan simbol secara sistematis untuk memahami fenomena komunikasi dalam konteks sosial tertentu. Dengan demikian, penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana Rieke Diah Pitaloka membangun citra politik, menyusun agenda pesan, dan memengaruhi opini publik melalui media digital berbasis visual, yakni Instagram.

1.9.2.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2019), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan atau objek penelitian tanpa perantara. Data ini mencerminkan hasil pengamatan dan temuan aktual peneliti yang bersifat orisinal. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari akun Instagram resmi Rieke Diah Pitaloka (@riekediahp) dan hasil wawancara dengan para ahli yang relevan dengan bidang komunikasi politik, psikologi sosial, dan psikologi politik. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui dua cara, yaitu dokumentasi digital dan wawancara ahli.

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang melihat dan menganalisis sejumlah dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian.

Menurut (Moleong, 2017, 216), dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berfokus pada pengumpulan dokumen-dokumen tertulis, rekaman, gambar, atau materi lainnya yang berfungsi sebagai sumber data sekunder. Dokumentasi memungkinkan peneliti memperoleh data yang

otentik dan tersimpan secara digital sehingga dapat dianalisis secara mendalam dan sistematis. Dokumentasi membantu peneliti menganalisis bagaimana Rieke Diah Pitaloka menyampaikan pesan politik melalui postingannya. Postingan yang akan diteliti terdiri dari beberapa jenis konten yang diunggah oleh Rieke Diah Pitaloka di akun *instagramnya*, yaitu:

2. Teks *Caption*

Teks yang ditulis oleh Rieke Diah Pitaloka dalam postingannya untuk memahami pesan politik yang disampaikan. Analisis ini meliputi penggunaan kata-kata, pemilihan bahasa, serta cara pesan disampaikan kepada publik. Peneliti akan memperhatikan apakah teks tersebut mencerminkan nilai-nilai politik yang ingin disampaikan atau mencoba membangun opini politik tertentu. Analisis terhadap teks *caption* dilakukan untuk memahami penggunaan kata, pemilihan bahasa, gaya penyampaian pesan, serta makna yang dibangun dalam setiap unggahan. Sesuai dengan pendekatan kualitatif, peneliti menelaah apakah teks keterangannya mencerminkan nilai-nilai politik tertentu, menyampaikan pesan ideologis, serta berpotensi membangun atau memengaruhi opini politik audiens (Creswell, 2018:201).

3. Gambar dan Vidio

Visual yang digunakan dalam postingan, baik berupa foto maupun vidio, akan dianalisis untuk menilai bagaimana gambar atau vidio tersebut berkontribusi pada pesan politik yang disampaikan oleh Rieke Diah

Pitaloka. Hal ini mencakup analisis estetika, simbolisme yang terkandung dalam gambar, serta cara gambar atau video tersebut mendukung narasi yang ingin disampaikan. Analisis terhadap gambar dan video dilakukan untuk menilai bagaimana unsur visual tersebut berkontribusi dalam membangun dan memperkuat pesan politik yang disampaikan. Aspek yang dianalisis meliputi estetika visual, penggunaan simbol, ekspresi, gestur, serta konteks visual yang ditampilkan dalam unggahan. Peneliti juga mengkaji bagaimana gambar dan video tersebut mendukung narasi politik yang ingin disampaikan serta bagaimana visual tersebut berpotensi mempengaruhi pemaknaan dan opini audiens (Creswell, 2018:201).

1.9.2.2 Data Sekunder

Menurut Nazir (2014), data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung, yakni data yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain sebelumnya. Data sekunder digunakan untuk memperkuat dan memverifikasi hasil analisis data primer, serta memberikan konteks teoritis dan historis terhadap fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi dokumentasi dan pengumpulan sumber literatur ilmiah, meliputi:

1. Buku dan Jurnal Akademik Digunakan untuk memperkuat dasar teoritis terkait komunikasi politik, media sosial, psikologi sosial, dan psikologi politik.
2. Artikel Media Massa dan Portal Daring digunakan untuk memperoleh informasi tentang aktivitas kampanye Rieke Diah Pitaloka yang diliput oleh media.

3. Gambar, Video, dan Arsip Digital Sekunder Termasuk rekaman dokumentasi publik yang berkaitan dengan kegiatan politik Rieke di luar akun Instagram-nya, seperti tayangan berita, wawancara publik, atau kegiatan sosial.
4. Laporan dan Dokumen Resmi Pemilu Digunakan untuk memberikan konteks empiris terhadap posisi politik dan aktivitas kampanye yang dilakukan.

