

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain (A.W Widjaja, 1993). Komunikasi dikatakan dapat berjalan dengan baik apabila komunikator dan komunikan mencapai pengertian atau pemahaman yang sama tentang apa yang telah dibicarakan. Strategi Komunikasi Politik pada dasarnya adalah upaya dalam melakukan komunikasi politik yang terkait dengan pembuatan, penyebarluasan, penerimaan serta dampak informasi pada konten politik, baik melalui interaksi antar manusia maupun media sosial. Seperti yang telah kita ketahui bahwa Indonesia adalah salah satu negara demokrasi. Pemilihan calon legislatif merupakan salah satu bentuk sarana demokrasi. Proses demokrasi itu sendiri telah mengalami kemajuan yang cukup pesat yakni dengan partisipasi mencapai 70%. Tujuan komunikasi politik erat kaitannya dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator politik, guna untuk menarik simpatik dalam meningkatkan partisipasi.

Sistem pemerintahan Indonesia yakni Presidensial dengan karakteristik Parlemoner. Tetapi, dalam sistem politik tersebut Perempuan hanya di tempatkan di ruang publik hanya sebagai *second person*. Diskriminasi gender masih kerap dan banyak terjadi pada seluruh aspek kehidupan serta sektor pembangunan di seluruh negeri. Hal ini semakin dipertegas karena pada kenyataannya masih terdapat kesenjangan persepsi antara peran laki-laki dan perempuan dalam peran yang berbeda, khususnya peran publik. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat peran perempuan dalam pembangunan berbasis gender sebagai bagian integral dari pembangunan nasional dalam upaya mewujudkan kerja sama yang harmonis dan setara antara laki-laki dan perempuan agar kesetaraan dan kesetaraan gender dapat tercapai dalam berbagai kegiatan.

Keberadaan partai politik merupakan hal yang penting dalam upaya menuju kesetaraan gender. Politik adalah langkah awal bagi perempuan untuk berpartisipasi secara baik dalam

politik kualitas dan kuantitas. Karena selama ini partisipasi Perempuan dalam dunia perpolitikan sangat kurang sehingga mengakibatkan minimnya akomodasi di beberapa keputusan politik. Keputusan politik bersifat maskulin yang dimana laki-laki secara konsisten identik dengan Lembaga atau aktivitas kerja di luar rumah. Sedangkan, Perempuan hanya bertugas mengurus pekerjaan di rumah. Hadirnya representasi perempuan dapat diharapkan bisa meningkatkan partisipasi perempuan dalam politik untuk menyampaikan aspirasi dan hak-hak perempuan yang selama ini belum terekspresikan. Komitmen partai politik itu sendiri juga belum sensitif gender yang dimana menyebabkan kurang memberikan akses memadai bagi kepentingan perempuan. Meskipun minat perempuan untuk terjun dalam dunia politik juga tergolong rendah, tetapi sudah banyak politisi perempuan di masa sekarang.

Salah satu politisi perempuan yang mencalonkan dirinya sebagai Bupati Sleman, D.I. Yogyakarta pada Pilkada Bupati Sleman 2020 lalu adalah Dra. Hj. Kustini Sri Purnomo atau lebih dikenal dengan Sri Kustini. Sri Kustini lahir pada 12 Oktober 1960. Beliau adalah Bupati Kabupaten Sleman perempuan pertama sepanjang sejarah pada periode 2021-2026 yang mulai menjabat sejak 26 Februari 2021. Sri Kustini berasal dari Partai Amanat Nasional. Selain itu ia pernah memiliki perhatian besar terhadap masalah-masalah seputar UMKM, Pendidikan, Infrastruktur, Perempuan dan Pariwisata. Tak hanya itu, Kustini juga pernah aktif dalam beberapa Lembaga dan Organisasi, seperti : Pemimpin Daerah Aisyiyah (PDA), Ketua Dewan Kerajinan Nasional, Tim penggerak PKK, Ketua Yayasan kanker Indonesia, Gabungan Organisasi Wanita (GOW) (wikipedia, 2023a). Dengan demikian, Kustini pun lekat dengan kepribadian perempuan sehingga memiliki kompetensi yang mumpuni untuk menjadi seorang politisi perempuan.

Gambar 1. 1. Tabel Perolehan Suara

Danang Wicaksana Sulistya	Agus Choliq	171.083	30,20
Sri Muslimatun	Amin Purnama	177.588	31,34
Kustini Sri Purnomo	Danang Maharsa	217.921	38,46
Total		566.592	100,00

Kustini memanfaatkan akses media sosial Instagram nya untuk membagikan aktivitas politiknya sebagai Bupati Sleman. Beliau sering memposting atau membagikan kegiatan-kegiatan dan informasi terkait apa yang sedang terjadi di D.I. Yogyakarta khusus nya di Kabupaten Sleman. Media sosial sendiri dapat bermanfaat secara virtual bagi orang-orang yang memiliki masalah dalam melakukan kontak mata secara tatap muka. Pada saat ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi atau biasa dikenal dengan TIK, telah mendorong peningkatan komunikasi online di semua lapisan masyarakat, termasuk politik, bisnis, dan institusi sosial. Media sosial merupakan salah satu jenis komunikasi yang memanfaatkan peralatan yang terhubung dengan jaringan internet. Para tokoh politik baik di dalam maupun luar negeri sangat tertarik dengan berbagai platform media sosial yang saat ini sedang bermunculan dan banyak diminati, seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan lain-lain.

Sebenarnya Kustini tidak hanya menggunakan Instagram, beliau juga menggunakan media sosial Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok dan Snack Video. Tetapi lebih sering aktif pada akun Instagram miliknya. Akun Instagram milik Kustini bernama *@kustinipurnomo* yang sudah memiliki pengikut sebanyak 81,1rb orang dan 1.679 postingan. *Personal branding* hampir sama hal nya dengan konsep *marketing*, yang dimana kali ini menggunakan akun Instagram sebagai medianya. *Political branding* adalah proses komunikasi yang dirancang untuk menciptakan dan mengelola persepsi terhadap suatu partai atau kandidat. Pada zaman sekarang atau lebih dikenal dengan *Gen Z* penggunaan media sosial terutama Instagram lebih banyak dan sering digunakan. Apalagi pengguna Instagram lebih banyak di dominasi

perempuan, sehingga menjadi pilihan yang tepat untuk di manfaatkan para politisi perempuan seperti Kustini dalam menunjukkan *political branding* nya.

