

# PENGARUH PESAN POLITIK DI INSTAGRAM @PDIPSIDOARJO TERHADAP CITRA DPC PDI PERJUANGAN KABUPATEN SIDOARJO

<sup>1</sup>Olda Sutansah, <sup>2</sup>Judhi Hari Wibowo, <sup>3</sup>Irmasanthi Danadharta

<sup>123</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[oldalowprovil@gmail.com](mailto:oldalowprovil@gmail.com)

## *Abstract*

*This study looks at the influence of political messages on Instagram @pdipsidoarjo on the image of the PDI Perjuangan Sidoarjo DPC in influencing voting intentions among people in the digital era in Indonesia. The research was conducted using a quantitative approach and collected data from 124 respondents who are residents of Sidoarjo Regency and are entitled to vote. The results showed that the four variables that influence the quality of social media political campaigns, namely content quality, speech informality, design, and posting frequency have a significant and positive effect on voting intentions. But among these variables, design has the most significant and positive influence. This seems to be related to the nature of Instagram as a photo and video-based social media. And the results of the t test on the influence of political messages on Instagram @pdipsidoarjo produce a CSR message effectiveness variable that obtains a t value of 10.993 and a significance value of <0.001. Because the value of the t variable is greater than 1.65 (obtained from ttable) and the significance value of the variable is less than 0.1 (10%), this variable is stated to have a significant influence on the image of the party. So that political messages conveyed effectively can affect the image of the party.*

**Keywords:** *Instagram; Political Messages; Political images.*

## **Abstrak**

Kajian ini melihat pengaruh pesan politik di Instagram @pdipsidoarjo terhadap citra DPC PDI Perjuangan Sidoarjo dalam mempengaruhi niat memilih di kalangan di era digital di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan mengumpulkan data dari 124 responden yang merupakan warga Kabupaten Sidoarjo dan berhak memilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat variabel yang mempengaruhi kualitas kampanye politik media sosial yaitu kualitas konten, informalitas pidato, desain, dan frekuensi posting berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat memilih. Namun di antara variabel-variabel tersebut, pengaruh yang paling signifikan dan positif dimiliki oleh desain. Hal tersebut tampaknya terkait dengan sifat Instagram sebagai media sosial berbasis foto dan video. Dan hasil uji t pada pengaruh pesan politik di Instagram @pdipsidoarjo menghasilkan variabel efektivitas pesan CSR yang memperoleh nilai t sebesar 10,993 dan nilai signifikansi <0,001. Karena nilai t variabel lebih besar dari 1,65 (diperoleh dari ttabel) dan nilai signifikansi variabel tersebut lebih kecil dari 0,1 (10%) maka variabel tersebut dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap citra partai. Sehingga pesan politik yang disampaikan secara efektif dapat mempengaruhi citra partai.

**Kata kunci:** *Instagram; Pesan Poitik; Citra Partai.*

## **Pendahuluan**

Media sosial menghasilkan tren baru untuk partisipasi politik dan mengubah pola komunikasi politik. Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre (2011) berusaha menggali fakta-fakta tentang media sosial dan digital dalam komunikasi politik dan menyimpulkan bahwa media sosial digunakan untuk tujuan hubungan sosial dan memperbarui pengguna tentang kejadian. Menganalisis penggunaan media sosial untuk komunikasi politik dan menemukan hubungan yang kuat di antara politisi dan pengguna media sosial.

Menurut Ardha (2014), media sosial memiliki empat manfaat bagi politisi sebagai platform kampanye. Antara lain informasi, pelayanan, dan akses kekuasaan dan ruang politik. Sementara itu, Hagar (2014) menyatakan bahwa media sosial dapat berkontribusi dalam keberhasilan pencapaian tujuan politik. Beberapa variabel yang menentukan keberhasilan komunikasi politik di media sosial adalah variabel. Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Hellweg (2011) mengidentifikasi empat variabel. Antara lain kualitas konten, informalitas ucapan, desain, dan frekuensi postingan. Namun, variabel-variabel tersebut belum diuji dalam penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, hal tersebut akan dimasukkan dalam penelitian ini.

