

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki pengalaman panjang dalam penyelenggaraan pemilu, baik yang diselenggarakan dalam rezim pemerintahan yang otoritarian ataupun demokratis. Pemilu pertama kali dilaksanakan tahun 1955 untuk memilih anggota DPR dan Konstituante. Pada Pemilu 1955 banyak pihak yang menilai Pemilu dapat diselenggarakan secara demokratis. Pemilu 1955 melahirkan tata politik yang kemudian dikenal dengan sebutan “periode demokrasi parlementer” atau “periode demokrasi liberal”. Indonesia selama 32 tahun (1966-1998) berada dalam periode pemerintahan “Orde Baru” dengan karakter dan watak rezim otoritarian yang mendominasi sistem politik dan pemerintahan. Pada masa ini, Indonesia menyelenggarakan 6 kali pemilu, yaitu tahun 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, dan 1997. Pelaksanaan pemilu tersebut tercatat penyelenggaraannya masih jauh dari nilai-nilai demokrasi. Hal ini dikarenakan adanya tindakan rekayasa, intimidasi, minimnya kontestasi, dan ketidaksetaraan di antara peserta pemilu menjadi sebagian dari karakter penyelenggaraan pemilu selama masa orde. (Ruslianto, 2020).

Pasca era orde baru, Indonesia masuk ke dalam era reformasi. Pada era ini, Indonesia telah berhasil menyelenggarakan pemilu dengan mengedepankan prinsip langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil, yang penyelenggarannya setiap lima tahun sekali secara berkala. Pemilu pertama di era reformasi, diselenggarakan pada tahun 1999 dan disusul dengan secara rutin setiap lima tahun, yaitu tahun 2004, 2009, 2014, dan terakhir tahun 2019. Pemilu 2019 pada prosesnya dilakukan serentak untuk memilih satu unsur pemerintahan eksekutif (Presiden dan Wakil Presiden) serta empat unsur legislatif, baik pusat maupun daerah seperti Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi dan Kabupaten/Kota. Hal ini tentunya menjadi

fenomena yang menarik untuk dilihat, selain karenauforia yang terjadi di masyarakat, tetapi juga menjadi contoh bagi bangsa lain bahwa Indonesia telah melaksanakan Pemilu dengan aman dan damai di tengah panasnya situasi politik yang terjadi. Pemilu menjadi perhatian banyak pihak, baik dari kalangan politisi, akademisi maupun dari kalangan masyarakat. Pihak-pihak tersebut mengikuti semua proses panjang yang telah dilakukan dalam pemilihan umum, mulai dari proses pencalonan, kampanye sampai pada pelaksanaan pemilihan.

Salah satu kategori pemilih yang memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan demokrasi adalah pemilih pemula. Pada umumnya, pemilih pemula menentukan pilihannya berdasarkan suara mayoritas dan tanpa mempertimbangkan visi jauh ke depan. Mereka belum memiliki kesadaran elektoral, belum mampu membebaskan diri dari intimidasi figur maupun pemikiran, belum memahami makna dan konsekuensi dari suara mereka, dan tidak memiliki daya tahan dari serangan politik transaksional. Undang-Undang Nomor 40 tahun 2009 tentang Kepemudaan dalam Pasal 1, didefinisikan mereka sebagai warga negara Indonesia dalam rentang usia 16 hingga 30 tahun. Pada perkembangannya, mereka disebut sebagai Generasi Z dan Generasi Milenial. Badan Pusat Statistik mendefinisikan Generasi Z sebagai penduduk Indonesia yang lahir dalam rentang tahun 1997-2012 dan Generasi Milenial adalah mereka yang lahir antara 1981 hingga 1996. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk 2020, diperoleh data bahwa dari 270,2 juta jiwa populasi Indonesia, sebanyak 53,81 persen merupakan gabungan dari kedua generasi tersebut, yang rinciannya sebanyak 27,94 persen Generasi Z dan 25,87 persen lainnya masuk kategori Generasi Milenial. (BPS, 2023)

Tipikal dari Generasi Z menuntut adanya internet nyaris di sepanjang kesehariannya. Ketergantungan mereka terhadap internet bahkan menyentuh angka 93,9 persen atau biasa disebut sebagai *mobile generation*. Generasi ini kehidupannya lebih banyak diwarnai dengan keceriaan (*cheerful*). Sedangkan Generasi Milenial memiliki ketergantungan dengan internet sekitar 88,4 persen dan dalam kehidupannya masih berjuang untuk meniti karier. Pada dunia politik,

anak-anak muda merupakan aset berharga dan menjadi incaran partai-partai politik. Hal ini dikarenakan Generasi Milenial dan Generasi Z merupakan kekuatan tersendiri yang harus direbut suaranya di dalam kontestasi pemilihan, baik pemilihan pemimpin negara, kepala daerah, atau saat memilih wakil rakyat. (Alim, 2021)

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), akses internet di Indonesia saat ini telah menjangkau 196,7 juta penduduk. Kondisi ini menjadikan para politisi berlomba-lomba menciptakan kekuatan baru di dunia digital. Mereka kemudian mengakses berbagai platform media sosial yang ada untuk merebut simpati anak-anak muda melek teknologi. Pemanfaatan *platform* media sosial untuk kepentingan politik telah dirasakan manfaatnya oleh Hillary Brigitta Lasut yang merupakan politisi Partai Nasional Demokrat sehingga dapat terpilih menjadi Anggota DPR RI Periode 2019-2024.