Gambar 1. 2. Perbandingan Akun Media Sosial

Media	Akun	Followers (Pengikut)
Youtube	@KustiniSriPurnomoKSP	1,14 rb subscriber
Instagram	kustinipurnomo	57,7 rb
Tiktok	@kustinisripurnomo	17,8 rb
Facebook	Kustini Sri Purnomo	26 rb
Snack Video	Kustini Sri Purnomo	1,8 rb

Berdasarkan akun sosial yang di miliki Sri Kustini menunjukkan bahwa Followers paling banyak nya ialah pada media sosial Instagram. Sehingga peneliti memilih media Instagram sebagai media yang akan di teliti lebih lanjut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan diatas, pertanyaan yang diajukan sebagai rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

Bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh Bupati Sri Kustini Purnomo Melalui Media Sosial Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Untuk memecahkan rumusan masalah yang telah teridentifikasi, tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk :

Mengetahui komunikasi politik yang dilakukan oleh Bupati Sri Kustini Purnomo melalui media sosial Instagram.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah disebutkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengimplementasikan komunikasi politik melalui media sosial khususnya pada media Instagram.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi contoh atau sumber bagi politisi atau kandidat politik yang ingin menyampaikan komunikasi politiknya melalui media sosial pribadinya.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan bagian dari pemaparan beberapa penelitian atau penelitian terdahulu dari berbagai sumber, majalah, dan buku yang dibagikan sesuai dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu yang berkaitan dengan “Strategi Komunikasi Politik Sri Kustini Dalam Membangun *Political Branding* Di Media Sosial”. Tinjauan Pustaka ini dijadikan sebagai bahan acuan untuk melihat bagaimana strategi yang digunakan Sri Kustini

dalam membangun *political branding* di Instagram miliknya. Oleh karena itu berdasarkan pemaparan tersebut berikut beberapa tinjauan Pustaka yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Farhansyah, 2024) yang berjudul “Komunikasi Politik Politisi Perempuan Studi Deskriptif Kualitatif Integrated Marketing Communication Pada Politisi perempuan Anggota DPRD Kab Garut 2019-2024” Komunikasi Politik bukan hanya bersifat pengayaan melainkan memiliki tujuan untuk mendukung atau memberikan suara. Perempuan juga termasuk menjadi bagian dari kegiatan politik, namun sayangnya keterwakilan dan suara perempuan belum didengar serta tersampaikan secara baik. Hal ini terjadi karena stigma umum bahwa perempuan tidak mampu berpolitik dan mengikuti kancah arena politik. Perempuan dalam kancah politik memang tidak gampang karena budaya patriarki yang masih mendominasi sehingga komunikasi pun masih kerap menjadi kendala dan adanya penutupan akses kaum perempuan untuk lebih banyak berkiprah dalam bidang politik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Susilo & Nisa, 2019) yang berjudul “Strategi Komunikasi Politisi Perempuan”, Perempuan mempunyai suara sebagai pemilih dan merupakan mayoritas penduduk Indonesia. Perempuan tidak hanya mempunyai suara sebagai pemilih, namun mereka juga dapat berpartisipasi dalam dunia politik dengan menjadi politisi. Strategi komunikasi yang dilakukan politisi masih bertujuan untuk menegaskan stereotip yang ada. Perempuan berkomunikasi dengan lebih penuh kepedulian, memosisikan dirinya sebagai “ibu” dan berkomunikasi dengan kelembutan baik secara verbal maupun non-verbal. Partai politik sendiri diharapkan dapat memberikan lebih banyak ruang dan peluang bagi perempuan dalam rekrutmen politik. Hal ini karena partai politik kini lebih cenderung mencalonkan perempuan sebagai calon anggota parlemen hanya untuk memenuhi kuota.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (El-Haddad, 2013) yang berjudul “Komunikasi Politik di Era Media Sosial”, Perkembangan teknologi telah merambah pada kehidupan manusia. Salah satu bentuk contohnya adalah dengan adanya media sosial. Pengaruh

perkembangan teknologi juga dapat dirasakan pada dunia politik. Para aktor politik jika di satu sisi memiliki keberhasilan memanfaatkan media sosial dapat memungkinkan mendapatkan dukungan positif. Namun jika disisi lain memiliki kegagalan dalam memanfaatkan media sosial akan sangat berisiko merusak citra yang dimiliki. Komunikasi yang baik dalam media sosial memang harus berbentuk dua arah. Di dalam penyampaian komunikasi dua arah tetap diperhatikan bahasa serta rangkaian kata yang akan digunakan. Lewat beberapa susunan kalimat atau ketikan saja sudah bisa menggambarkan karakter sang tokoh politik serta dapat membawa pandangan atau citra bagi *audience*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Alam, 2021) yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik”, Media sosial tidak hanya memberikan informasi secara cepat, namun juga efektif dan akurat. Kemampuan media sosial untuk mempengaruhi opini publik. Oleh karena itu, partai politik atau aktor politik harus bisa memanfaatkan media sosial dan memanfaatkannya sebagai ruang komunikasi untuk mengoptimalkan komunikasi di berbagai sektor. Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi khalayak hanya dengan mengunggah konten seperti: video, foto dan informasi grafis, dan juga penonton dapat bereaksi terhadap konten atau menerima umpan balik. Selain itu, media sosial bisa sangat berguna dalam proses komunikasi politik. dari dua arah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayati, 2021) yang berjudul “Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial”, Media sosial memungkinkan kita dapat terhubung tanpa ada Batasan ruang dan waktu. Media sosial membawa perubahan dalam berbagai aspek, salah satunya kebiasaan berkomunikasi dan berinteraksi masyarakat saat ini. Di bidang politik, media sosial memberikan peluang bagi pemimpin politik untuk melakukan komunikasi seperti penggunaan media sosial untuk kampanye guna menunjukkan adanya tren peningkatan popularitas dalam membangun branding. Para pemimpin politik mengoptimalkan media sosial miliknya untuk melakukan komunikasi. Adapun yang harus di

miliki oleh seorang pemimpin politik dalam penggunaan media sosial adalah memiliki *engagement* dengan pengikutnya guna untuk meraih popularitas dan memperoleh dukungan dari *followers* mereka. Brand, *image* ataupun kredibilitas telah terbukti berperan dalam menjelaskan efek dukungan pemimpin politik di media sosial. Hal ini dapat memberikan manfaat untuk menyerap aspirasi dari masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (El Adawiyah et al., 2019) yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Perempuan Dalam Meraih Kepemimpinan Daerah”, Salah satu cara untuk mencapai kebijakan yang lebih adil pada kalangan gender adalah dengan menunjuk perempuan sebagai pemimpin daerah. Banyak faktor memengaruhi upaya perempuan untuk menjadi pemimpin. Komunikasi politik perempuan pemimpin daerah telah memengaruhi peta politik. Kebanyakan pemimpin perempuan menggunakan saluran komunikasi atau media untuk pendekatan komunikasi, baik secara langsung secara pribadi atau melalui media perantara seperti media sosial digital yang tersedia saat ini. Pemimpin perempuan tersebut mungkin memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan diri dan meningkatkan popularitasnya. Tiga tahap terdiri dari strategi komunikasi politik perempuan untuk meraih kepemimpinan: membangun jejaring, pengemasan pesan, dan penentuan media.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Masitoh, 2017) yang berjudul “Gerakan Dan Representasi Politik Perempuan Di Kota Tasikmalaya”, Perempuan dianggap memiliki peran yang lemah sehingga berdampak pada diskriminasi dalam berbagai aspek kehidupan. Representasi politik biasanya berkonotasi dengan Lembaga politik misalnya parlemen meskipun terdapat afirmasi action melalui upaya kuota 30% perempuan, tetapi di Tasikmalaya kondisi tersebut belum terasa signifikan. Masyarakat Tasikmalaya masih percaya terhadap budaya politik yang dimana belum percaya sepenuhnya terhadap kemampuan dan keinginan perempuan dalam berpolitik. Meskipun keinginan dan kemampuan perempuan dalam politik telah terpenuhi tetapi tetap saja tidak berarti apa-apa jika tidak ada dukungan dari masyarakat.