PDIP dan PKB merupakan dua partai besar yang berada di Sidoarjo. PDIP merupakan partai politik Indonesia yang diketuai Megawati Soekarnoputri. Salah satu partai politik Indonesia yang sudah berdiri sejak lama adalah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan atau biasa yang disingkat dengan PDIP. Sebelum menjadi PDIP, partai yang diawali dengan nama PDI ini sudah berdiri sejak tahun 1973 dan masih terus berkembang hingga sekarang sebagai PDIP yang dipimpin oleh Ibu Megawati Soekarnoputri sebagai salah satu partai terkemuka di Indonesia. Berdasarkan hasil survei elektabilitas parpol 2022 yang dilansir dari tempo.co pada kategori kelompok partai politik, pada 13-20 September 2022 terhadap 1.220 responden, elektabilitas PDIP masih berada dipuncak dan lalu diikuti oleh Gerindra dan juga Golkar. Elektabilitas PDIP mencapai persentase sebesar 26 persen, Gerindra 11 persen dan Golkar relatif konsisten pada 7 hingga 9 persen (Survei Indikator: Elektabilitas PDIP Masih Tertinggi, Efek Jokowi - Nasional Tempo.Co, n.d.). Terpilihnya suatu partai politik untuk menduduki posisi tertinggi juga bergantung kepada para komunikator dari masing-masing partai politik. Dimana para komunikator politik harus bisa memberikan informasi dan juga pesan-pesan politik kepada publik, yang dapat membuat publik percaya bahwa partai politik tersebut lah yang terbaik. Penelitian terdahulu yang berjudul “Representasi Kampanye Politik Dalam Game (Analisis Semiotik Dalam Game Jokowi Go! Dan Game Prabowo The Asian Tiger)” mengungkapkan bahwa segala pesan dan informasi yang memiliki unsur atau muatan politik termasuk ke dalam pesan politik. Pidato politik, undang-undang pemilu, pernyataan politik, iklan politik, dan propaganda politik adalah contoh dari komunikasi yang mengandung pesan politik.

Melihat kedudukan partai politik, partai politik memiliki peranan yang cukup penting sebagai salah satu alat pemerintahan dimana partai politik merupakan sebuah wadah pertama untuk dijadikannya para pemimpin bangsa. “Partai politik memiliki fungsi interest aggregation dan interest articulation dimana mereka bertugas untuk menyalurkan berbagai aspirasi masyarakat dan menekan kesimpangsiuran pendapat di masyarakat serta menjadi wadah penggabungan aspirasi masyarakat yang senada agar dapat dirumuskan secara lebih terstruktur atau teratur. Selanjutnya, partai politik merumuskan aspirasi tersebut menjadi suatu usulan kebijaksanaan, untuk diajukan kepada pemerintah agar menjadi suatu kebijakan publik” (Miriam Budiardjo, 2008). Banyaknya partai politik dalam negara demokrasi memberikan pilihan bagi rakyat untuk memilih partai mana yang telah menjalankan fungsinya dengan baik untuk mereka percayai menjadi wakil dalam pemerintahan. Dari berbagai pilihan, ada satu partai politik yang menarik perhatian penulis karena keaktifan

mereka dalam menjalankan aktivitas politik di daerah maupun dukungan terhadap proses pemekaran wilayah dalam dunia maya. Dengan menggunakan teori terpaan media yang diartikan sebagai suatu kondisi dimana audiens (followers instagram @pdipsidoarjo) diterpa oleh suatu isi pesan (konten atau pesan politik pada instagram @pdipsidoarjo) didalam media yang memberikan pengaruh terhadap citra dari partai politik.

### Metode Penelitian

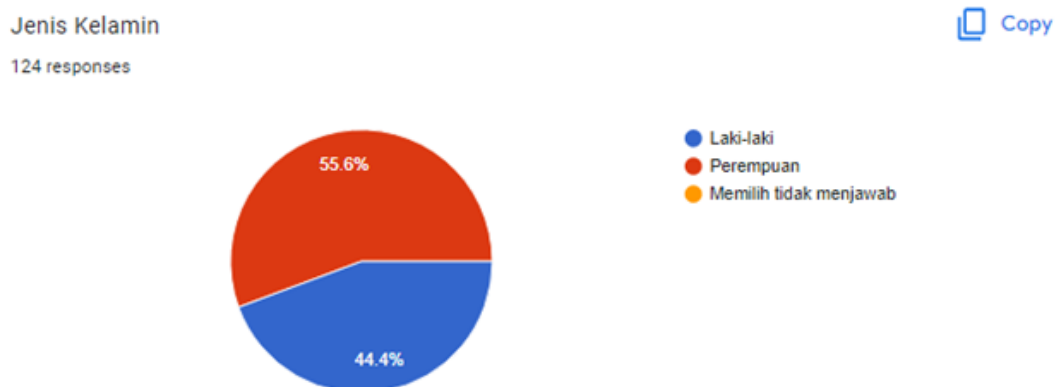
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data – data numeric (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan jenis asosiatif yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan tipe hubungan kausal pada penelitian asosiatif. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2012).

