



STRENGTHENING IMAGE OF PRESIDENTIAL CANDIDATES THROUGH POLITICAL DISCOURSE ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

PENGUATAN CITRA KANDIDAT PRESIDEN MELALUI WACANA POLITIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Hanin Al Anan Awang Rif¹, Sri Wahono², Sukarno³

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

¹e-mail: haninaawang2@gmail.com, ²e-mail: sriwahonosaptono@univetbantara.ac.id, ³e-mail: angakarno@gmail.com

Article history:

Received
16 Mei 2024

Received in revised form
26 Mei 2024

Accepted
3 Juni 2024

Available online
Mei 2024

Keywords:

Instagram; Election
Advertisements; Political
Discourse.

Kata Kunci:

Instagram; Iklan Pemilu;
Wacana Politik.

DOI

10.22216/kata.v8i1.2924

Abstract

This research explores the 2024 Presidential Election advertisements on Instagram using Fairclough's theoretical approach. The main focus is analyzing advertising texts, discourse practices, and the social context involved in the production and dissemination process of these advertisements. The aim of the research is to understand how political advertising on social media platforms such as Instagram influences public perception and utilizes the dynamics of globalization in the context of presidential elections. Research methods involve text analysis to understand the narrative used in the advertisement, discourse practice analysis to explore the communication strategies used, and social analysis to understand the social and political impact of the advertisement. The results of this research provide in-depth insight into the role of social media in contemporary political campaigns, as well as its implications for democracy and public political participation.

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi iklan Pemilihan Presiden 2024 di Instagram dengan menggunakan pendekatan teori Fairclough. Fokus utama adalah menganalisis teks iklan, praktik wacana, dan konteks sosial yang terlibat dalam proses produksi dan diseminasi iklan tersebut. Tujuan penelitian adalah untuk memahami bagaimana iklan politik di platform media sosial seperti Instagram mempengaruhi persepsi publik dan memanfaatkan dinamika globalisasi dalam konteks pemilihan presiden. Metode penelitian melibatkan analisis teks untuk memahami narasi yang digunakan dalam iklan, analisis praktik wacana untuk mengeksplorasi strategi komunikasi yang digunakan, dan analisis sosial untuk memahami dampak sosial dan politik dari iklan tersebut. Hasil penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam tentang peran media sosial dalam kampanye politik kontemporer, serta implikasinya terhadap demokrasi dan partisipasi politik masyarakat.

PENDAHULUAN

Konteks eraglobalisasi ditandai oleh integrasi ekonomi dan perkembangan pesat teknologi informasi, peran media sosial telah meluas dan menjadi salah satu sarana yang paling signifikan dalam menyampaikan pesan politik (Alamsyah dkk., 2024; Hermawanto & Anggrani, 2020). Kemajuan teknologi saat ini telah memengaruhi perilaku masyarakat pemakai Bahasa (Inderasari & Oktavia, 2019). Fenomena ini tidak hanya mencerminkan transformasi dalam cara kita berkomunikasi, tetapi juga mencatat pergeseran fundamental dalam dinamika politik, di mana platform-platform media sosial menjadi pusat utama perdebatan, kampanye, dan pertukaran ide politik (Andriana, 2022).

Corresponding author.

E-mail address: haninaawang2@gmail.com

Pemilihan presiden merupakan salah satu momen penting dalam kehidupan berdemokrasi di Indonesia. Dalam pemilihan Presiden, media sosial menjadi salah satu platform yang sangat penting dalam mempengaruhi opini public (Faradis dkk., 2023). Salah satu media sosial yang sangat populer di Indonesia adalah *Instagram*. *Instagram* memiliki pengguna aktif yang sangat banyak dan tersebar di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang sangat penting dalam mempengaruhi opini publik terhadap calon Presiden.