Hillary Brigitta Lasut lahir di Manado Sulawesi Utara pada tanggal 22 Mei 1996 dari kedua orang tua yang terlebih dahulu terjun di dunia politik. Sang Ayah adalah Dr. Elly Engelbert Lasut yang merupakan Bupati Kepulauan Talaud terpilih periode 2019-2024 dan Ibunda adalah Telly Tjanggunglung mantan Bupati Minahasa Tenggara periode 2008-2013. Sebelum terjun ke dunia politik, Hillary Brigitta Lasut memiliki jabatan supervisor bisnis area di sebuah perusahaan besar di Indonesia dan pernah menjadi direktur di sebuah perusahaan obat-obatan Cina di Jakarta. Latar belakang kedua orang tua yang merupakan Bupati dan mantan Bupati menjadi nilai positif Hillary Brigitta Lasut dalam mengikuti kontestasi dalam Pemilu 2019 sebagai calon anggota DPR RI. Selain nilai positif, latar belakang kedua orang tua yang menjadi politikus juga membawa dampak negatif bagi anak politikus yang terjun ke dunia politik, karena *track record* kedua orang tua akan menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya.

Strategi Hillary Brigitta Lasut sebagai Anggota DPR RI termuda ini dalam berkampanye pada Pemilu 2019 menggunakan berbagai *platform* media sosial. Selain lebih murah, kehadiran media sosial, menurut wakil rakyat daerah

pemilihan Sulawesi Utara itu, mampu menjangkau jauh lebih banyak pemilih muda. Pada Pemilihan Legislatif 2019, Hillary mampu meraup 70.345 suara untuk mengantarkannya ke Senayan. "Saya merasakan benar pengaruh media sosial ketika berkampanye. Melalui media sosial pula saya bisa berinteraksi secara cepat dengan masyarakat, termasuk para konstituen saya. Kita bisa langsung mengetahui persoalan yang terjadi pada daerah pemilihan di Sulawesi Utara." (Hillary, 2023). Media sosial Instagram sebagai media kampanye yang dipilih Hillary Lasut dalam masa kampanye dengan alasan "Instagram lebih terfokus pada gambar dan video, sehingga lebih menarik bagi pengguna yang ingin berbagi dan menikmati konten visual dibandingkan media sosial lainnya dan karena target audiennya adalah masyarakat pemilih kategori Generasi Milenial dan Generasi Z" (Hillary, 2023).

Berikut ini ditampilkan profil dan beberapa contoh postingan Hillary Lasut di akun instagram @hillarylasut pada masa kampanye Pemilu 2019.



Gambar 1.1. Profil dan Postingan Akun @hillarylasut

Media sosial dalam komunikasi politik menjadi faktor utama dalam upaya mempengaruhi dan memobilisir persepsi masyarakat agar berita yang disajikan dapat mengajak masyarakat untuk memilih. Literasi politik merupakan bentuk pemahaman praktis terkait politik dimana seseorang mengakses dan menggunakan informasi yang didapatkan untuk memilih dalam Pemilu. Dinamika demokrasi di

kalangan masyarakat terutama Generasi Milenial dan Generasi Z sering mendapat informasi dari internet. Tipikal Generasi Z menuntut kehadiran internet nyaris di sepanjang kesehariannya dengan ketergantungan terhadap internet bahkan menyentuh angka 93,9 persen. Sedangkan Generasi Milenial memiliki ketergantungan dengan internet sekitar 88,4 persen. Saat ini media sosial instagram menjadi media yang marak digunakan di kalangan milenial yang dapat menjadi ruang diskusi sekaligus untuk mengekspresikan gagasan-gagasan dan pandangan pribadi.

Media sosial sering kali dijadikan alat bantu dalam berkampanye para politisi, mulai untuk meningkatkan popularitas sampai menaikkan elektabilitas. Hal itu seiring dengan makin meleknya literasi media pemilih pada era ini atas perkembangan jaman, terutama perkembangan teknologi informasi. Informasi mengenai calon kepala daerah, calon presiden, dan calon anggota legislatif dapat dengan mudah diakses kapan saja dan dimana saja melalui media sosial, seperti jejaring sosial *facebook*, *twitter*, hingga *instagram*. Keberadaan kekuatan media sosial tidak dapat disepelekan setelah media televisi. Media sosial dapat dikatakan lebih efektif dibandingkan media *mainstream* lain yang sering digunakan, termasuk media luar ruang seperti spanduk atau baliho. Masyarakat pada era ini memang cenderung lebih percaya pada isi media sosial. Informasi pun dapat menyebar dengan cepat dan mudah melalui media sosial, bahkan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi, baik dari sisi aspek kognitif, afektif, maupun konatif khalayak.

