

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilu Legislatif 2024 menjadi tonggak penting dalam perjalanan demokrasi Indonesia, mencerminkan evolusi komunikasi politik di era digital. Media sosial telah mengubah lanskap kampanye, memungkinkan kandidat menjangkau pemilih secara langsung dan membangun citra yang strategis. Dalam konteks ini, Ismail Bachtiar, kandidat dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) di daerah pemilihan Sulawesi Selatan II, berhasil terpilih sebagai anggota legislatif pada Pemilu 2024. Keberhasilannya tidak lepas dari strategi komunikasi politik yang cermat, khususnya melalui penggunaan fitur Instagram Reels.

Ismail Bachtiar, S.K.M., M.M., adalah politisi muda asal Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, yang lahir pada 3 Juli 1992 di Arasoe. Ia menempuh pendidikan Sarjana Kesehatan Masyarakat di Universitas Hasanuddin (Unhas) dan melanjutkan Magister Manajemen di Makassar. Dikenal sebagai sosok mandiri sejak mahasiswa, Ismail pernah berjualan es teler dan membuka usaha fotokopi untuk membiayai kuliahnya. Pengalaman hidup sederhana ini membentuk kepeduliannya terhadap isu kerakyatan, pendidikan, dan pemberdayaan ekonomi muda. Karier politiknya dimulai saat terpilih menjadi anggota DPRD Sulawesi Selatan 2019–2024 dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS), dan pada Pemilu 2024 ia berhasil melangkah ke DPR RI dari Dapil Sulsel II. Uniknya, keberhasilan ini diraih melalui strategi kampanye modern berbasis media sosial tanpa mengandalkan baliho konvensional. Sebagai anggota Komisi VI DPR RI, ia aktif mengawal isu perdagangan, BUMN, dan UMKM, serta dikenal vokal memperjuangkan kebijakan yang berpihak pada masyarakat kecil. Di luar parlemen, Ismail konsisten menjalankan kegiatan sosial dan edukatif seperti sosialisasi beasiswa serta diskusi Empat Pilar Kebangsaan, mencerminkan komitmennya terhadap pendidikan dan pemberdayaan generasi muda.

Ismail Bachtiar dipilih sebagai subjek penelitian karena ia merupakan representasi nyata dari politisi muda yang berhasil memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai strategi kampanye efektif dalam Pemilu Legislatif 2024. Keberhasilannya meraih kursi DPR RI tanpa mengandalkan baliho dan metode kampanye konvensional menunjukkan kemampuan adaptif terhadap perubahan komunikasi politik di era digital. Ismail tidak hanya menggunakan Instagram untuk promosi diri, tetapi juga untuk membangun kedekatan emosional dengan publik melalui konten yang edukatif, inspiratif, dan interaktif. Pendekatan ini menjadikannya figur yang relevan untuk diteliti karena menggambarkan transformasi strategi kampanye modern yang menekankan keterbukaan, partisipasi, dan branding politik berbasis media digital. Melalui studi terhadap Ismail Bachtiar, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih

mendalam mengenai efektivitas penggunaan media sosial dalam membentuk citra politik dan membangun kepercayaan publik di kalangan pemilih muda.

Ismail memanfaatkan Reels, fitur video pendek berdurasi 15-90 detik, untuk menyampaikan pesan kampanye yang menarik dan mudah disebarkan. Konten seperti video kegiatan sosial, diskusi dengan pemuda, atau penyampaian isu lokal seperti infrastruktur dan pendidikan, memframing Ismail sebagai kandidat yang energik dan selaras dengan tren digital yang digemari pemilih muda. Interaksi melalui kolom komentar, Direct Messages, dan fitur tanya-jawab di Instagram memperkuat hubungan dengan pemilih, menciptakan legitimasi politik yang krusial dalam kampanye. Strategi ini menargetkan pemilih muda, yang mendominasi Instagram dengan 67,5% pengguna berusia 18-34 tahun dari total 85,3% pengguna internet Indonesia berusia 16-64 tahun (We Are Social, 2024). Keberhasilan Ismail mencerminkan bagaimana komunikasi digital dapat menjadi penentu kemenangan dalam politik modern, terutama di daerah dengan dinamika politik yang kompleks seperti Sulawesi Selatan.

Sulawesi Selatan, dengan populasi sekitar 9 juta jiwa, memiliki lanskap politik yang dipengaruhi oleh isu lokal dan nasional (BPS, 2023). Daerah pemilihan Sulawesi Selatan II, yang mencakup kabupaten seperti Bone, Soppeng, dan Maros, menampilkan persaingan ketat antarpartai besar seperti Golkar, Gerindra, dan Nasdem. Pemilu 2024, yang berlandaskan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil (UU No. 7 Tahun 2017), menonjolkan peran media sosial sebagai alat kampanye utama. Instagram, sebagai platform populer di wilayah urban seperti Makassar dengan 40,59% pengguna aktif (MediaIndonesia, 2023), menjadi saluran strategis bagi Ismail untuk membangun framing yang membedakannya dari kandidat lain. Fitur-fitur Instagram memungkinkan Ismail menyampaikan pesan secara visual dan interaktif, menjadikannya alat efektif untuk memengaruhi opini publik.