Keputusan yang diambil dalam pemilihan Presiden akan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk kebijakan ekonomi, sosial, pendidikan, dan keamanan nasional (Syafirullah dkk., 2023). Oleh karena itu, momen ini bukan hanya sebagai pesta demokrasi, melainkan juga sebagai panggung keputusan strategis yang akan membentuk landasan bagi kemajuan negara ke depan. Dalam konteks ini, partisipasi aktif dan pemahaman mendalam dari masyarakat terhadap kandidat dan platform kebijakan mereka menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa pemilihan Presiden mencerminkan aspirasi dan kebutuhan masyarakat secara lebih luas (Atiyatunnajah & Amna, 2023; Husain dkk., 2023; I. N. Pratama dkk., 2024).

Wacana politik merupakan suatu pendekatan kajian yang memusatkan perhatian pada bahasa sebagai alat utama dalam mereproduksi dan membentuk realitas politik (Zainuddin, 2021). Dalam konteks ini, bahasa bukan hanya dianggap sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai instrumen kekuasaan yang memainkan peran kunci dalam membentuk opini, persepsi, dan tindakan politik masyarakat (Pureklolon, 2021; Sari & Kurniawati, 2023). Pemahaman mendalam terhadap analisis wacana politik memberikan wawasan tentang bagaimana bahasa digunakan untuk membentuk naratif politik, mempengaruhi pemikiran masyarakat, serta menciptakan identitas dan makna politik. Wacana (*discourse*) merupakan bentuk komunikasi bahasa yang paling komprehensif, berfungsi sebagai unit gramatikal paling tinggi atau paling besar dalam hierarki bahasa. Wacana dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, termasuk karangan utuh seperti buku, novel, atau ensiklopedia, serta dalam bentuk paragraf, kalimat, atau kata yang menyampaikan pesan yang utuh. Menurut Stubbs (dalam Tarigan, 1993:25), wacana merupakan struktur bahasa yang melampaui tingkat kalimat atau klausa, dan juga mencakup unit-unit linguistik yang lebih besar daripada kalimat atau klausa, seperti percakapan atau teks tertulis yang singkat, yang disebut sebagai teks. Pentingnya klasifikasi terletak pada kemampuannya untuk mempermudah pemahaman, pembongkaran, dan analisis wacana secara akurat.

Dalam pemilihan Presiden, iklan menjadi salah satu strategi penting dalam mempengaruhi opini publik (Hartanto, 2021). Fokus utama dalam iklan politik adalah menggunakan pendekatan dan strategi pemasaran untuk membantu politisi dan partai politik agar lebih efisien dan efektif dalam membangun hubungan dengan para pemilih dan masyarakat. Konsep hubungan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari interaksi langsung selama masa kampanye hingga komunikasi tidak langsung melalui liputan media massa (Falah, 2023; Indrawan dkk., 2020). Tujuan utama dari iklan politik agar lebih dikenal di kalangan masyarakat sehingga dapat menarik dukungan dari pemilih atau konstituen baik dalam pemilihan umum di tingkat lokal maupun nasional (Zunaria & Ruliana, 2022). Oleh karena itu, analisis wacana politik dalam iklan pemilihan Presiden 2024 di media sosial *Instagram* menjadi sangat penting untuk dilakukan. Melalui analisis wacana, penelitian ini akan menggali lebih dalam aspek linguistik, dan struktural dari iklan politik di *Instagram*. Peneliti akan memeriksa pilihan kata, gaya bahasa, dan konstruksi kalimat dalam upaya untuk mengidentifikasi bagaimana pesan politik disampaikan dan bagaimana konteks politik tercermin dalam bahasa iklan tersebut.

Penelitian yang relevan yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga yaitu: Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dinda Naharin Rahma Ramadhania yang berjudul “Analisis