### Hasil dan Pembahasan

PDI Perjuangan merupakan salah satu organisasi partai politik yang memiliki kekuasaan cukup besar di Indonesia. Banyaknya jumlah perolehan kursi pada pemilihan umum menunjukkan bahwa para kader PDI Perjuangan mampu menembus saingan-saingan dari kader partai lain untuk berada di tingkat legislatif.

Akun Instagram DPC PDI Perjuangan Sidoarjo bernama @pdipsidoarjo, per tanggal 12 Desember 2022 @pdipsidoarjo memiliki 5.156 pengikut dan 2.003 jumlah postingan. Akun Instagram @pdipsidoarjo dikelola langsung oleh tim sekretariat DPC PDI Perjuangan Sidoarjo yang dikepalai oleh Kariono, lalu untuk staf sekretariat ada Olda Sutansah, Junaidi dan M. Bayu Chandra. Hampir setiap hari akun Instagram @pdipsidoarjo memposting konten yang berkaitan dengan kepartaian, politik, berita terkini, bencana alam dan kegiatan partai.

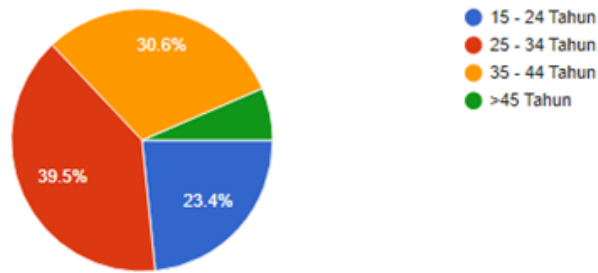
Peneliti berhasil mendapatkan 124 responden untuk penelitian ini dari 95 responden dari sampel melalui rumus slovin. Dengan kriteria responden yang di dapat sebagai berikut:



Berdasarkan diagram diatas memperlihatkan jenis kelamin yang menjadi responden dari penelitian ini yaitu sebanyak 55.6% adalah perempuan dan 44.4% adalah laki-laki.

Usia  
124 responses

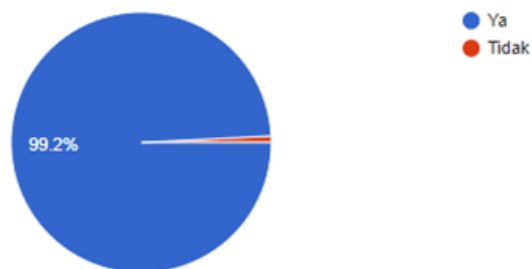
Copy



Berdasarkan diagram diatas memperlihatkan usia yang menjadi responden dari penelitian ini yaitu sebanyak 39.5% berusia 25-34 tahun, 30.6% berusia 35-44 tahun, dan 23.4% berusia 15-24 tahun.

Apakah anda merupakan followers Instagram @pdipsidoarjo?  
124 responses

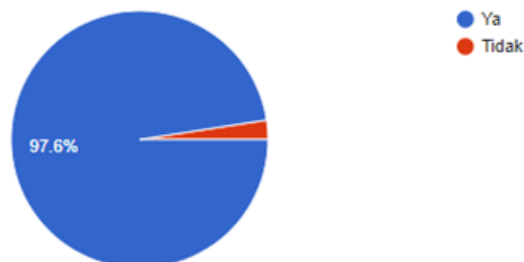
Copy



Berdasarkan diagram diatas memperlihatkan sebanyak 99.2% dari responden merupakan followers instagram @pdipsidoarjo.