Data sekunder dianalisis secara kualitatif dengan tujuan mendukung interpretasi temuan dari data primer dan memberikan triangulasi informasi agar hasil penelitian lebih kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung yang telah dipublikasikan sebelumnya, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel media daring, serta dokumen resmi dari Komisi Pemilihan Umum dan Badan Pusat Statistik (BPS). Menurut (Nazir, 2014, 61), data sekunder berfungsi memberikan konteks teoretis dan empiris terhadap data primer serta mendukung validitas hasil analisis melalui triangulasi informasi. Sumber sekunder ini digunakan untuk memperkuat pemahaman tentang dinamika komunikasi politik di media sosial, strategi kampanye digital, serta profil demografis pemilih di Dapil Jawa Barat VII.

1.9.3 Instrumen Penelitian

Berdasarkan judul penelitian diatas dan dengan menggunakan pendekatan kualitatif maka peneliti akan menyusun instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.3 Instrumen Penelitian

Teori	Indikator	Pertanyaan untuk Narasumber Ahli / Panduan Analisis Konten
Pesan Emosional (Perloff, 2021)	<i>Empathy Appeal</i>	1. Bagaimana Rieke Diah Pitaloka menampilkan empati terhadap kondisi dan permasalahan masyarakat melalui teks caption dalam konten Instagram

		selama masa kampanye Pemilu Legislatif? 2. Bagaimana bentuk empati direpresentasikan melalui visual (gambar dan video) dalam konten Instagram Rieke Diah Pitaloka? 3. Bagaimana pesan empati dalam konten Instagram tersebut membangun kedekatan emosional dan kepercayaan audiens terhadap Rieke Diah Pitaloka sebagai aktor politik?
	<i>Hope Appeal</i>	1. Bagaimana pesan harapan dan optimisme terhadap masa depan disampaikan dalam caption konten Instagram Rieke Diah Pitaloka selama kampanye Pemilu Legislatif? 2. Bagaimana visual dalam konten Instagram digunakan untuk merepresentasikan narasi perubahan dan harapan politik? 3. Bagaimana pesan harapan dalam konten kampanye Instagram mengarahkan audiens pada visi, nilai sosial, dan tujuan politik yang ingin diwujudkan?
	<i>Care and Compassion Appeal</i>	1. Bagaimana pesan kepedulian dan kasih sayang terhadap kelompok masyarakat tertentu ditampilkan dalam konten Instagram Rieke Diah Pitaloka? 2. Bagaimana narasi pembelaan terhadap kelompok rentan direpresentasikan melalui teks dan visual dalam konten kampanye Instagram? 3. Bagaimana pesan kepedulian sosial dalam konten Instagram membentuk citra Rieke Diah Pitaloka sebagai figur politik yang humanis dan bermoral?
	<i>Emotional Visual Representation</i>	1. Bagaimana penggunaan ekspresi wajah dan gestur tubuh dalam gambar dan video konten Instagram Rieke Diah Pitaloka membangkitkan emosi audiens? 2. Bagaimana simbol visual dan konteks gambar digunakan untuk memperkuat pesan emosional dalam komunikasi politik di Instagram? 3. Bagaimana elemen visual emosional dalam konten Instagram berperan dalam

		memperkuat pesan persuasif kampanye politik?
Identitas Sosial, (Hogg, 2021)	Kategorisasi Sosial	1. Bagaimana konten <i>Instagram</i> menampilkan identitas sosial Rieke Diah Pitaloka sebagai calon legislatif yang dekat dengan kelompok masyarakat? 2. Sejauh mana kategorisasi sosial dalam konten <i>Instagram</i> membangun kedekatan antara Rieke Diah Pitaloka dan audiens? 3. Kelompok sosial apa saja yang paling sering ditampilkan /disebutkan dalam kontennya? 4. Bagaimana peran isu sosial dalam membentuk kategorisasi kelompok dalam kontennya? 5. Simbol,bahasa,atau visual apa saja yang paling sering ditampilkan dalam kontennya?
	Identifikasi Sosial	1. Bagaimana unggahan kampanye mampu menciptakan kedekatan emosional dengan publik sehingga mereka merasa bagian dari identitas politik yang dibangun? 2. Narasi/pengalaman sosial apa yang digunakan untuk mendorong audiens melakukan identifikasi sosial? 3. Bagaimaa Rieke Diah Pitaloka menampilkan dirinya sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu? 4. Sejauh mana nilai dan perjuangan yang ditampilkan dalam konten <i>Instagram</i> mendorong identifikasi audiens?
Komunikasi Politik (McNair, 2017)	Pesan Verbal	1. Bagaimana penggunaan teks <i>caption</i> dalam unggahan <i>Instagram</i> dapat mempengaruhi opini publik dan memperkuat solidaritas politik? 2. Apa saja isu dan nilai politik yang sering disampaikan melalui pesannya? 3. Bagaimana pesan dirancang untuk membangun citra dan kredibilitas politik Riekeh Diah Pitaloka? 4. Bagaimana pesan verbal dalam kontennya berkontribusi terhadap pembentukan opini publik?