Wacana Kritis: Pendidikan Politik Kepada Generasi Zilenial Melalui Platform Tiktok @Politik.Cerdas”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pendekatan pendidikan politik yang dilakukan melalui platform TikTok oleh akun @Politik.Cerdas kepada generasi Zilenial. Penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan datang, yaitu penelitian terdahulu fokus pada pendidikan politik kepada generasi Zilenial melalui platform TikTok, sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada analisis iklan pemilihan presiden 2024 di media sosial Instagram.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Bambang Mudjiyanto, Launa, dan Fit Yanuar yang berjudul “Branding Capres Dan Konstruksi Wacana Politik Pilpres 2024 Di Ruang Media Sosial”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti strategi branding yang digunakan oleh calon Presiden (capres) dalam membangun citra politik mereka melalui media sosial, khususnya dalam konteks pemilihan presiden 2024. Penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan datang, yaitu penelitian terdahulu lebih menekankan pada strategi branding yang digunakan oleh calon presiden untuk membangun citra politik mereka di media sosial secara umum, sementara penelitian yang akan dilakukan lebih terfokus pada analisis iklan pemilihan presiden di Instagram.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatimah Nur Azmah, Siti Ansoriyah, dan Ilza Mayumi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Fairclough dalam Wacana Pilpres 2024 (Studi Kasus Berita di Instagram @Pinterpolitik)”. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan analisis wacana kritis Fairclough dalam memeriksa wacana yang terkait dengan pemilihan presiden 2024, dengan menggunakan berita yang dipublikasikan di akun Instagram @Pinterpolitik sebagai studi kasus. Penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan datang, yaitu objek penelitian berbeda dimana penelitian terdahulu meneliti wacana politik yang disampaikan melalui berita di satu akun *instagram*, sementara penelitian yang akan dilakukan fokus pada analisis iklan pemilihan presiden di beberapa akun resmi kandidat dan akun politik.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konstruksi wacana politik dalam iklan pemilihan Presiden 2024 di media sosial *instagram* dan menganalisis konstruksi bahasa yang digunakan dalam iklan pemilihan Presiden 2024 di media sosial *instagram* tersebut. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan data yang akurat dan valid. Penelitian ini meninjau literatur tentang peran media sosial dalam kampanye politik, dengan fokus khusus pada Instagram. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih dan membangun narasi yang lebih personal dan dinamis. Namun, masih ada kesenjangan dalam memahami bagaimana wacana politik di Instagram membentuk perilaku pemilih dan keterlibatan politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus utama pada analisis wacana sebagai landasan metodologisnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki konstruksi bahasa dan pesan politik dalam iklan pemilihan presiden di media sosial *Instagram* secara mendalam. Analisis wacana dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Norman Fairclough. Pendekatan Fairclough dalam analisis kritis wacana politik akan memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan menganalisis tidak hanya konstruksi bahasa dalam iklan politik tersebut tetapi juga bagaimana konstruksi tersebut terkait dengan struktur kekuasaan, ideologi politik, dan dinamika sosial yang lebih luas (Batubara, A., & Zamzami, 2023). Ini akan membantu dalam pemahaman yang lebih mendalam tentang cara bahasa digunakan untuk mempengaruhi citra calon dan opini publik dalam konteks politik yang kompleks seperti pemilihan presiden.

Tahapan kegiatan analisis pada penelitian ini meliputi beberapa langkah sistematis. Pertama, dilakukan reduksi data, di mana data mentah yang telah dikumpulkan

disederhanakan dan diklasifikasikan berdasarkan kategori atau tema tertentu yang relevan dengan citra kandidat dan wacana politik. Selanjutnya, data yang telah direduksi tersebut disajikan dalam bentuk yang lebih terstruktur yaitu narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman dan analisis lebih lanjut. Setelah penyajian data, tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi makna dari data yang telah dianalisis. Peneliti mengevaluasi bagaimana berbagai elemen wacana politik yang muncul di *Instagram* memengaruhi dan membentuk citra kandidat presiden. Kesimpulan yang ditarik kemudian diuji kembali dengan memperhatikan verifikasi dan kredibilitas data untuk memastikan keakuratan temuan. Proses ini tidak hanya menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi kandidat di media sosial, tetapi juga memberikan wawasan tentang efektivitas wacana politik dalam memengaruhi persepsi publik. Kemudian data dikategorikan menjadi tiga bagian diantaranya; analisis teks, analisis praktik wacana, dan analisis praktik sosial. Pada penelitian ini terdapat lima belas data yang dianalisis berdasarkan kategori tersebut dengan menggunakan teori Fairclough.