Dalam kurun waktu 1 bulan terakhir, apakah anda mengikuti update (melihat story, feed, atau berinteraksi) pada Instagram @pdipsidoarjo?  
124 responses

Copy



Berdasarkan diagram diatas memperlihatkan sebanyak 99.7% dari responden telah mengikuti update dari instagram @pdipsidoarjo.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada pengaruh pesan politik dapat menunjukkan bahwa pesan politik di Instagram @pdipsidoarjo mempunyai pengaruh positif terhadap citra partai. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linier sederhana dengan perolehan standardized coefficients kearah positif sebesar 0,705. Dan hasil uji t pada pengaruh pesan politik di Instagram @pdipsidoarjo menghasilkan variabel pesan politik yang memperoleh nilai t sebesar 10,993 dan nilai signifikansi <0,001. Karena nilai t variabel lebih besar dari 1,65 (diperoleh dari ttabel) dan nilai signifikansi variabel tersebut lebih kecil dari 0,1 (10%) maka variabel tersebut dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap citra partai. Sehingga pesan politik yang disampaikan secara efektif dapat mempengaruhi citra partai.

Menurut Hellberg (2015), desain gambar sangat penting dalam Instagram, karena itulah daya tarik poin pertama. Jika poin pertama tidak cukup menarik, penonton akan berpaling dan bahkan tidak repot-repot membaca caption di mana sebagian besar informasi ditempatkan. Posisi desain sebagai variabel krusial untuk mempengaruhi niat memilih di kalangan anak muda terkait dengan salah satu ciri khas generasi milenial yang menikmati isyarat visual. Dibandingkan dengan isyarat lainnya, generasi millennial tertarik dan cenderung lebih memperhatikan isyarat visual (Carrs, 2017). Desain Instagram yang menarik dikenal dengan label “Instagramable”. Biasanya gambar definisi tinggi, terdiri dari warna dan / atau objek yang menarik. Setelah Desain, variabel yang menempati urutan kedua adalah Frekuensi ke Posting. Variabel ini terbukti memiliki citra yang signifikan dan positif terhadap citra partai. Pasalnya, Frequency to Post yang tepat akan meningkatkan kesadaran audiens terhadap kandidat dan pesan yang disampaikan melalui media sosial (Chan, 2018). Selain itu, ini juga meningkatkan kemungkinan untuk meningkatkan penerimaan audiens terhadap pesan tersebut. Ketika pesan diterima, kemungkinan besar itu berdampak setidaknya pada salah satu dari tiga aspek, yaitu kognitif, praktis, dan konatif.

Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Briley (n.d), meskipun penelitian tersebut bertujuan untuk mencari pengaruh dari iklan internet. Ini menegaskan temuan serupa bahwa jumlah eksposur yang tepat meningkatkan efektivitas penerimaan pesan dan mempengaruhi sikap atau perilaku audiens. Namun, penting untuk diperhatikan; frekuensi yang tepat berbeda untuk setiap jenis audiens. Untuk audiens yang lebih aktif menggunakan media sosial, Frekuensi Posting yang sesuai mungkin lebih tinggi dibandingkan dengan yang kurang aktif. Meski berhasil menempati urutan ketiga setelah Desain dan Frekuensi Posting, tidak menjadikan Kualitas Konten kurang penting.

Hal tersebut dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Johansson (2016) bahwa kualitas konten atau pesan berpengaruh pada preferensi voting audiens. Jika mengacu pada literatur Chai, Potdar, dan Dillon, (2009), kualitas konten ditentukan oleh empat faktor. Yakni, relevansi, pemahaman, konsistensi, dan kepercayaan. Faktor yang menentukan kualitas konten mungkin berbeda dari satu penonton ke penonton lainnya karena sangat subjektif. Sedangkan Informality of Speech juga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Vote Intention. Sebab, variabel ini membuat kandidat dikaitkan dengan citra yang disukai, seperti ramah dan mudah didekati. Itu juga membuat mereka lebih mudah berhubungan dengan penonton dibandingkan dengan mereka yang menunjukkan image yang tegas (Hellweg, 2011).