Pemilihan Instagram sebagai fokus penelitian didasarkan pada perbandingan pengguna media sosial di Indonesia. Berdasarkan We Are Social (2024), dari 139 juta pengguna media sosial (49,9% populasi), WhatsApp mendominasi dengan 90,9% pengguna internet berusia 16-64 tahun, diikuti Instagram (85,3%), Facebook (81,6%), dan TikTok (73,5%). Waktu penggunaan bulanan rata-rata adalah 26 jam 13 menit untuk WhatsApp, 16 jam 10 menit untuk Instagram, 12 jam 56 menit untuk Facebook, dan 38 jam 26 menit untuk TikTok. Instagram dipilih karena kemampuannya menjangkau pemilih muda, kelompok demografi kunci dalam pemilu, serta fitur Reels dan Feed yang mendukung framing politik melalui konten visual yang kompleks, seperti video naratif atau infografis. WhatsApp lebih cocok untuk komunikasi pribadi, TikTok berfokus pada konten hiburan dengan video pendek, dan Facebook menjangkau audiens yang lebih beragam, kurang spesifik untuk pemilih muda (Kaplan & Haenlein, 2010).

Instagram, dengan fitur interaktif seperti kolom komentar dan Direct Messages, memungkinkan Ismail membangun hubungan langsung dengan pemilih, memperkuat framing strategisnya.

Strategi politik Ismail mencerminkan pendekatan terorganisir untuk memengaruhi opini publik, sebagaimana didefinisikan McNair (2011). Reels memungkinkan Ismail menciptakan konten viral, seperti video kegiatan masyarakat dengan audio populer, memframing dirinya sebagai kandidat yang relevan dengan tren digital. Feed, dengan foto atau carousel, menyampaikan janji kampanye atau aktivitas lapangan, memperkuat citra sebagai kandidat yang konsisten. Pendekatan ini sejalan dengan strategi Mintzberg (1994), yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan tindakan secara koheren.

Secara umum, strategi politik dalam demokrasi memfasilitasi partisipasi rakyat sebagai sumber kedaulatan (Budiardjo, 1982). Politik, menurut Easton (1965), adalah alokasi sumber daya bernilai melalui keputusan yang mengikat masyarakat, dengan komunikasi sebagai elemen kunci. Dalam Pemilu 2024, media sosial seperti Instagram memperluas ruang partisipasi publik, menggantikan sebagian alat kampanye tradisional seperti spanduk. Sejak Reformasi 1998, demokrasi Indonesia terus berkembang, dengan pemilu sebagai mekanisme utama partisipasi rakyat, dan komunikasi digital menjadi alat strategis untuk memenangkan dukungan. Analisis ini menggunakan teori framing untuk menelusuri bagaimana Ismail Bachtiar membangun citra politik melalui pembingkai pesan dalam konten reels Instagram yang bersifat visual, emosional dan partisipatif.

Penelitian tentang kampanye digital di Indonesia cenderung berfokus pada kandidat nasional atau platform seperti Twitter dan TikTok, dengan sedikit perhatian pada kandidat lokal di Sulawesi Selatan. Instagram, meskipun populer, kurang dieksplorasi sebagai alat kampanye legislatif di Indonesia Timur. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji bagaimana Ismail Bachtiar, sebagai kandidat terpilih, memanfaatkan fitur Reels Instagram untuk memframing dirinya sebagai kandidat yang relevan, dinamis, dan dekat dengan pemilih di Sulawesi Selatan II. Studi ini bertujuan memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi digital berkontribusi pada kemenangan politik lokal dan memperkaya diskusi akademik tentang strategi politik di era demokrasi modern. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengusung judul: **“Strategi Kampanye Ismail Bachtiar Melalui Penggunaan Instagram Dalam Pemilu Legislatif 2024”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Ismail Bachtiar melakukan framing dirinya melalui fitur Reels Instagram selama kampanye legislatif 2024 di Sulawesi Selatan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi framing yang digunakan Ismail Bachtiar melalui konten Reels Instagram dengan fokus pada empat unsur framing menurut Entman (definisi masalah, penyebab masalah, evaluasi moral, dan solusi yang diusulkan) selama kampanye legislatif 2024 di Sulawesi Selatan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademik

1. Pengembangan Ilmu Politik: Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur akademis terkait strategi kampanye politik, khususnya strategi politik komunikasi pada tingkat lokal.
2. Studi ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan tentang strategi kampanye politik melalui media sosial dalam memframing posisi kandidat

Manfaat Praktis

1. Memberikan rekomendasi strategi kampanye digital untuk Politisi dan Tim Kampanye yang efektif, termasuk penggunaan konten kreatif.
2. Bagi Masyarakat dan Pemilih: Meningkatkan pemahaman tentang strategi politik komunikasi yang digunakan kandidat dalam berkampanye.

1.5. Penelitian Terdahulu

1. Penggunaan Media Sosial Instagram Ganjar Pranowo dalam Kampanye Politik Pemilihan Presiden Tahun 2024

Penelitian ini menganalisis penggunaan akun Instagram @ganjar_pranowo dalam menyampaikan pesan politik menjelang Pemilu Presiden 2024. Strategi kampanye yang digunakan Ganjar Pranowo

menekankan gaya personal, komunikasi visual, dan interaksi digital dengan pengikut. Citra Ganjar dibangun melalui unggahan kegiatan informal, momen personal, dan pernyataan politik dalam bentuk video pendek maupun foto yang disertai narasi reflektif. Strategi ini berhasil menciptakan kesan autentik dan dekat dengan masyarakat, khususnya pemilih muda (Sholihah & Rachmawati, 2023).