Data dari penelitian ini berupa wacana politik yang membahas mengenai konstruksi Bahasa pada media sosial *Instagram*, data diambil dari iklan (poster) pemilihan Presiden 2024 yang diunggah di beberapa akun politik. Sumber data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam konteks penelitian ini, sumber data primer berupa iklan pemilihan presiden 2024 yang dipublikasikan di media sosial *Instagram*. Peneliti mengumpulkan iklan tersebut dari akun resmi calon presiden atau lembaga yang terkait dengan kampanye politik. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder mencakup analisis atau laporan sebelumnya tentang kampanye pemilihan presiden 2024 di media sosial *Instagram*. Laporan survei pendapat, analisis sentimen, atau artikel akademis tentang politik dan media sosial juga dapat menjadi sumber data sekunder.

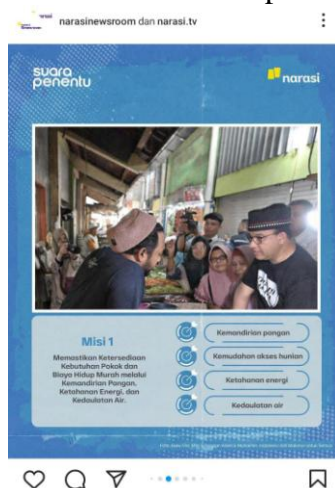
Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu: Identifikasi Iklan Pemilihan Presiden di *Instagram*, pemilihan sampel, pengumpulan data, transkripsi teks, analisis konten, pencatatan konteks, dan verifikasi dan kredibilitas. Kemudian teknik analisis data berupa reduksi data (penggolongan data), penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Protokol tahapan pengumpulan data pada penelitian yang mencakup identifikasi iklan pemilihan presiden di *Instagram*, pemilihan sampel, pengumpulan data, transkripsi teks, analisis konten, pencatatan konteks, dan verifikasi dan kredibilitas dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Identifikasi iklan pemilihan Presiden di *Instagram*, dengan tujuan: menentukan iklan yang relevan untuk dianalisis. Kemudian prosedur yang dilakukan: Menggunakan kata kunci dan tagar yang berkaitan dengan pemilihan presiden. Mengumpulkan semua iklan yang muncul dalam periode tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. (2) Pemilihan sampel, dengan tujuan untuk menentukan sampel iklan yang akan dianalisis lebih lanjut. Prosedur yang dilakukan: menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi untuk memilih iklan. Misalnya, hanya memilih iklan dari akun resmi kandidat atau iklan yang memiliki jumlah interaksi tertentu. (3) Pengumpulan data, prosedur yang dilakukan: Mengunduh atau mencatat informasi iklan, termasuk teks, gambar, dan tanggal publikasi. (4) Transkripsi Teks, dengan tujuan: mengubah konten verbal dalam iklan menjadi teks tertulis yang dapat dianalisis. Kemudian menggunakan prosedur: menyalin teks yang ada dalam iklan secara verbatim, termasuk menuliskan kembali teks dari gambar. (5) Analisis Konten, tujuan: menganalisis isi dari iklan untuk mengidentifikasi tema, pesan, dan strategi yang digunakan. Prosedur: mengkategorikan isi iklan berdasarkan tema tertentu, mengidentifikasi pola dan frekuensi pesan, serta strategi komunikasi yang digunakan. (6) Pencatatan Konteks, tujuan: mencatat konteks di mana iklan dipublikasikan untuk memahami latar belakang dan situasi saat itu. Prosedur: menyimpan informasi mengenai waktu publikasi, peristiwa politik yang relevan, dan reaksi publik terhadap iklan. (7) Verifikasi dan Kredibilitas, tujuan: memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan dianalisis adalah valid dan dapat dipercaya. Prosedur: memverifikasi

keaslian akun yang memposting iklan, *cross-check* informasi dengan sumber lain, dan menggunakan teknik triangulasi data untuk meningkatkan kredibilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilu Presiden 2024 di Indonesia adalah pesta demokrasi yang menentukan pemimpin negara untuk lima tahun ke depan. Dengan partisipasi massif dari warga, kandidat dari berbagai partai bersaing untuk memenangkan kepercayaan rakyat. Kampanye dipenuhi dengan debat, pidato, dan promosi politik, sementara pemilih memilih calon yang dianggap paling sesuai dengan visi dan harapan mereka untuk masa depan negara. Hasilnya adalah penentuan arah politik dan kebijakan Indonesia melalui suara rakyat.