Masyarakat Tasikmalaya sebagaimana masyarakat pada umumnya di Indonesia yang dikuasai oleh nalar dan budaya patriarki. Dimana perempuan selalu dipandang sebelah mata dan dianggap tidak pantas bergelut dengan dunia politik. Dengan demikian, diharapkan para perempuan memaksimalkan dalam mengkoordinir gerakan perempuan serta mampu menggerakkan organisasi perempuan di Kota Tasikmalaya untuk bangkit dan lebih menjejahterakan perempuan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Darmansyah & Sartika, 2021) yang berjudul “Representasi Perempuan dalam Politik (Studi Pemilihan Legislatif Kota Dumai 2019-2024)”, Perempuan membutuhkan keterwakilan pada Lembaga legislatif. Karena diragukan oleh banyak orang yang menilai bahwa perempuan tidak mampu mengurus politik dan negara sehingga rendahnya jumlah perempuan yang terlibat dalam dunia politik terutama dalam parlemen. Keterwakilan perempuan di dalam daftar caleg sementara Kota Dumai mencapai 38,7%. Hasil pemilihan legislatif pada 17 April 2019 lalu tidak menghasilkan penguatan posisi perempuan di ranah politik jumlah perempuan yang menduduki kursi DPRD Kota Dumai dan tidak memenuhi kuota perempuan. Hasil perolehan suara perempuan pada Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Kota Dumai menurun signifikan. Hanya 3 yang berhasil lolos menduduki kursi DPRD Kota Dumai dan tidak ada satu pun Calon Legislatif perempuan yang berhasil lolos. Hal ini dapat dilihat kurangnya dukungan dan kepercayaan untuk para politisi perempuan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kollo, 2017) yang berjudul “Budaya Patriarki dan Partisipasi Perempuan dalam Bidang Politik”, Budaya patriarki masih melekat dalam kehidupan masyarakat. Tradisi budaya tersebut selalu mengutamakan atau memosisikan kaum laki-laki paling atas dibandingkan kaum perempuan. Berbagai penelitian juga menemukan bahwa rendahnya partisipasi perempuan dalam berpolitik. Perempuan kurang percaya diri untuk ikut berpartisipasi dalam bidang politik karena adanya budaya patriarki yang

masih melekat dalam kehidupan masyarakat. Dalam budaya patriarki lebih mengutamakan kaum laki-laki dibandingkan kaum perempuan. Oleh karena itu, para perempuan merasa didiskriminasi dan kurang dipercaya untuk maju ke panggung politik. Selain itu, ada berbagai hambatan yang mengenai partisipasi perempuan dalam politik, baik eksternal maupun internal. Partisipasi perempuan dalam bidang politik harus didukung agar mampu mengimplementasikan kemampuan yang dimiliki perempuan dalam bidang politik. Hal ini, diharapkan agar selalu merangkul kaum perempuan karena perempuan pun juga harus memperoleh kesempatan untuk menduduki posisi strategis dalam dunia politik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Setiyani, 2022) yang berjudul “Branding Politik Caleg Perempuan dari Partai Islam: Studi Kasus Lilis Nurlia dan Eka Widayani Latief di Kota Bekasi”, Calon anggota legislatif perempuan Partai Islam di Kota Bekasi adalah Lilis Nurlia dan Eka Widayani Latief. Lilis Nurlia menggunakan tim sukses sementara Eka Widya tidak menggunakan tim sukses dalam menghadapi pemilu 2019. Lilis melakukan branding nya melalui media tatap muka dan media sosial serta membawa nama partai pada setiap kesempatannya. Tak hanya itu Lilis juga menyebarkan visi misi, *tagline*, dan program melalui arisan melalui tabloid, spanduk, Facebook, Instagram dan WhatsApp. Berbeda dengan Eka Widya yang menyebarkan visi misi, *tagline* dan program melalui rumah warga dan grup alumni. Media yang menjadi unggulan Lilis Nurlia yaitu tabloid, sementara Eka Widya adalah silaturahmi. Tak hanya itu yang menjadi pembeda, Lilis menggunakan pendekatan kelompok, sedangkan Eka menggunakan pendekatan hubungan sosial. Meskipun demikian, Lilis dan Eka memiliki persamaan yaitu *branding politik* yang dijalankan adalah *branding politik Kaprefer* yang dimana mereka identik dengan PKS.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Arindita & Hartanto, 2018) yang berjudul “Political Marketing Politisi Perempuan Di Media Sosial (Analisis Retorika Publik Pada Akun Instagram @puti_soekarno)”, Para politisi sekarang sering menggunakan media sosial untuk

kampanye mereka untuk meraih simpati dari calon konstituen mereka. Dengan menggunakan media sosial, seorang politisi dapat menyapa konstituennya tanpa mempertimbangkan jarak. Salah satu contohnya adalah Puti Soekarno. Puti Soekarno maju sebagai calon wakil gubernur Jawa Timur pada Pilkada serentak 2018. Putri sering mengupdate kegiatan kampanyenya melalui media sosial. Political marketing yang digunakan Ida dalam kampanyenya sangat terlihat nyata, terutama ketika ia menggunakan media sosial untuk mendukung kampanyenya. Dari foto yang telah di unggah Puti pada akun Instagram nya paling banyak yang mendapat *like* adalah foto yang Bersama dengan tiga tokoh politik perempuan diantaranya Tri Rismaharini, Susi Pudjiastuti dan Megawati Soekarno Putri. Bisa ditarik kesimpulan bahwa dianggap sebagai bentuk dukungan para politisi terhadap puti.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Saybila, 2017) yang berjudul “Strategi Kemenangan Dan Kepemimpinan Perempuan Kepala Daerah (Studi Kasus Winarti Bupati Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung Pada Pilkada 2017”, Ibu Winarti, S.E., M.H, merupakan bupati perempuan pertama di Kab. Tulang Bawang. Karir politik beliau dimulai dari kader ranting PDIP. Ibu Winarti mendapatkan voting paling banyak yaitu 47.5% yang mana hal ini menjadi menarik sebab Incumbent dengan didukung Nasdem, PKS, Gerindra dapat terkalahkan oleh Ibu Winarti seharusnya posisi Incumbent lah yang memiliki peluang besar agar dapat terpilih Kembali, namun Incumbent Ibu Winarti dianggap lemah dan tidak maksimal. Produk politik yang dibawa oleh Ibu Winarti adalah suatu bagian yang sangat kompleks. Karena di dalamnya berisi platform kandidat yang mendukung, dan latar belakang kandidat yang sangat baik. Rancangan produk politik Ibu Winarti yang jelas, transparan dan terperinci menjadi salah satu alasan pendukung berkomitmen terhadap pilihannya kepada Ibu Winarti untuk Pilkada 2017. Secara garis besar produk yang dibawa Ibu Winarti dalam mengikuti persaingan di Pilkada Tulang Bawang 2017 sudah sangat membantu dalam memperoleh suara yang cukup signifikan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pemilih yang