Satu hal di antaranya yang menarik dari media sosial adalah dapat menjadi sarana pencitraan; menciptakan citra positif, alih-alih kesan positif di mata khalayak, baik pada diri seseorang maupun pada lembaga. Reinald Khasali mendefinisikan citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman timbul karena adanya informasi. Makin sering seseorang atau suatu lembaga diinformasikan kebaikannya, makin meningkat citra positifnya dan sebaliknya. Oleh karena itu, banyak orang atau lembaga berusaha untuk menampilkan gambaran dirinya masing-masing sebaik mungkin, agar dapat menciptakan kesan sesuai dengan gambaran yang diciptakannya, sehingga persepsi orang ketika melihat dirinya akan menimbulkan suatu kesan yang positif. Apabila citra positif melekat sesuai dengan kenyataannya, merupakan suatu

kelebihan yang dimiliki suatu obyek dan khalayakpun akan mengakui dan menerima sebagai suatu kenyataan yang tidak bisa dibantah. (Khasali, 2013).

Dari uraian di atas, penulis yakin bahwa terpilihnya kandidat Calon Legislatif pada Pemilu 2019 yang lalu erat kaitannya dengan hal-hal yang berhubungan dengan strategi komunikasi yang mereka gunakan pada saat proses pencalonan sampai pada proses kampanye. Karena komunikasi dalam proses Pemilu akan terkait dengan proses pencitraan, proses perencanaan komunikasi serta proses aksi komunikasi itu sendiri dalam mempersuasi konstituen untuk memilih. Aspek komunikasi tidak bisa dianggap sepele dalam proses kontestasi politik karena bisa jadi keberhasilan terpilihnya seseorang karena proses komunikasi yang dilakukannya baik. Sebaliknya, kegagalan dalam strategi komunikasi calon legislatif juga merupakan awal kegagalan dalam meraih kursi legislatif. Fenomena pemilihan umum tersebut menyajikan fakta menarik yang harus digali terkait bagaimana seseorang itu bisa terpilih bahkan sampai ketiga kalinya duduk di kursi DPR RI atau juga ada yang gagal kedua kali menuju ketiga kalinya, gagal menuju kedua kali atau bahkan gagal untuk menuju yang pertama kali. Dalam kaca mata komunikasi, penulis menganggap bahwa aspek komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam proses kemenangan meraih kursi di parlemen.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk menggali lebih dalam tentang strategi manajemen kesan yang dilakukan oleh Hillary Brigitta Lasut sehingga bisa mengantarkannya pada kursi parlemen sebagai anggota DPR RI termuda pada Pemilu 2019. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada skripsi ini dengan judul “Strategi Manajemen Kesan Hillary Lasut Melalui Media Sosial Instagram di Akun @hillarylasut Pada Pencalonan DPR RI Pemilu 2019”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini sebagai berikut:

- a. Komunikasi politik Hillary Lasut melalui media sosial instagram di akun @hillarylasut pada pencalonan DPR RI Pemilu 2019, yaitu postingan periode tanggal 23 September 2018 hingga 13 April 2019.
- b. Strategi manajemen kesan konsep teori *impression management* dari Jones & Pittman, yakni *ingratiation, intimidation, self promotion, exemplification, dan supplication*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka pada penelitian ini dapat diajukan pertanyaan penelitian yaitu: "Bagaimana strategi manajemen kesan Hillary Lasut melalui media sosial instagram di akun @hillarylasut pada pencalonan DPR RI Pemilu 2019?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen kesan yang dilakukan oleh Hillary Lasut pada media sosial instagram akun @hillarylasut dalam memperoleh suara pemilih dan mendapatkan kursi di DPR RI pada Pemilu 2019.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan beberapa kegunaan, baik teoritis maupun praktis, diantaranya:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

- a. Bagi Akademik

Sebagai pengembangan ilmu komunikasi berbasis riset pada ranah komunikasi politik yang menjelaskan strategi pengelolaan/manajemen kesan melalui media sosial.

b. Bagi Peneliti

Dapat memperluas wawasan dan memperdalam pemahaman serta penerapan ilmu yang didapat dari perkuliahan, khususnya mengenai strategi manajemen komunikasi dalam politik.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat dijadikan sebagai sumber penelitian teoritis dan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait strategi manajemen kesan melalui media sosial.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis, diantaranya:

- a. Dapat dijadikan bahan acuan dan rekomendasi bagi para calon legislatif dari partai politik peserta Pemilu yang akan maju pada pemilihan umum ditinjau dari strategi komunikasi manajemen pesan.
- b. Para calon legislatif dari partai politik peserta Pemilu dapat mengetahui strategi manajemen kesan yang paling efektif dalam menarik simpati dan perhatian pemilih sehingga dapat memenangkan pemilihan umum.