Di dalam pemilihan calon Presiden dan Wakil Presiden di tahun 2024 ini terdapat 3 kandidat dengan nomor urut satu yaitu Anies Rasyid Baswedan-Muhaimin Iskandar. Selanjutnya kandidat dengan nomor urut dua yaitu, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka. Kandidat dengan nomor urut terakhir yaitu, Ganjar Pranowo-Mahfud MD. Di bawah ini merupakan hasil analisis data dengan menggunakan teori Fairclough. Fairclough mengemukakan bahwa analisis wacana adalah sebuah aktivitas yang terikat pada konteks sosial, yang mengidentifikasi tiga dimensi dalam analisis tersebut, yakni teks, praktik wacana, dan praktik sosial. Teks berkaitan dengan aspek linguistik, sementara praktik wacana mencakup proses produksi dan konsumsi teks, dan praktik sosial mengacu pada konteks di luar teks. Fairclough menegaskan bahwa teks tidak dapat dipisahkan dari konteksnya.



Gambar 1

Sumber: @narasinewsroom

Pada postingan pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden dengan nomor urut satu menjelaskan misi pertamanya serta agenda-agenda yang akan dilakukan jika terlaksana, berikut merupakan analisis mengenai postingan tersebut;

1. Analisis Teks:

Teks dalam gambar tersebut secara terperinci menjelaskan agenda misi utama dari kandidat pemilihan presiden nomor urut satu. Setiap agenda dijabarkan secara singkat, mencakup topik-topik seperti kemandirian pangan, kemudahan akses hunian, ketahanan energi, dan kedaulatan air. Bahasa yang digunakan terkesan teknis namun mudah dipahami, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan secara jelas kepada audiens.

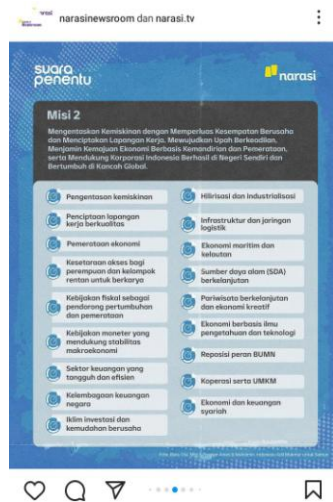
2. Analisis Praktik Wacana:

Dengan menyebutkan agenda ini, kandidat mencoba untuk memperkenalkan dirinya sebagai pemimpin yang peduli terhadap masalah-masalah krusial yang dihadapi oleh masyarakat. Agenda yang akan dilakukan tersebut juga menyoroti isu-isu yang

seringkali menjadi perhatian utama dalam debat politik dan isu-isu kebijakan publik. Dengan mengajukan solusi-solusi seperti kemandirian pangan dan ketahanan energi, kandidat ini mencoba untuk menunjukkan misinya untuk memperbaiki kondisi sosial-ekonomi masyarakat.

3. Analisis Praktik Sosial:

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk membangun citra yang positif di mata publik dengan menawarkan solusi konkret terhadap masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Dengan fokus pada kemandirian pangan, kemudahan akses hunian, ketahanan energi, dan kedaulatan air, kandidat ini mencoba untuk menarik perhatian pemilih yang peduli terhadap isu-isu tersebut. Hal ini juga dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk mendapatkan dukungan dari kelompok-kelompok yang terkena dampak langsung dari masalah-masalah tersebut, seperti petani, pekerja migran, dan komunitas yang rentan terhadap perubahan iklim.