mendukung Ibu Winarti sebagai Bupati Tulang Bawang. Pola Kepemimpinan Ibu Winarti selama menjadi Bupati Tulang Bawang lebih cenderung karismatik, di mana Ibu Winarti memiliki kemampuan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan menginspirasi orang-orang di sekitarnya dengan karakteristik kepribadian dan karisma yang kuat.

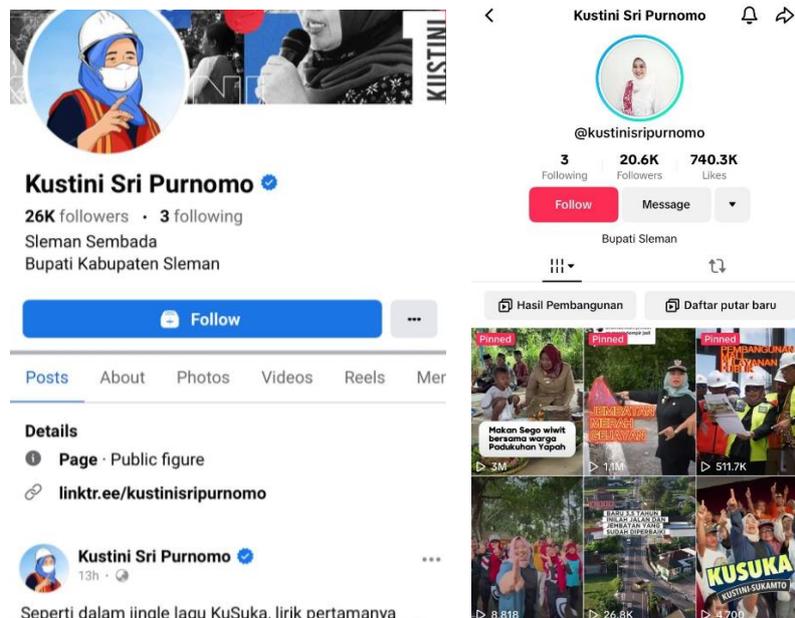
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Priadji & Rusadi, 2023) yang berjudul “Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik”, Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memudahkan interaksi antar individu dan kelompok. Berita dan pesan tidak sepenuhnya dikontrol oleh negara, namun mengalir bebas ke masyarakat. Media sosial, dengan kekuatannya untuk menyebarkan informasi, merupakan sarana untuk mempengaruhi, memotivasi, dan mendorong penerbit berita untuk mengambil tindakan yang diinginkan. Berkat media sosial, komunikasi politik tidak lagi bersifat satu arah dan linier, namun menjadi interaktif secara terbuka di dunia maya. Komunikasi virtual ini seolah menjadi contoh kekuatan media sosial sebagai media baru. Keputusan untuk menggunakan media sosial untuk membangun jaringan komunikasi politik yang kuat merupakan langkah yang tepat untuk menggalang dukungan. Jaringan komunikasi politik adalah pola sistematis yang mengatur hubungan antar individu dan kelompok dalam pertukaran informasi politik. Implikasi penelitian media sosial ini adalah penggunaan media sosial harus mematuhi regulasi pemerintah. Tidak hanya itu, terdapat Implikasi lain adalah upaya menggunakan media sosial untuk membangun jaringan komunikasi politik dengan menyebarkan pesan penguatan kelompok.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Siagian, 2015) yang berjudul “Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik”, Saluran komunikasi merupakan salah satu bagian yang amat penting dalam konteks komunikasi politik. Dalam komunikasi massa terdapat media sosial yang dapat dijadikan sebagai penghubung antara komunikator politik dengan khalayak.

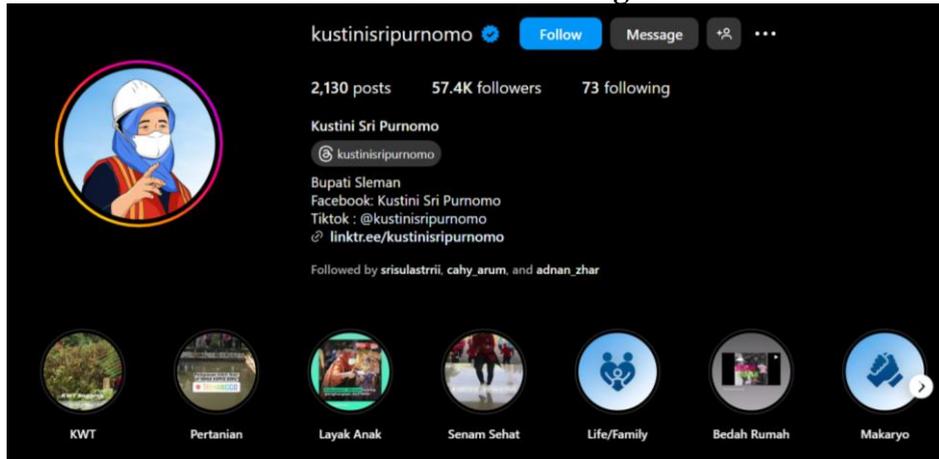
Pengelolaan opini publik yang baik, memiliki peran dalam memenangi satu pertarungan untuk memperoleh pengaruh dari kalangan masyarakat. Bagi kekuatan politik yang akan ikut bertarung dalam pemilihan umum, seperti dalam pemilihan presiden, kepala daerah dan anggota legislatif, penting untuk memanfaatkan media sosial secara efisien dan efektif untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya.