Konten Instagram Ganjar juga menunjukkan kecanggihan dalam membangun storytelling politik berbasis visual. Narasi yang dibangun tidak hanya menginformasikan agenda kampanye, tetapi juga menggambarkan nilai-nilai kepemimpinan seperti kerja keras, empati, dan kedekatan sosial. Penyampaian yang tidak kaku dan visual yang estetik memberikan nilai tambah terhadap citra politiknya, menjadikannya relevan di kalangan digital native.

Penggunaan fitur Instagram seperti IG Live dan Story digunakan untuk membangun interaksi dua arah dengan publik. Dalam banyak sesi, Ganjar menanggapi komentar netizen secara langsung, memperkuat persepsi bahwa ia adalah pemimpin yang mendengarkan dan responsif terhadap masukan publik. Strategi ini memperkuat keterlibatan digital (digital engagement) dan menciptakan kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih.

Kampanye Ganjar juga dicirikan oleh konsistensi identitas visual yang kuat. Elemen seperti palet warna, font, dan format konten dibuat seragam sehingga memperkuat daya ingat dan pencitraan politik. Pendekatan ini menunjukkan pentingnya visual branding dalam kampanye digital dan bagaimana hal itu dapat dimanfaatkan untuk memperkuat pesan politik.

Studi ini sangat relevan dalam konteks strategi komunikasi digital berbasis Instagram. Namun, karena fokusnya pada kandidat tingkat nasional, penelitian ini belum menyentuh dinamika kampanye legislatif lokal. Penelitian terhadap Ismail Bachtiar dalam konteks Pemilu Legislatif 2024 bertujuan mengisi celah tersebut dengan fokus pada adaptasi kampanye digital tingkat daerah.

2. Strategi Kampanye Politik di Media Sosial: Analisis Konten Instagram 'Diary Ning Ais'

Penelitian ini mengkaji strategi kampanye digital Ning Ais Shafiyah Asfar, calon legislatif DPRD Kota Surabaya 2024, melalui akun Instagram "Diary Ning Ais". Akun ini digunakan untuk membangun narasi politik yang emosional dan berbasis nilai, dengan penekanan pada pemberdayaan perempuan dan keterlibatan masyarakat lokal. Strategi ini menampilkan sisi personal Ning Ais sebagai perempuan, aktivis sosial, dan calon wakil rakyat yang peduli pada komunitasnya (Asfar, 2024).

Konten yang dibagikan dalam akun Instagram ini berfokus pada dokumentasi kegiatan sosial, pernyataan sikap terhadap isu-isu lokal, serta interaksi aktif dengan pemilih melalui sesi live dan tanya jawab. Penelitian ini menemukan bahwa storytelling berbasis nilai dan pengalaman nyata menjadi kunci efektivitas dalam membangun koneksi politik yang emosional dan otentik dengan audiensnya.

Penggunaan fitur Instagram seperti highlight story dan reels menunjukkan strategi komunikasi visual yang sistematis. Highlight digunakan untuk mengelompokkan tema seperti edukasi, advokasi perempuan, dan kegiatan kampanye, sementara reels memanfaatkan format singkat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Semua ini memperkuat daya jangkauan konten dan konsistensi narasi politiknya.

Strategi keterlibatan digital Ning Ais juga mencerminkan komunikasi dua arah yang aktif. Ia tidak hanya memposting konten secara rutin, tetapi juga merespons komentar, mengadakan polling, dan berbincang langsung dengan konstituen. Hal ini menciptakan ruang interaktif yang memperkuat persepsi sebagai politisi yang hadir dan mendengarkan.

Penelitian ini penting karena menegaskan relevansi pendekatan berbasis nilai dan identitas dalam strategi kampanye lokal. Namun, strategi yang digunakan Ning Ais sebagai representasi politik perempuan memberikan fokus tematik yang berbeda dari pendekatan yang akan dianalisis dalam konteks Ismail Bachtiar. Meski demikian, prinsip personalisasi dan komunikasi partisipatif tetap menjadi referensi penting.

3. Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus Ida Yulita Susanti

Penelitian ini menelaah bagaimana Ida Yulita Susanti, anggota DPRD Pekanbaru dan kandidat legislatif Provinsi Riau, memanfaatkan media sosial untuk kampanye politik. Ia menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dengan fokus pada visualisasi kegiatan, penguatan citra diri, dan interaksi sosial digital (Zalfa, 2023).

Dalam penggunaan Instagram, Ida menampilkan berbagai kegiatan konstituen seperti kunjungan warga, pemberian bantuan sosial, dan forum komunitas. Format konten yang digunakan lebih bersifat dokumentatif, dengan gaya narasi yang lugas dan pendek. Strategi ini menunjukkan bahwa visualisasi partisipasi politik nyata di lapangan masih sangat efektif dalam membangun kredibilitas.