Gambar 2

Sumber: @narasinewsroom

Pada psotingan pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden dengan nomor urut satu menjelaskan misi kedua serta agenda-agenda yang akan dilakukan jika terlaksana, berikut merupakan analisis mengenai postingan tersebut;

1. Analisis Teks

Teks dalam gambar tersebut secara rinci menjelaskan misi kedua dari kandidat, yaitu mengentaskan kemiskinan melalui beberapa langkah konkret, seperti memperluas kesempatan berusaha, menciptakan lapangan kerja, menjamin upah berkeadilan, dan mendukung pertumbuhan korporasi Indonesia di dalam negeri dan di kancah global. Bahasa yang digunakan terkesan teknis dan berisi pernyataan yang kuat, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan secara tegas dan meyakinkan kepada masyarakat.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menyebutkan langkah-langkah konkret untuk mengentaskan kemiskinan, kandidat ini mencoba untuk memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat. Penekanan pada upah berkeadilan dan dukungan terhadap korporasi Indonesia menunjukkan komitmen kandidat untuk menciptakan lingkungan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Langkah-langkah ini juga memperlihatkan rencana kandidat untuk membangun perekonomian yang kuat dan berdaya saing di tingkat nasional dan internasional.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang terdampak langsung oleh kemiskinan dan ketimpangan ekonomi. Dengan menawarkan solusi seperti menciptakan lapangan kerja dan menjamin upah berkeadilan, kandidat ini berusaha untuk mendapatkan dukungan dari kalangan pekerja dan kelompok masyarakat yang rentan terhadap kemiskinan. Selain itu, dengan menekankan dukungan terhadap korporasi Indonesia, kandidat ini juga berusaha untuk menarik perhatian dari pengusaha dan investor lokal.



Gambar 3

Sumber: @narasinewsroom

Pada postingan pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden dengan nomor urut satu menjelaskan misi ketiga serta agenda-agenda yang akan dilakukan jika terlaksana, berikut merupakan analisis mengenai postingan tersebut;

1. Analisis Teks

Teks dalam gambar tersebut menguraikan misi ketiga dari kandidat, yaitu mewujudkan keadilan ekologis berkelanjutan untuk generasi mendatang. Agenda tersebut mencakup berbagai langkah konkret seperti penguatan tata kelola lingkungan hidup, pemanfaatan energi baru terbarukan, ekonomi hijau, adaptasi dan mitigasi dampak krisis iklim, penanganan polusi udara, air, dan sampah, perlindungan hutan dan keanekaragaman hayati, ketahanan terhadap bencana alam, dan kolaborasi pemangku kepentingan lingkungan. Bahasa yang digunakan terkesan teknis dan berisi pernyataan yang kuat, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan tentang kepedulian terhadap lingkungan secara jelas dan meyakinkan kepada audiens.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menyebutkan langkah-langkah konkret untuk mewujudkan keadilan ekologis berkelanjutan, kandidat ini mencoba untuk memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap lingkungan dan kesejahteraan generasi mendatang. Agenda tersebut juga menunjukkan komitmen kandidat untuk menangani berbagai masalah lingkungan yang sedang dihadapi oleh masyarakat, seperti perubahan iklim, polusi, dan kerusakan lingkungan. Dengan menawarkan solusi seperti pemanfaatan energi baru terbarukan dan perlindungan keanekaragaman hayati, kandidat ini berusaha untuk menarik perhatian dari pemilih yang peduli terhadap isu lingkungan.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang terpeduli terhadap lingkungan dan kesejahteraan generasi mendatang. Dengan menawarkan agenda yang mencakup berbagai isu lingkungan, kandidat ini berusaha untuk mendapatkan dukungan dari kelompok-kelompok yang prihatin dengan masalah lingkungan, termasuk aktivis lingkungan, pecinta alam, dan generasi muda. Selain itu, dengan menekankan pentingnya kolaborasi pemangku kepentingan lingkungan, kandidat ini juga berusaha untuk membangun dukungan dari berbagai pihak yang terlibat dalam upaya pelestarian lingkungan.