Umpan balik khalayak dapat mendekatkan komunikator politik dengan masyarakat. Selain itu, masyarakat mulai menggunakan media sosial, bahkan di pedesaan, akhir-akhir ini. Jadi, komunikator politik dapat membuat pesan politik mudah dipahami khalayak dengan informasi yang baik. Pada akhirnya, dengan menyampaikan pesan politik dengan benar dan dengan cara yang efektif, komunikator politik dapat menarik simpati masyarakat sehingga mereka dapat menerima maksud komunikator politik. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Muzahid Akbar Hayat et al., 2021) yang berjudul “Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik”, Perkembangan TIK telah mendorong lahirnya komunikasi media baru.

Gambar 1. 1. Akun Facebook & TikTok



Gambar 1. 2. Akun Instagram



Peneliti mengambil untuk mngekaji akun media sosial instagram dikarenakan untuk studi kasus yang diambil oleh peneliti memiliki pengikut terbanyak pada *platform* Instagram. Seperti pada gambar di atas, pengikut akun di Instagram sebanyak 57,4 ribu, sedangkan *Facebook* sebanyak 26 ribu dan TikTok sebanyak 20 ribu pengikut. Perbandingan pengikut yang ada juga menggambarkan bahwa banyak yang lebih mengetahui Ibu Kustini Sri Purnomo pada *platform* Instagram.

Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya terbatas pada percakapan sehari-hari, namun juga merambah pada komunikasi politik. Karena sifat media sosial yang interaktif dan fleksibel, kini banyak digunakan untuk komunikasi politik baik oleh masyarakat, politisi, maupun partai politik. Media sosial kini telah menjadi alat terpenting untuk kampanye dan komunikasi politik. Namun para politisi harus bijak dalam menggunakan media sosial untuk komunikasi politik, karena ada beberapa kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan media komunikasi ini khususnya bagi khalayak. Berkomunikasi melalui kombinasi media tradisional dan sosial mungkin merupakan solusi terbaik untuk tetap terlibat dan berkomunikasi dengan audiens.

F. Kerangka Teori

1. Teori Komunikasi Politik

Komunikasi menjadi aktivitas yang selalu dilakukan oleh manusia sejak dia terbangun dari tidurnya. Manusia tidak bisa lepas dari komunikasi, melalui kata-kata yang diucapkan atau dituliskan. Komunikasi berasal dari bahasa latin, *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Kata sifat dari *com-munication* adalah *communis*, yang berarti Bersama-sama atau umum. (sokowati, 2020).

Teori Komunikasi adalah satu pandangan dan strategi yang akan membentuk alat dan rangka kerja untuk sesuatu perkara yang hendak dilaksanakan. Terdapat dua aspek utama yang dilihat secara tidak langsung dalam bidang ini sebagai bidang kajian baru. Aspek pertama adalah pengembangan cara pandang atau kreasi tertentu, seperti teknologi komunikasi, industri, dan politik global. Teknologi komunikasi, misalnya radio, televisi, telepon, satelit, dan jaringan komputer, telah melahirkan gagasan mengenai dampak perkembangan teknologi komunikasi terhadap individu, masyarakat, dan penduduk suatu negara. Aspek kedua berasal dari sudut pandang penelitian mahasiswa yang tertarik mempelajari bidang-bidang yang berkaitan dengan komunikasi seperti bidang psikologi sosial yang mempelajari penggunaan teknologi baru tentang efek tayangan animasi pada anak-anak, propaganda dan dinamika kelompok. (wikipedia, 2024)

Littlejohn (1922) mendefinisikan teori adalah setiap upaya untuk menjelaskan fenomena atau dengan perkataan lain konseptualisasi seseorang terhadap serangkaian kejadian. Konseptualisasi atau pembentukan teori melalui tahapan observasi membuat hipotesis dan revisi. Definisi komunikasi itu sendiri memiliki beberapa versi, salah satunya menurut para ahli yaitu Hovland adalah suatu proses dimana seseorang menyampaikan lambang-lambang dalam bentuk kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain. Dalam bahasa lainnya komunikasi

adalah proses menyampaikan pesan atau sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun melalui saluran/media dalam mempengaruhi perilakunya. Menurut (Muri Endah Sokowati, 2020) dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa Komunikasi melibatkan berbagai elemen-elemen, diantaranya:

1) Sumber/Komunikator

Yang dimaksud komunikator adalah pihak yang mengirimkan pesan atau pembuat pesan. Dalam komunikasi pihak pembuat pesan tidak hanya berjumlah satu orang melainkan bisa lebih dari satu atau berupa tim. Komunikator menyampaikan pesan dengan tujuan tertentu.

2) Pesan

Pesan adalah sesuatu Informasi yang dimuat atau yang akan disampaikan kepada komunikan baik secara langsung maupun melalui media massa. Pesan menjadi factor penting yang menentukan apakah tujuan komunikasi pengirim akan tercapai atau tidak. Komunikator akan membuat strategi pesan tertentu agar tujuannya tercapai. Misal pesan dibuat disesuaikan dengan penerimanya, baik secara langsung maupun melalui media tertentu.

3) Media

Saluran atau media merupakan sarana yang digunakan untuk penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Penggunaan saluran juga menentukan keberhasilan sebuah pesan yang disampaikan. Contohnya buku, televisi, Facebook, Instagram, Youtube dan masih banyak lagi.

4) Komunikan

Seseorang yang dimana menjadi target utama dalam penyampaian informasi atau dalam kata lain merupakan pihak penerima pesan. Jika penerima pesan jumlahnya besar disebut sebagai khalayak atau audiens.

5) *Feedback*

Berisi respons atau tanggapan yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator setelah penyampaian informasi terjadi. Penerima yang menjadi pihak keberhasilan pesan yang disampaikan, apakah tujuan komunikasi sudah tercapai atau belum. Jika Komunikator mengirimkan pesan dengan tujuan menerangkan sesuatu maka repon komunikan akan menunjukkan apakah telah memahami informasi yang disampaikan atau tidak.

Sedangkan Komunikasi politik adalah suatu proses dimana melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan serta aktivitas politik dalam sistem politik menggunakan media sosial guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Menurut (Shahreza, 2016) Komunikasi politik juga memiliki unsur-unsur atau elemen-elemen diantaranya :

1) Komunikator

Komunikator politik adalah orang yang berada di dalam suatu institusi, partai politik atau Lembaga-lembaga pengelola media massa yang dapat memberikan informasi terkait hal-hal politik untuk mempengaruhi khalayak baik verbal maupun nonverbal. Meski semua orang bisa berkomunikasi tentang politik, namun mereka yang rutin dan konsisten melakukannya relatif sedikit. Komunikasi politik ini dilihat dalam dua dimensi, yaitu komunikasi politik sebagai aktivitas politik dan sebagai aktivitas ilmiah. Komunikasi sebagai aktivitas politik merupakan penyampaian pesan politik yang dilakukan aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan tersebut bersifat empiris karena dilakukan

dalam kehidupan nyata, dalam kehidupan bermasyarakat. Pada saat yang sama, komunikasi politik dianggap sebagai kegiatan ilmiah. Komunikasi politik merupakan salah satu aktivitas politik dari sistem politik (Winda Kustiawan et al., 2022).