Penelitian ini juga menemukan bahwa interaksi digital menjadi bagian penting dari kampanye Ida. Ia membalas komentar secara aktif, membuat klarifikasi terhadap isu yang berkembang, dan menyapa langsung konstituen melalui siaran langsung. Hal ini membangun persepsi keterbukaan dan kepercayaan digital (digital trust) antara kandidat dan Masyarakat

Namun, tantangan seperti disinformasi dan manipulasi informasi juga muncul dalam studi ini. Ida menghadapi serangan hoaks yang disebarkan melalui platform digital lain, yang ditanggulangi dengan strategi klarifikasi langsung melalui unggahan video dan caption informatif. Ini menyoroti pentingnya manajemen reputasi dalam konteks kampanye digital.

Studi ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana kampanye digital di tingkat legislatif daerah dijalankan secara adaptif dan berbasis komunitas. Meskipun pendekatan Ida bersifat multi-platform, pelajaran dari strategi Instagram-nya tetap relevan untuk mengkaji efektivitas komunikasi digital oleh kandidat lokal lainnya seperti Ismail Bachtiar.

4. Efektivitas Kampanye 'Desak Anies' Melalui TikTok terhadap Partisipasi Politik Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bogor

Penelitian ini mengkaji kampanye "Desak Anies" yang dijalankan melalui TikTok dan dampaknya terhadap partisipasi politik, terutama di kalangan pemilih muda di Kota Bogor. Kampanye ini berhasil memanfaatkan format video pendek dan interaktif untuk menyampaikan pesan politik secara menarik, dengan pendekatan yang tidak kaku dan mudah diterima oleh generasi muda (Situmorang, 2024).

Studi ini menyoroti efektivitas pesan politik yang dikemas dalam bentuk hiburan melalui penggunaan musik tren, visual dinamis, dan gaya bahasa populer. Keterlibatan pengguna menjadi indikator utama keberhasilan, yang diukur melalui jumlah likes, komentar, dan shares yang tinggi. Strategi ini membuktikan bahwa media sosial tidak hanya sebagai media distribusi, tetapi juga ruang partisipatif.

TikTok memungkinkan komunikasi politik dua arah melalui fitur seperti "stitch" dan "duet" yang memungkinkan pengguna terlibat langsung dalam kampanye. Kampanye Desak Anies menggunakan ini untuk membangun jaringan diskusi terbuka yang menciptakan resonansi politik di kalangan pemuda urban, menginspirasi keterlibatan aktif dalam pemilu.

Meskipun platform utama yang digunakan adalah TikTok, prinsip-prinsip yang diterapkan dalam kampanye Desak Anies sangat relevan dengan strategi konten Reels di Instagram. Pendekatan visual, partisipatif, dan berbasis tren

sosial dapat diadaptasi oleh kandidat lain untuk memperluas jangkauan pesan politik mereka.

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye digital sangat bergantung pada pemahaman terhadap budaya platform dan kemampuan menyesuaikan pesan politik dengan preferensi target audiens. Hal ini menjadikan studi ini referensi penting bagi analisis strategi Instagram dalam kampanye Ismail Bachtiar, terutama dalam hal kreativitas, interaktivitas, dan narasi emosional.

1.6. Teori Framing

Untuk menganalisis strategi Ismail Bachtiar dalam memanfaatkan fitur Instagram, khususnya Reels guna membangun citra politik selama kampanye Pemilu Legislatif 2024, penelitian ini menggunakan teori framing dari Robert M. Entman (1993). Framing, menurut Entman (1993), adalah proses strategis di mana aktor memilih dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas untuk membentuk interpretasi spesifik yang memengaruhi persepsi audiens. Dalam konteks kampanye politik, framing menjadi alat strategis untuk membentuk citra kandidat sebagai figur yang relevan, dekat dengan masyarakat, dan mampu menawarkan solusi atas isu-isu lokal.

Bunyi teori framing Entman (1993) menegaskan bahwa framing melibatkan dua dimensi utama: seleksi dan penonjolan. Seleksi berarti memilih elemen realitas yang dianggap strategis, seperti isu pendidikan atau infrastruktur, sementara penonjolan membuat elemen tersebut lebih menarik melalui pengulangan, penempatan visual, atau asosiasi dengan nilai budaya. Dalam kampanye Ismail Bachtiar, framing melalui Reels Instagram memungkinkan penonjolan isu-isu tertentu untuk membangun citra politik yang selaras dengan kebutuhan pemilih di daerah pemilihannya.

Entman (1993) mengidentifikasi empat elemen utama framing: definisi masalah, penyebab masalah, evaluasi moral, dan solusi yang diusulkan. Definisi masalah menyoroti isu yang dianggap krusial, seperti keterbatasan akses pendidikan. Penyebab masalah menunjukkan faktor pemicu, misalnya minimnya fasilitas sekolah. Evaluasi moral memberikan penilaian nilai, seperti ketimpangan pendidikan sebagai ketidakadilan. Solusi yang diusulkan menawarkan tindakan, seperti program peningkatan sarana pendidikan. Elemen-elemen ini diintegrasikan dalam konten Instagram untuk menciptakan narasi yang koheren dan persuasif.

Framing sebagai strategi kampanye bergantung pada media yang digunakan. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai platform berbasis internet yang memungkinkan pembuatan dan penyebaran konten secara interaktif. Instagram, dengan fokus pada konten visual, menjadi

alat strategis untuk framing karena memungkinkan kandidat menyampaikan pesan melalui gambar, video, dan teks yang menarik. Reels dan Feed, sebagai fitur utama Instagram, mendukung strategi framing dengan memanfaatkan elemen visual dan naratif untuk membentuk citra politik yang kuat.