Gambar 4

Sumber: @narasinewsroom

1. Analisis Teks

Teks dalam gambar tersebut menjelaskan misi keempat dari kandidat, yaitu membangun kota dan desa berbasis kawasan yang manusiawi, berkeadilan, dan saling memajukan. Agenda tersebut mencakup beberapa langkah konkret seperti pembangunan kota yang maju dan berdaya saing, pemberdayaan desa, reforma agraria, pembangunan regional dan metropolitan, serta pembangunan kawasan pesisir, kepulauan, dan pedalaman. Bahasa yang digunakan terkesan teknis dan berisi pernyataan yang kuat, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan tentang pembangunan kota dan desa secara jelas dan meyakinkan kepada masyarakat.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menyebutkan langkah-langkah konkret untuk membangun kota dan desa yang berbasis kawasan yang manusiawi, berkeadilan, dan saling memajukan, kandidat ini mencoba untuk memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap pembangunan lokal dan pemberdayaan masyarakat. Agenda tersebut juga menunjukkan komitmen kandidat untuk menangani berbagai masalah yang dihadapi di kota maupun desa, seperti ketimpangan pembangunan antara wilayah perkotaan dan pedesaan, serta perlunya reforma agraria untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat pedesaan. Dengan menawarkan solusi seperti pembangunan kota yang maju dan berdaya saing serta pembangunan desa yang mandiri, kandidat ini berusaha untuk menarik perhatian dari pemilih yang peduli terhadap pembangunan lokal dan kesejahteraan masyarakat.

3. Analisis Praktik Sosial

berusaha untuk mendapatkan dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk para profesional kesehatan, pendidik, dan pecinta budaya. Selain itu, dengan menekankan pentingnya kesehatan mental, karakter, dan martabat manusia, kandidat ini juga berusaha untuk membangun dukungan dari berbagai pihak yang terlibat dalam upaya memajukan kesejahteraan dan pembangunan manusia.



Gambar 6

Sumber: @prabowo.gibran2

Pada postingan pasangan calon presiden dan wakil presiden dengan nomor urut dua menjelaskan bahwa pemilu akan dilaksanakan dalam empat puluh satu hari lagi. Pada postingan tersebut terdapat misi dari kandidat, berikut analisisnya.

1. Analisis Teks

Teks pada postingan tersebut secara eksplisit menyebutkan dua poin utama dari visi kandidat, yaitu melanjutkan program-program unggulan Presiden Jokowi dan mengadakan makan siang gratis di sekolah serta memberikan bantuan gizi untuk ibu hamil. Bahasa yang digunakan sederhana dan jelas, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan secara langsung kepada masyarakat.

2. Analisis Praktik Wacana

Penekanan pada program unggulan Presiden Jokowi menunjukkan adanya upaya menciptakan kontinuitas dalam kebijakan pemerintah. Dengan menyebutkan program Jokowi secara positif, kandidat mencoba memenangkan dukungan dari pemilih yang puas dengan kinerja Jokowi. Selain itu, program makan siang gratis di sekolah dan bantuan gizi untuk ibu hamil merupakan strategi menarik perhatian pemilih dengan menawarkan solusi nyata terhadap masalah-masalah sosial.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan tersebut mencerminkan upaya kandidat membangun citra positif masyarakat dengan menawarkan solusi terhadap beberapa masalah sosial. Dengan mempromosikan program yang berfokus pada pendidikan dan kesehatan, kandidat mencoba menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal ini diinterpretasikan sebagai upaya memperoleh dukungan dari orang tua, guru, dan ibu hamil.



Gambar 7

Sumber: @prabowo.gibran2

1. Analisis Teks

Kalimat tersebut menyatakan bahwa kandidat dan timnya berpegang pada doktrin dan strategi nasional untuk kepentingan bangsa dan rakyat Indonesia. Teks ini menekankan pada kesetiaan terhadap doktrin dan strategi yang dianggap penting bagi pembangunan dan keberlangsungan Indonesia. Bahasa yang digunakan sederhana dan jelas, menunjukkan penekanan yang kuat pada komitmen terhadap kepentingan nasional.