	Pesan Non-Verbal	1. Bagaimana penggunaan gambar, simbol, dan video dalam <i>Instagram</i> membentuk citra politik dan kedekatan emosional dengan publik? 2. Bagaimana pilihan pakaian, warna, dan latar visual yang digunakan dalam membangun citra politiknya melalui konten <i>Instagram</i>? 3. Bagaimana ekspresi wajah, gestur tubuh, dan bahasa yang digunakan Riekeh Dian Pitaloka dalam konten <i>Instagram</i> untuk menyampaikan sikap dan emosi politiknya? 4. Sejauh mana penggunaan simbol visual dan elemen gambar dalam konten <i>Instagram</i> membantu membangun persepsi positif publik terhadap Rieke Diah Pitaloka?
--	------------------	---

Sumber : Olahan Penulis, 2026

1.9.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah *content analysis*, yaitu teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang berupa isi pesan teks atau komunikasi tertulis dengan tujuan untuk menguraikan, mengelompokkan, dan menafsirkan isi pesan komunikasi secara sistematis (Santoso, 2014). Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menafsirkan isi pesan secara terstruktur sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang objektif dan dapat dipertanggung jawabkan dalam konteks penelitian sosial. Analisis data dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu:

1. Peneliti memutar unggahan yang terkait dengan pesan politik pada akun *Instagram* Rieke Diah Pitaloka. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan postingan yang berkaitan dengan kampanye pemilu legislatif.

2. Peneliti menganalisis unggahan yang terkait dengan kampanye pada akun *Instagram* Rieke Diah Pitaloka. Isi unggahan dianalisis berdasarkan kategori pesan politik, bentuk konten, serta strategi komunikasi.
3. Peneliti menganalisis respon publik berupa keterlibatan dan sentimen komentar pada akun *Instagram* Rieke Diah Pitaloka.
4. Peneliti menginterpretasikan temuan dalam unggahan *Instagram* Rieke Diah Pitaloka menggunakan teori yang relevan, seperti Teori *Agenda Setting* untuk melihat isu yang ditonjolkan, Teori Identitas Sosial untuk memahami kedekatan dengan publik, Konsep Komunikasi Politik untuk menilai strategi penyampaian pesan, dan Konsep Pemasaran Politik untuk menjelaskan bagaimana citra politik dibangun. Dengan demikian, penelitian ini dapat menggambarkan secara menyeluruh bagaimana konten *Instagram* digunakan sebagai alat politik dan sejauh mana ia memengaruhi opini publik.

1.10 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun karya tulis ilmiah ini, agar dalam pembahasan terfokus pada pokok permasalahan dan tidak melebar ke masalah yang lain, maka penulis membuat sistematika penulisan karya tulis ilmiah berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, kajian pustaka, landasan teoritik dan konseptual, bagan alur berpikir atau penulisan, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum daerah wilayah pemilihan (Dapil) calon legislatif Rieke Diah Pitaloka yang menjelaskan terkait Biografi Rieke Diah Pitaloka, Demografis Dapil Jawa Barat VII, Jenis Masyarakat, Daftar Pemilih, Jumlah Penduduk dan Daftar Pemilih Tetap, Tingkat Ekonomi, Sosial Budaya, dan Akun Instagram sebagai Objek Media Sosial.

BAB III DESKRIPSI KONTEN INSTAGRAM SELAMA MASA KAMPANYE

Bab ini membahas analisis konten Instagram Rieke Diah Pitaloka selama masa kampanye Pemilu Legislatif 2024 dengan fokus pada identitas sosial dan agenda setting. Pembahasan diarahkan untuk melihat bagaimana Rieke membangun representasi diri dan kedekatan dengan kelompok sosial tertentu, serta bagaimana isu-isu tertentu diprioritaskan, dibingkai, dan ditampilkan sebagai agenda politik melalui unggahan Instagram. Analisis dilakukan terhadap visual, narasi, dan tema konten untuk menggambarkan strategi komunikasi politik yang digunakan selama masa kampanye.

BAB IV IDENTIFIKASI SOSIAL DALAM KONTEN INSTAGRAM RIEKE DIAH PITALOKA

Pada bab ini menjelaskan pengaruh dari konten kampanye di media sosial oleh calon legislatif Rieke Diah Pitaloka berdasarkan di postingan yang berkaitan dengan kampanye secara online yang diunggah untuk menarik perhatian audiens. Untuk mengetahui

identifikasi konten terhadap opini publik apa yang terjadi dari kampanye di media sosialnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab bab sebelumnya, penemuan penelitian serta dapat menjawab pertanyaan penelitian yang memberikan epilog yang berguna dan mendukung bagi penyusunan hasil penelitian.