Ada sejumlah elemen yang menentukan seberapa baik komunikator politik berfungsi (Susanto, 2013):

a. Kredibilitas

Komunikator politiknya dipandang sejauh mana keahlian dan dapat dipercaya dari pesan yang disampaikan. Keahlian disini diartikan sebagai tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh para komunikator politik terhadap pesan yang akan disampaikan.

b. Daya Tarik

Setiap komunikator politik pasti mempunyai daya Tarik tersendiri untuk menarik perhatian masyarakat. Ketertarikan tersebut dapat berasal dari penampilan fisik, gaya berbicara, kepribadian, penampilan, pemikiran, kemampuan komunikasi dan perilaku. Secara umum, memiliki daya tarik yang unik akan lebih efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat.

c. Kesamaan

Kesamaan yang dimaksud di sini adalah komunikator politik yang akrab dengan masyarakat karena mempunyai kesamaan dalam hal kebutuhan, harapan dan perasaan. Hingga akhirnya audience memandang para komunikator sebagai orang yang menyenangkan dengan vibes positif.

d. Power

Power biasanya diartikan sebagai kekuatan, dalam hal ini komunikator politik harus memiliki power. Karena pesan yang disampaikan akan lebih efektif jika komunikator mempunyai power daripada tidak mempunyai power. Power ini juga tidak mengacu pada bentuk fisiknya, namun penyampaian pesannya.

2) Pesan Politik

Pesan politik adalah sebuah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis atau tidak tertulis yang isinya mengandung politik. Dibalik pesan ada niat dari sang pengirim pesan, jadi komunikasi adalah bagaimana keberhasilan pengirim pesan untuk menyampaikan, memahami atau mempengaruhi sang penerima pesan. Lambang-lambang yang digunakan oleh komunikator untuk mengkonkritkan motif-nya harus ditentukan dengan melakukan pemilihan lambang (simbol) yang tepat dan relevan sesuai konteks. Lambang-lambang sering disebutkan dengan istilah bahasa. Selanjutnya pesan adalah output dari gagasan komunikator yang mempunyai unsur-unsur pembentuk sesuatu makna yang akan dipahami atau diterima oleh komunikan. Unsur-unsur pesan tersebut adalah: Isi, Struktur, Format pesan. Dengan mengelola pesan dengan baik akan sangat efektif, yaitu bagaimana pesan komunikator dapat sampai dan juga difahami oleh komunikan (Shahreza, 2016):

a. Isi Pesan

Isi pesan adalah isi (materi) yang ingin disampaikan. Pesan materi dalam hal ini memuat tema-tema politik mulai dari

kekuasaan, pengaruh, politik dan lain-lain. Isi pesan harus disajikan sedemikian rupa sehingga merangsang komunikator agar bereaksi sesuai dengan yang diharapkan..

b. Struktur Pesan

Struktur pesan merupakan suatu pengaturan agar pesan menjadi lebih efektif dan efisien. Struktur yang baik akan meningkatkan efisiensi. Misalnya saja penyajiannya yang sistematis sehingga memudahkan pembaca atau pendengar untuk memahaminya. Struktur pesan adalah susunan gagasan-gagasan pokok yang digabungkan sehingga membentuk suatu kesatuan pesan. Untuk merancang struktur pesan, perhatian harus diberikan pada sikap khalayak sasaran terhadap pesan dan maksud komunikator.

c. Format (Bentuk Pesan)

Pesan dapat dirancang dan dikemas sesuai kondisi dan situasi yang sesuai agar penyampaian pesan akan tepat dan efektif dan efisien. Format pesan adalah pemilihan bentuk pesan (bahasa, lambang, cara) yang berfungsi mengkonkritkan motif (tujuan) komunikasi. Format pesan juga tergantung bentuk komunikasi (saluran) yang digunakan.

3) Media

Media politik adalah alat yang digunakan komunikator politik dalam penyampaian pesan politiknya. Dalam komunikasi politik media massa digunakan untuk upaya publikasi, penyebaran iklan politik, propaganda, dan

agitasi politik. Media massa akan menjangkau khalayak secara cepat, heterogen dan searah (linear). Misalnya media cetak, yaitu surat kabar, tabloid, majalah, buku. Media elektronik dalam bentuk film, radio, televisi, video berbentuk DVD. Namun, penggunaan media massa untuk iklan politik sejak era Reformasi sangat sering digunakan.

4) Komunikasikan

Komunikasikan politik adalah sasaran atau target komunikator yang diharapkan dapat menarik perhatian dari apa yang disampaikan oleh komunikator

5) Respons/Feedback

Feedback yang diharapkan adalah dengan adanya pemahaman atau sebuah dukungan dari para komunikan politik terhadap komunikator atas apa yang sudah dijelaskan sebagai informasi

Menurut (Nur Sofyan, n.d.) Teori Komunikasi politik yang populer dapat dikelompokkan menjadi berikut:

I. Teori Khalayak Kepala Batu (Obstinate Audience)

Teori Khalayak Kepala Batu ini dikembangkan oleh para psikolog yang mempunyai kemampuan menyeleksi segala sesuatu yang datang dari luar.. Fokus penelitian teori ini adalah komunikasi (khalayak). Mereka memiliki hak untuk memilih informasi yang diperlukan dan tidak diperlukan. Seleksi informasi dilakukan berdasarkan perbedaan individu, persepsi dan latar belakang sosial budaya. Dengan pengamatan tersebut, individu menjadi sadar bahwa ada pesan yang datang dari luar dirinya. Namun, tidak semua pengamatan patut dikhawatirkan, karena bisa digantikan

oleh pendapat lain. Oleh karena itu diperlukan pengamatan yang terfokus, yang disebut perhatian.

Setiap individu akan menyaring dan mengolah secara internal apa yang datang dari luar sebagai bentuk pengolahan psikologis dasar. Teori Persistent Audience ini sangat penting sebagai kerangka acuan dalam komunikasi politik di negara demokrasi ini. Oleh karena itu, di negara-negara demokratis, kegiatan kehumasan harus ditingkatkan dan dikembangkan..

II. Teori Empati dan Homofili

Empati adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Individu harus memiliki kepribadian seperti mobil yang dimana kepribadian mudah bergerak dan menyesuaikan diri dengan situasi kondisi orang lain. Sedangkan, Homofili berasal dari bahasa Yunani yaitu *homonios* yang berarti kan sama. Maksudnya, homofili dapat diartikan sebagai komunikasi dengan orang yang derajatnya sama dan dianggap memiliki beberapa kesamaan. Empati dan Homofili akan menciptakan semua yang akrab dan intim sehingga komunikasi politik dapat berjalan secara internasional. Dalam hal itu komunikasi politik yang bersifat dialogis tidak dikembangkan.