Reels, sebagai fitur video pendek berdurasi hingga 90 detik, memungkinkan Ismail Bachtiar menerapkan framing secara dinamis. Entman (1993) menekankan bahwa bingkai efektif harus menarik dan mudah diingat. Reels dapat digunakan untuk mendefinisikan masalah, seperti kualitas infrastruktur yang buruk, melalui video kunjungan ke desa dengan jalan rusak, menunjukkan penyebab (kurangnya perhatian pemerintah), evaluasi moral (ketidakadilan bagi warga), dan solusi (advokasi pembangunan). Konten Reels yang kreatif, seperti penggunaan musik lokal atau narasi emosional, meningkatkan daya tarik dan jangkauan melalui algoritma Instagram.

Framing melalui Reels memanfaatkan kekuatan visual Instagram untuk membangun citra politik. Entman (1993) menjelaskan bahwa penonjolan bingkai bergantung pada simbol budaya yang resonan dengan audiens. Dalam konteks Sulawesi Selatan, Ismail Bachtiar dapat menggunakan elemen budaya Bugis-Makassar, seperti pakaian adat atau simbol tradisional, dalam Reels untuk memperkuat bingkai yang relevan dengan pemilih. Misalnya, video Reels yang menampilkan dialog dengan warga tentang isu pendidikan dapat menonjolkan kedekatan kandidat dengan masyarakat.

Strategi framing di Instagram juga dipengaruhi oleh dinamika “arena digital.” Mengadaptasi konsep arena dari Bourdieu (dalam Thomson, 2005), arena digital adalah ruang virtual tempat kandidat bersaing untuk menarik perhatian pemilih. Instagram, dengan algoritma yang memprioritaskan interaksi, mengharuskan Ismail Bachtiar merancang konten Reels yang memancing keterlibatan, seperti like, komentar, atau share. Informasi dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Ismail efektif menggunakan Instagram pada Pemilu 2019 tanpa baliho, mengandalkan strategi pull marketing melalui media sosial, yang relevan untuk pendekatan framing di 2024. Reels, dengan format singkat dan dinamis, cocok untuk menarik perhatian cepat melalui narasi emosional atau visual yang kuat, seperti video kegiatan sosial yang membingkai Ismail sebagai kandidat peduli.

Teori framing Entman (1993) memberikan kerangka analitis untuk memahami strategi Ismail Bachtiar dalam memanfaatkan Reels Instagram. Penelitian ini akan menganalisis konten visual dan teks di kedua fitur untuk mengidentifikasi elemen framing: definisi masalah, penyebab, evaluasi moral, dan solusi, yang digunakan untuk membentuk citra politik. Meskipun Ismail juga menggunakan platform lain seperti TikTok dan Facebook, Instagram menjadi

fokus karena kemampuan visualnya mendukung framing yang kompleks dan menarik bagi pemilih muda.

Teori ini memungkinkan pemahaman mendalam tentang bagaimana Ismail Bachtiar merancang strategi kampanye digital. Dengan mengintegrasikan konsep media sosial Kaplan dan Haenlein (2010), penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana Reels digunakan untuk membingkai isu-isu lokal, seperti pendidikan atau infrastruktur, guna membentuk persepsi pemilih di Sulawesi Selatan. Pendekatan ini menyoroti bagaimana framing menjadi strategi kunci dalam membangun citra politik yang resonan dengan audiens target.

1.7. Kerangka Berpikir

Penelitian ini dilandasi oleh pemahaman bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi arena dominan dalam komunikasi politik kontemporer. Instagram tidak lagi berfungsi sekadar sebagai alat penyebaran informasi, melainkan sebagai ruang politik di mana narasi, identitas, dan koneksi emosional antara kandidat dan pemilih dikonstruksi secara visual dan interaktif (Asfar, 2024). Dalam konteks kampanye legislatif 2024, penggunaan Instagram oleh Ismail Bachtiar menjadi contoh aktual bagaimana aktor politik lokal mengadaptasi strategi komunikasi digital untuk membangun dukungan elektoral. Oleh karena itu, kerangka berpikir dalam penelitian ini dirancang untuk mengeksplorasi hubungan antara empat komponen utama: strategi konten, pola interaksi digital, pemanfaatan fitur Instagram, dan faktor pendukung efektivitas kampanye.

Komponen pertama adalah strategi konten, yakni bagaimana narasi politik dibangun melalui elemen visual, teks, dan simbolik. Menurut Sholihah & Rachmawati (2023), konten kampanye yang efektif menggabungkan narasi personal, penonjolan isu lokal, dan representasi nilai politik dalam format yang sederhana namun berdampak (Sholihah & Rachmawati, 2023). Pemilihan tema konten yang relevan dan penggunaan gaya komunikasi yang humanis menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya jangkauan dan resonansi pesan. Dalam hal ini, strategi konten bukan hanya soal jumlah unggahan, tetapi tentang kualitas pesan yang dikomunikasikan dan daya tarik visual yang dibangun secara konsisten.