## **Penutup**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat variabel yang mempengaruhi kualitas pesan politik media sosial yaitu kualitas konten, informalitas pidato, desain, dan frekuensi posting berpengaruh signifikan dan positif terhadap citra partai. Namun di antara

variabel-variabel tersebut, pengaruh yang paling signifikan dan positif dimiliki oleh desain. Hal tersebut tampaknya terkait dengan sifat Instagram sebagai media sosial berbasis foto.

Saran untuk DPC PDI Perjuangan Sidoarjo agar dapat meningkatkan kegiatan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat terutama kegiatan yang berdampak langsung efeknya. Selain itu dalam pengelolaan social media agar dapat lebih konsisten untuk konten yang dibuat dan lebih merinci karena berkaitan dengan citra partai.

Untuk penelitian selanjutnya, rekomendasinya adalah memasukkan variabel lain yang belum diuji melalui penelitian ini. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian pada objek yang berbeda untuk melihat apakah pesan politik media sosial memberikan dampak yang sama bagi citra partai atau tidak.

### **Daftar Pustaka**

- Agichtein, E., Castillo, C., Donato, D., Gionis, A., & Mishne, G. (2008). Finding High-Quality Content in Social Media. *WSDM '08: Proceedings of the 2008 International Conference on Web Search and Data Mining*, 183-194. <https://doi.org/10.1145/1341531.1341557>
- Agunbiade, D., & Ogunyinka, P. (2013). Effect of Correlation Level on the Use of Auxiliary Variable in Double Sampling for Regression Estimation. *Open Journal of Statistics*, 3(5), 312-318. <http://dx.doi.org/10.4236/ojs.2013.35037>
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105-120.
- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research*. Wadsworth.
- Biswas, A., Ingle, N., & Roy, M. (2014). Influence of Social Media on Voting Behavior. *Journal of Power, Politics & Governance*, 2(2), 127-155.
- Chai, K., Potdar, V., & Dillon, T. (2009). Content Quality Assessment Related Frameworks for Social Media. *Computational Science and Its Applications – ICCSA 2009*, 791-805. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-02457-3\\_65](https://doi.org/10.1007/978-3-642-02457-3_65)
- Chan, M. (2018). Partisan Strength and Social Media Use Among Voters During the 2016 Hong Kong Legislative Council Election: Examining the Roles of Ambivalence and Disagreement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 343-362. <https://doi.org/10.1177/1077699017750857>
- Dabula, N. (2017). The Influence of Political Marketing Using Social Media on Trust, Loyalty and Voting Intention of the Youth of South Africa. *Business & Social Sciences Journal (BSSJ)*, 2(1), 62-112.
- Hagar, D. (2014). Campaigning Online: Social Media in the 2010 Niagara Municipal Elections. *Canadian Journal of Urban Research*, 23(1), 74-98.
- Hellberg, M. (2015). Visual Brand Communication on Instagram: A Study on Consumer Engagement (Publication No. 10138/156026) [Master's thesis, Hanken School of Economics]. [Helsingin yliopiston kirjasto](https://hdl.handle.net/10138/156026).
- Hellweg, A. (2011). Social Media Sites of Politicians Influence Their Perception by Constituents. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2(1), 22-35. <https://kab-sidoarjo.kpu.go.id/page/read/37/perolehan-suara>
- Johansson, A. (2016). Social Media and Politics in Indonesia. *Stockholm School of Economics Asia Working Paper Series*, 42 -60
- Ruslan, R. (2019). *METODE PENELITIAN: Public Relations dan Komunikasi*. RajaGrafindo Persada.

- Setyawati, N. K. D., Prijowidodo, G., & Inggrit, I. (2018). Pola Komunikasi Organisasi PDI Perjuangan dalam Proses Kaderisasi di DPC Kabupaten Sidoarjo. *Scriptura*, 8(1), 30-40
- Sugiyono, P. D. (2012). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Alfabeta CV.
- Taufik M, 2019. Hasil Rekapitulasi KPU Kabupaten Sidoarjo, PKB Naik 16 Kursi, PDIP 9 Kursi, PAN Turun Jadi 5 Kursi. Editor: Arie Noer Rachmawati. <https://jatim.tribunnews.com/2019/05/04/hasil-rekapitulasi-kpu-kabupaten-sidoarjo-pkb-naik-16-kursi-pdip-9-kursi-pan-turun-jadi-5-kursi>