III. Teori Informasi dan Nonverbal

Dalam teori informasi B. Aubrey Fisher, informasi diartikan sebagai sekelompok peristiwa yang mempunyai fungsi dan tujuan untuk menghilangkan ketidakpastian. Karena informasi diartikan bukan sebagai pesan, tetapi sebagai kuantitas, objek, atau energi, informasi dapat disebut sebagai konsep absolut dan konsep relatif.

Dapat dikatakan informasi dalam teori informasi ini pada hakikatnya adalah komunikasi politik yang bersifat nonverbal (tidak terucapkan). Komunikasi nonverbal menurut Mark L. Knapp dalam Jurnal yang ditulis (Nur Sofyan, n.d.) adalah:

- a) Repetisi yang berarti mengulang kembali gagasan yang sudah disampaikan secara verbal. Misalnya memuji sambil memberikan kode jempol.
- b) Substitusi yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya menolak ucapan dengan cukup menggelengkan kepala.
- c) Kontradiksi yaitu memberi makna lain terhadap pesan verbal. Contoh bersalaman tetapi tidak melihat ke tempat lain.
- d) Komplemen yaitu melengkapi atau memperkaya pesan verbal. Misalnya bersorak sambil meloncat.
- e) Aksentuasi yaitu menegaskan kesan verbal. Misalnya menegaskan tekad dengan mengepalkan tangan.

IV. Teori *Spiral of Silence*

Spiral keheningan adalah sebuah teori media yang lebih memberikan perhatian pada pandangan mayoritas dan menekan pandangan minoritas. Mereka yang berada di pihak minoritas cenderung kurang tegas dalam mengemukakan pandangannya. Sebab, sering kali seseorang yang berada dalam kelompok minoritas merasa perlu menyembunyikan "sesuatu"/pendapatnya ketika berada dalam kelompok mayoritas. Sebaliknya, orang-orang yang berpihak pada mayoritas akan merasa yakin akan dampak dari pandangan mereka dan akan terdorong untuk membagikannya kepada orang lain. Jadi hal ini bermula dari asumsi bahwa individu akan takut akan isolasi sosial. Ketakutan ini bisa muncul jika pandangan seseorang berbeda atau bahkan tidak sejalan dengan pandangan mayoritas masyarakat. Individu yang pandangannya berbeda dengan mayoritas masyarakat sering kali berdiam diri karena takut akan

kemungkinan dikucilkan. Dari sudut pandang sosiologi, teori *Spiral of Silence* berpendapat bahwa ketakutan individu terhadap isolasi hanya berlaku pada mereka yang berpendidikan rendah, miskin, tidak rasional, dan tidak mempunyai kebebasan mengemukakan pendapat secara bertanggung jawab.

Teori ini dikemukakan oleh ilmuwan politik Jerman Elisabeth Noel-Neumann dalam bukunya yang berjudul "*The Spiral of Silence*". Adapun unsur yang membangun Spiral Keheningan yaitu:

a) Media Massa

Media massa berfungsi penyebaran opini publik yang menghasilkan opini atau pandangan dominan. Meskipun individu yang mengutarakan pendapatnya akan bergantung pada opini yang berlaku, media pada gilirannya cenderung memberitakan pendapat yang diungkapkan, sehingga spiral keheningan terus berlanjut. *Noel-Moyman* menjelaskan, media tidak memberikan penjelasan yang luas dan seimbang terhadap suatu peristiwa, sehingga masyarakat memiliki pandangan yang terbatas dan sempit terhadap realitas.

b) Komunikasi antar pribadi dan jalinan interaksi sosial

c) Pernyataan individu tentang suatu hal

d) Persepsi orang lain atau kecenderungan pendapat tentang suatu persoalan yang dilontarkan

Media massa memiliki peran yang luar biasa yang kaitannya dengan opini public karena sifat yang terkandung di dalam nya:

a) Media mampu menjangkau lebih banyak orang dan wilayah geografis yang lebih luas. Misalnya media teknologi internet.

b) Format dan isi media selalu berhubungan dengan publik. Posisi media sering menjadi ruang publik. Misalnya blogger di dunia maya

- c) Media sebagai juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap suatu peristiwa yang menjadi opini publik. Media bisa menjadi jaringan interaktif yang menghubungkan komunikator dengan khalayak beserta feedbacknya. Misalnya isu dialog interaktif lewat sebuah komunitas, chatting, dan soal terorisme.

2. Teori Representasi Perempuan dalam Politik

Representasi mengacu pada segala bentuk media, khususnya mengacu pada media massa. Representasi dimaknai sebagai dunia yang terstruktur secara sosial dan dihadirkan dalam suatu makna. Dengan demikian, representasi diartikan sebagai proses memaknai sekaligus sebagai produk representasi itu sendiri. Sedangkan jika dikaitkan dengan perempuan dan politik maka Representasi adalah bentuk hadirnya perempuan di dalam dunia politik yang dapat dilihat dari sisi kuantitas maupun sisi kualitasnya.

Menurut (Cahyadi R, 2018) Keterlibatan perempuan dalam politik bukan bertujuan untuk menggulingkan, merendahkan, atau merampas kekuasaan laki-laki, melainkan agar perempuan menjadi mitra setara dengan laki-laki. Dalam hal ini, bukan berarti perempuan memegang kekuasaan politik demi kepemimpinan secara keseluruhan, namun mereka diberi peran agar perempuan juga mempunyai hak untuk berpartisipasi dalam dunia politik. Terkait keterwakilan perempuan dalam politik, ada beberapa faktor yang menjadikan pencapaian kuota 30 persen keterwakilan perempuan dalam politik menjadi penting. Perbedaan gender tidak muncul dalam dunia politik karena faktor biologis menjamin kemampuan untuk berfungsi dan berperan sebagai subjek politik. Kedudukan perempuan dan laki-laki harus setara, hubungan harus seimbang dan setara.

Oleh karena itu, tidak ada perbedaan antara keduanya perempuan dan laki-laki atau yang biasa disebut dengan kesetaraan gender. Pentingnya peran perempuan di

ranah politik yaitu sebagai perwujudan dari representasi perempuan. Figur perempuan perlu dikedepankan dalam posisi pengambilan keputusan, sehingga keputusan yang dihasilkan dapat mengakomodir kepentingan perempuan dan sebagai representasi perempuan untuk mengurangi masalah yang ada. Maka demikian, diperlukan kesadaran dari perempuan sebagai interpretasi dari dalam diri untuk memasuki dunia politik.

G. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah konsep yang digunakan dalam penelitian untuk menentukan ruang lingkup masalah yang akan dijadikan variabel. Konsep ini akan menjadi pedoman dalam operasional di lapangan, memudahkan pemahaman dan penerapan teori yang digunakan. Selanjutnya, beberapa definisi konseptual akan didefinisikan mengenai apa yang diperlukan, diantaranya:

1. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan sebuah kegiatan penyampaian pesan yang secara sengaja disusun baik dalam bentuk kata-kata yang tertulis maupun tidak tertulis, lambang serta isyarat yang berisikan pesan-pesan politik dari komunikator politik kepada orang lain dengan tujuan untuk menarik perhatian, mencari dukungan, membuka wawasan umum, memperluas kekuasaan, membangun citra publik, mendorong partisipasi politik, dan mempertahankan kekuasaan.

2. Representasi Perempuan dalam Politik

Representasi perempuan dalam politik adalah bentuk hadirnya perempuan di dalam dunia politik yang dapat dilihat dari sisi kuantitas maupun sisi kualitas nya.

H. Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Parameter
Komunikasi Politik	Komunikator	Sri Kustini Purnomo dan Tim
	Pesan	1. Isi pesan 2. Struktur pesan 3. Bentuk Pesan
	Media	Instagram @kustinisripurnomo
	Komunikan	Masyarakat umum khususnya yang mengakses akun Instagram Sri Kustini
	Respons/ <i>Feedback</i>	Komentar Pengikut

I. Metode Penelitian

Kata “metode” dan “metodologi” sering disamakan, padahal faktanya keduanya memiliki arti yang berbeda. Kata “metodologi” berasal dari bahasa Yunani yaitu “methodologia” yang berarti Teknik atau prosedur. Metodologi merujuk kepada alur pemikiran umum atau menyeluruh dan gagasan teoritis suatu penelitian. Sedangkan kata “metode” merujuk pada Teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Metode penelitian secara umum dimengerti sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap dimulai dari penentuan jenis penelitian, jenis data, pengumpulan data dan menganalisis data, sehingga diperoleh suatu pemahaman atas masalah yang diangkat sebagai penelitian.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif (Alejos, 2017) merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data umumnya berupa narasi yang bersumber dari wawancara, pengamatan, dan pengalihan dokumen. Dalam penelitian ini menjelaskan dengan jelas mengenai komunikasi politik politisi perempuan dalam membangun *political*

branding di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penjelasan dalam bentuk narasi yang dimana menganalisis gambar dan tekstual dari setiap postingan Instagram milik Sri Kustini sebagai politisi perempuan yang membangun *political branding* terhadap dirinya sendiri.

2. Jenis Data

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh dari objek yang akan diteliti secara langsung saat berada di lapangan oleh peneliti. Sumber data primer didapatkan dari wawancara secara individu melalui narasumber untuk mendapatkan data sesuai dengan tema atau kasus yang diangkat. Pada penelitian ini sumber data nya diperoleh dari wawancara dari followers Instagram Sri Kustini yang lumayan sering muncul pada laman komentar. Sri Kustini lebih sering aktif pada media Instagram nya dibanding media lainnya sehingga difokuskan untuk media Instagram saja.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang sudah ada sebelumnya atau data yang diperoleh melalui media, situs web, dokumen-dokumen, buku dan lain-lain yang digunakan sebagai pelengkap kebutuhan data penelitian. Pada penelitian ini sumber data nya diperoleh dari Instagram milik Sri Kustini yang berupa postingan foto atau video melalui komponen visual maupun teks dan juga menggunakan data atau media online seperti tribun jogja, tribun online, dan hasil penelitian sebelumnya tentang *political branding*. Hal tersebut dilakukan untuk menggabungkan berbagai data dan sumber guna memperkuat penelitian atau biasa disebut sebagai triangulasi data.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam suatu penelitian untuk memperoleh informasi yang dijadikan sebagai data penelitian. Menurut (Raharjo M, 2008) pengumpulan data merupakan salah satu tahapan yang sangat penting, karena pada Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi. Oleh karena itu pada tahap ini tidak boleh salah dan harus dilakukan secara cermat. Penelitian kali ini menggunakan metode kualitatif dengan pencarian data didapatkan dari wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi untuk mengumpulkan informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau kasus yang diangkat dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau biasa disebut sebagai subjek penelitian. Wawancara adalah proses komunikasi dua arah antara narasumber dan peneliti dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan tema atau topik yang diangkat. Penelitian ini menggunakan narasumber dari *followers* atau netizen berjumlah tujuh orang yang mengikuti aktivitas Sri Kustini pada akun Instagram, dari tujuh orang tersebut yang berkomentar positif bahkan negatif pada postingan Sri Kustini, memiliki username @biaralbar, @reisyanda_susan, @shelviameilizazefin, @fickyadja6996, @disaratuu, @gadissmuda_, dan @suketijo_47. Hal ini dilakukan guna mempertahankan citranya sebagai Bupati.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara pencarian data seperti foto, video dan surat-surat penting. Selain itu, dokumentasi juga berperan dalam memberikan gambaran umum terkait kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan. mengamati setiap *story*/foto yang di unggah pada akun Instagram @kustinisripurnomo kemudian mencatat serta mengamati makna yang ditulis di setiap unggahan tersebut.

Misalnya seperti mengamati *caption* foto, *story*, dan video yang diunggah oleh Sri Kustini pada akun Instagram pribadi nya pada periode 2022-2024. Penelitian ini juga diambil dari melihat laman komentar dari setiap postingan.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses/Teknik yang membahas terkait proses-proses pengolahan dan pengambilan data serta semua informasi yang telah didapatkan selama melakukan penelitian guna memperoleh hasil dari penelitian tersebut. Menurut (Lexy J. Moleong, 2018) Teknik analisis data merupakan suatu kegiatan pemeriksaan terhadap instrumen penelitian seperti dokumen, catatan, dan rekaman di dalam suatu penelitian. Dalam Teknik analisis data Kualitatif menggunakan Teknik yang cenderung deskriptif untuk hasil analisisnya. Adapun tahap analisis data kualitatif adalah sebagai berikut :

a. **Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Reduksi data menurut (Sugiyono, 2015) adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan polanya. Data yang ditemukan akan membantu dan memberikan kemudahan peneliti dalam mengumpulkan serta mencari data yang dibutuhkan.

b. **Penyajian Data (*Data Display*)**

Penyajian data merupakan kegiatan menulis kumpulan data yang disusun secara sistematis, sehingga memberikan suatu kesimpulan. Bentuk penyajian data dapat berupa teks naratif, matriks, bagan atau grafik. Untuk menyajikan data tersebut maka data akan diorganisasikan dan mempunyai model hubungan sehingga mudah untuk dipahami.

c. **Penarikan kesimpulan (*Conclusion drawing*)**

Penarikan kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam teknik analisis data kualitatif, yang meliputi pemeriksaan hasil analisis itu sendiri dan penyajian data. Langkah ini dilakukan dengan tujuan untuk menemukan makna dari data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan untuk menarik kesimpulan sebagai jawaban atas semua permasalahan yang ada.