Komponen kedua adalah pola interaksi digital, yang berfokus pada bentuk komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih di Instagram. Studi Ida Yulita Susanti menegaskan bahwa interaksi aktif melalui komentar, fitur live, dan tanggapan terhadap isu lokal berperan penting dalam membangun kepercayaan dan kedekatan emosional dengan konstituen (Zalfa, 2023). Kandidat yang responsif cenderung lebih dipercaya dan dianggap relevan oleh publik. Oleh

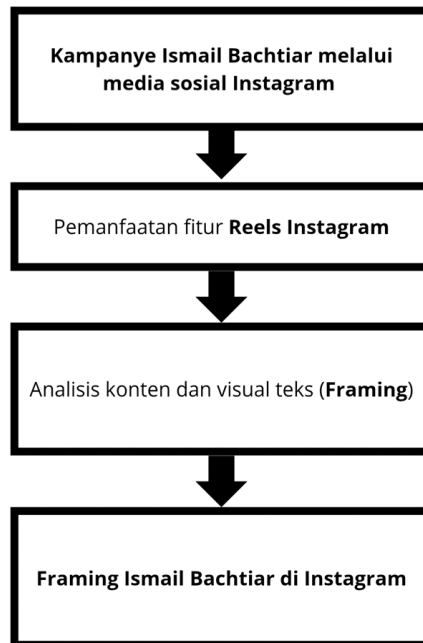
karena itu, interaktivitas digital dilihat sebagai variabel kunci dalam mengukur efektivitas komunikasi politik berbasis media sosial.

Komponen ketiga, pemanfaatan fitur Instagram, mencakup penggunaan teknis fitur-fitur seperti Reels. Fitur-fitur ini menyediakan medium interaktif dan dinamis yang dapat meningkatkan keterlibatan publik secara langsung. Penelitian mengenai kampanye “Desak Anies” di TikTok menunjukkan bahwa platform berbasis video pendek yang mengandalkan fitur partisipatif sangat efektif dalam membangun dukungan di kalangan pemilih muda (Situmorang, 2024). Oleh karena itu, strategi Instagram Ismail Bachtiar juga perlu dianalisis dari sisi sejauh mana fitur-fitur tersebut dimanfaatkan untuk menciptakan komunikasi politik yang menarik dan partisipatif.

Komponen keempat adalah faktor pendukung efektivitas kampanye, yang meliputi aspek teknis seperti algoritma, waktu unggah, kualitas produksi konten, serta variabel eksternal seperti tim kampanye, anggaran digital, dan kondisi sosial-politik lokal. Studi Ning Ais menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye juga dipengaruhi oleh dukungan infrastruktur digital dan konsistensi pesan kampanye yang relevan secara konteks lokal (Asfar, 2024). Faktor-faktor ini berperan sebagai variabel moderasi yang menentukan seberapa efektif strategi konten dan interaksi dapat menghasilkan dampak politik.

Hubungan antar keempat komponen ini membentuk sistem strategi komunikasi yang saling berinteraksi. Strategi konten dan pemanfaatan fitur akan memengaruhi kualitas dan frekuensi pola interaksi digital, yang pada gilirannya akan berdampak terhadap efektivitas kampanye politik secara keseluruhan. Faktor pendukung berfungsi memperkuat atau menghambat ketiga komponen lainnya.

1.8. Skema Berpikir



BAB II METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian menjadi landasan metodologis yang menentukan cara peneliti mendekati, mengumpulkan, serta menginterpretasikan data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Menurut Creswell (2014), pendekatan kualitatif menekankan eksplorasi mendalam terhadap fenomena sosial melalui data naratif dan interpretasi subjektif, memungkinkan pemahaman kontekstual yang kaya tanpa bergantung pada angka atau statistik. Pendekatan ini dipilih untuk mengungkap strategi framing yang digunakan Ismail Bachtiar dalam konten Instagram Reels dan Feed selama kampanye Pemilu Legislatif 2024, dengan fokus pada bagaimana narasi teks dan pesan dalam konten membentuk citra politik melalui elemen framing Entman (1993). Teori framing Entman menjelaskan bahwa framing melibatkan seleksi dan penekanan aspek tertentu dari realitas untuk membentuk persepsi publik, seperti mendefinisikan masalah (misalnya, ketimpangan ekonomi), menunjukkan penyebab (kebijakan yang kurang efektif), memberikan evaluasi moral (keadilan sosial sebagai nilai utama), serta mengusulkan solusi (program pembangunan).

Pendekatan kualitatif mendukung fleksibilitas dalam menganalisis konten Instagram untuk mengidentifikasi pola framing yang memengaruhi persepsi pemilih muda di Sulawesi Selatan. Keunggulan pendekatan ini terletak pada kemampuan mengeksplorasi makna naratif dalam caption, slogan, atau hashtag yang mencerminkan elemen framing, seperti pesan tentang pendidikan atau solidaritas komunitas. Pendekatan ini selaras dengan sifat dinamis platform media sosial, memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan analisis dengan konteks lokal, seperti isu politik atau sosial yang relevan selama kampanye.

2.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat serta waktu penelitian menjadi faktor kunci yang menentukan ruang lingkup geografis dan temporal penelitian, memengaruhi relevansi data yang dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2016), pemilihan lokasi harus mencerminkan konteks fenomena yang diteliti, sedangkan waktu penelitian harus mencakup periode yang memadai untuk pengumpulan dan analisis data. Penelitian ini berlokasi di Sulawesi Selatan, khususnya daerah pemilihan legislatif Ismail Bachtiar pada Pemilu 2024, dengan fokus pada analisis konten Instagram yang membingkai isu-isu lokal untuk membentuk persepsi pemilih. Sulawesi Selatan dipilih karena merupakan basis politik utama Ismail Bachtiar, di mana narasi kampanye melalui Instagram Reels dan Feed kemungkinan besar memengaruhi audiens, terutama pemilih muda, melalui framing isu seperti pendidikan, infrastruktur, atau identitas lokal. Konteks lokal ini relevan untuk

memahami bagaimana elemen framing Entman diterapkan dalam narasi kampanye

1. **Batasan Fokus Analisis:** Penelitian ini hanya terfokus pada analisis strategi framing yang digunakan oleh Ismail Bachtiar melalui konten Reels Instagram selama kampanye Pemilu Legislatif 2024. Penelitian tidak menganalisis keberhasilan keterpilihannya sebagai anggota DPR RI, karena hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor di luar strategi yang menjadi fokus penelitian ini.
2. **Batasan Variabel:** Penelitian ini membatasi analisis hanya pada empat elemen framing menurut Entman (1993), yaitu definisi masalah, penyebab masalah, evaluasi moral, dan solusi yang diusulkan. Faktor-faktor lain yang berpotensi mempengaruhi persepsi publik seperti faktor ekonomi, dinamika partai politik, atau faktor sosial-budaya yang tidak terkait langsung dengan strategi framing tidak menjadi bagian dari analisis.
3. **Batasan Platform Media Sosial:** Penelitian hanya menganalisis konten Instagram Reels milik Ismail Bachtiar (@ismail_bachtiar) dan tidak mencakup platform media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter/X, TikTok, atau media konvensional lainnya.
4. **Batasan Waktu:** Penelitian hanya menganalisis konten yang diunggah selama periode kampanye resmi Pemilu Legislatif 2024 (28 November 2023 hingga 10 Februari 2024) dan tidak mencakup konten di luar periode tersebut atau konten pasca pemilu.
5. **Batasan Metodologis:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis framing sebagai kerangka teoritis utama. Penelitian tidak menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur efektivitas kampanye atau dampak elektoral, karena fokus penelitian adalah pada pola dan strategi framing yang digunakan, bukan pada hasil atau dampak elektoralnya.

Batasan-batasan ini diperlukan untuk mempertajam fokus penelitian dan memastikan bahwa analisis tetap terarah pada strategi framing sebagai objek kajian utama, tanpa terpengaruh oleh variabel-variabel eksternal yang dapat memperluas ruang lingkup penelitian secara tidak proporsional.

2.3. Sumber Data

Sumber data menjadi elemen dasar yang berfungsi sebagai bahan baku analisis penelitian, menentukan kedalaman serta keakuratan temuan. Menurut Moleong (2014), dalam penelitian kualitatif, sumber data terbagi menjadi data primer yang diperoleh langsung dari lapangan dan data sekunder dari literatur atau dokumen pendukung, yang saling melengkapi untuk memberikan gambaran utuh. Pemilihan sumber data dirancang untuk mendukung analisis framing Entman, dengan fokus pada narasi yang mencerminkan definisi masalah, penyebab, evaluasi moral, dan solusi.

1. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumber utama untuk memberikan gambaran orisinal tentang fenomena yang diteliti, menjadi inti analisis kualitatif. Berdasarkan Nasution (2011), data primer bersifat langsung dan spesifik, mencerminkan realitas tanpa penyaringan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara mandiri dari akun Instagram resmi Ismail Bachtiar, dengan fokus pada 1 postingan Reels dari masa kampanye Pemilu Legislatif 2024 (28 November 2023 hingga 10 Februari 2024), dipilih berdasarkan engagement terbanyak (diukur melalui *likes*, *comments*, *shares*, dan *views*). Konten ini mencakup narasi teks seperti caption, slogan (misalnya, “Bersama Ismail untuk Masa Depan”), dan hashtag (#IsmailBachtiar2024) yang mencerminkan elemen framing, seperti definisi masalah (ketimpangan pendidikan), penyebab (kurangnya anggaran), evaluasi moral (keadilan sosial), atau solusi (program beasiswa). Pemilihan konten berdasarkan *engagement* bertujuan untuk mengidentifikasi narasi yang paling resonan dengan pemilih muda di Sulawesi Selatan.

Proses pemilihan data melibatkan analisis awal untuk memastikan konten mencerminkan strategi framing yang konsisten, dengan fokus pada pesan naratif yang relevan dengan isu lokal. Peneliti mengatasi tantangan seperti konten yang dihapus dengan mengandalkan *screenshot* atau *video download* yang disimpan selama periode kampanye, menggunakan perangkat pribadi untuk pengarsipan.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari sumber yang telah ada untuk memperkaya analisis framing. Menurut Yin (2016), data sekunder memberikan landasan teoritis dan historis untuk memperkuat temuan. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup literatur akademik seperti jurnal tentang teori framing (Entman, 1993), artikel tentang analisis konten media digital, dan studi kasus kampanye politik di Indonesia, diakses secara mandiri

melalui Google Scholar, JSTOR, atau perpustakaan universitas. Sumber dipilih berdasarkan relevansi dengan framing dan aktualitas publikasi.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode sistematis untuk memperoleh data dari sumber yang ditentukan, memastikan proses terstruktur dan dapat diulang. Menurut Bogdan dan Biklen (2007), teknik ini harus menjaga validitas dan keandalan, terutama dalam analisis media sosial yang dinamis. Penelitian ini menggunakan dokumentasi digital dan studi dokumen, yang relevan dengan elemen framing Entman.

1. Dokumentasi Digital

Dokumentasi digital berfokus pada pengarsipan konten Instagram yang mencerminkan elemen framing. Menurut Given (2008), metode ini efektif untuk menangkap data daring seperti postingan media sosial. Peneliti secara mandiri memantau akun Instagram Ismail Bachtiar untuk merekam 3 Reels dari 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024, dipilih berdasarkan engagement tertinggi. Proses ini dilakukan dari Agustus hingga Oktober 2025, menggunakan video download untuk Reels, disimpan dalam folder digital terorganisir berdasarkan tanggal atau tema. Metadata seperti tanggal publikasi, *likes*, *comments*, *shares*, dan *views* dicatat untuk mendukung analisis resonansi audiens, sementara konteks seperti isu politik lokal (misalnya, debat kandidat) dicatat untuk memperkuat analisis framing.

Tantangan seperti penghapusan konten diatasi dengan pengarsipan manual selama kampanye, menggunakan fitur Instagram atau perangkat pribadi. Data divalidasi melalui pemeriksaan ulang untuk memastikan keaslian, dengan catatan tentang perubahan engagement pasca-kampanye.

2. Studi Dokumen

Studi dokumen melibatkan analisis dokumen tertulis untuk mendukung analisis framing. Menurut Creswell (2014), metode ini memperkuat data primer dengan konteks teoritis atau historis. Peneliti secara mandiri mengumpulkan jurnal tentang teori framing, artikel tentang kampanye digital, serta laporan KPU dan Bawaslu tentang Pemilu 2024, melalui pencarian daring di Google Scholar, JSTOR, atau situs resmi. Artikel berita lokal tentang kampanye Ismail Bachtiar juga diakses untuk memahami isu yang dibingkai. Dokumen diarsipkan dalam format PDF atau cetak, dengan anotasi untuk memudahkan analisis, dan digunakan untuk menghubungkan narasi Instagram dengan konteks elektoral.

2.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses sistematis untuk mengolah data menjadi temuan bermakna, menjadi inti penelitian kualitatif. Menurut Miles dan Huberman (1994), analisis kualitatif melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dilakukan secara berulang untuk memastikan keakuratan. Dalam penelitian ini, analisis konten diterapkan untuk mengidentifikasi elemen framing Entman dalam 3 Reels, berfokus pada narasi teks yang membentuk citra politik.

1. Reduksi Data

Reduksi data bertujuan menyaring informasi relevan untuk fokus pada elemen framing. Menurut Miles dan Huberman (1994), reduksi melibatkan pemilihan dan penyederhanaan data untuk menghilangkan *noise*. Peneliti secara mandiri memfilter 3 Reels dari masa kampanye berdasarkan tema yang mencerminkan elemen framing Entman, seperti narasi tentang ketimpangan pendidikan (definisi masalah), kebijakan yang kurang efektif (penyebab), keadilan sosial (evaluasi moral), atau program beasiswa (solusi). Konten dengan *engagement* rendah atau tema non-politik diabaikan. Peneliti menggunakan tabel seleksi untuk mendokumentasikan pemfilteran, memastikan transparansi.

2. Penyajian Data

Penyajian data mengorganisasi data untuk mendukung interpretasi framing. Menurut Miles dan Huberman (1994), penyajian melalui narasi atau tabel memudahkan pemahaman pola. Dalam penelitian ini, data disajikan melalui deskripsi narasi yang menguraikan bagaimana 3 Reels mencerminkan elemen framing Entman. Misalnya, sebuah Reels tentang kunjungan ke desa terpencil membingkai ketimpangan infrastruktur (definisi masalah), kurangnya anggaran daerah (penyebab), keadilan bagi warga pedesaan (evaluasi moral), dan pembangunan jalan (solusi). Feed dengan caption tentang pelestarian budaya membingkai ancaman modernisasi (definisi masalah), globalisasi (penyebab), pentingnya identitas lokal (evaluasi moral), dan promosi tradisi (solusi).

Data disusun dalam tabel yang memetakan elemen framing, jenis konten, tema, dan *engagement*, untuk mengidentifikasi narasi yang resonan. Narasi pendukung menghubungkan temuan dengan konteks kampanye, seperti isu pendidikan pada Januari 2024. Diagram alur framing dapat divisualisasikan di panel canvas untuk menunjukkan hubungan antara narasi dan respons audiens.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menyintesis temuan untuk menghasilkan wawasan tentang strategi framing. Menurut Miles dan Huberman (1994), kesimpulan harus divalidasi untuk memastikan keabsahan. Peneliti menginterpretasikan narasi dalam 3 Reels untuk mengidentifikasi pola framing, seperti representasi Ismail sebagai pemimpin yang peduli pada keadilan sosial. Kesimpulan diuji terhadap konteks kampanye untuk memastikan relevansi, menghasilkan wawasan tentang strategi framing Ismail Bachtiar dan rekomendasi untuk kampanye digital masa depan.