2. Analisis Praktik Wacana:

Dengan menyatakan komitmen terhadap doktrin dan strategi nasional, kandidat ini mencoba untuk membangun citra sebagai pemimpin yang konsisten dan berkomitmen terhadap kepentingan bangsa. Pernyataan ini juga mencerminkan strategi diskursif untuk menarik pemilih yang peduli terhadap kedaulatan dan kepentingan nasional. Dengan menekankan pada doktrin dan strategi nasional, kandidat ini berusaha untuk menunjukkan bahwa mereka memiliki visi yang kokoh untuk mengarahkan negara.

3. Analisis Praktik Sosial:

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang menghargai kedaulatan dan kepentingan nasional. Dengan menegaskan komitmen terhadap doktrin dan strategi nasional, kandidat berusaha untuk memperoleh dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk kalangan militer, pekerja, dan kelompok nasionalis. Pernyataan ini juga dapat mempengaruhi opini publik dan narasi politik seputar isu-isu keamanan dan kedaulatan negara.



Gambar 8

Sumber: @prabowo.gibran2

1. Analisis Teks

Kalimat tersebut menyatakan bahwa kandidat Prabowo-Gibran siap untuk melanjutkan pembangunan Indonesia yang lebih maju. Mereka menyatakan bahwa dengan kerukunan, kearifan, dan cinta tanah air, Indonesia akan maju. Teks ini menekankan pada pentingnya kerukunan, kearifan, dan cinta terhadap tanah air sebagai fondasi untuk kemajuan negara. Bahasa yang digunakan sederhana dan jelas, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan optimisme dan kesatuan kepada masyarakat.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menyatakan kesiapan untuk melanjutkan pembangunan Indonesia yang lebih maju, kandidat ini mencoba membangun citra sebagai pemimpin yang progresif dan berkomitmen terhadap kemajuan negara. Pernyataan ini juga mencerminkan strategi diskursif untuk menarik pemilih yang peduli terhadap pembangunan dan kemajuan Indonesia. Dengan menekankan pada kerukunan, kearifan, dan cinta tanah air, kandidat ini berusaha menunjukkan bahwa mereka memiliki visi yang inklusif dan progresif untuk memajukan negara.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang menghargai nilai-nilai seperti kerukunan, kearifan, dan cinta tanah air. Dengan menegaskan kesiapan melanjutkan pembangunan yang lebih maju, kandidat berusaha memperoleh dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk kalangan yang peduli terhadap harmoni sosial dan nasionalisme. Pernyataan ini dapat mempengaruhi opini publik dan narasi politik seputar isu-isu identitas dan persatuan nasional.



Gambar 2.4

Sumber: @prabowo.gibran2

1. Analisis Teks

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa Indonesia masih menghadapi masalah stunting, anemia, dan kelaparan, dan bahwa diperlukan program yang dapat menangani masalah tersebut secara massif. Prabowo-Gibran mencanangkan beberapa program peningkatan gizi untuk mendorong kemajuan Indonesia. Program tersebut mencakup bantuan gizi untuk calon ibu, ibu hamil, dan anak-anak usia sekolah dasar, menengah, dan atas, serta pemberian makan siang gratis dan susu gratis di sekolah dan pesantren setiap hari. Tujuan dari program-program ini adalah untuk menurunkan angka stunting, meningkatkan partisipasi sekolah, meningkatkan prestasi siswa, dan menurunkan angka kelaparan anak dan anemia.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menyoroti masalah kesehatan seperti stunting, anemia, dan kelaparan, serta menawarkan program-program untuk mengatasinya, kandidat mencoba membangun citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat. Pernyataan ini mencerminkan strategi diskursif untuk menarik pemilih yang prihatin dengan isu kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan menekankan pada program-program kesehatan dan gizi, kandidat ini menunjukkan mereka memiliki visi yang jelas dan solusi konkret untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang peduli terhadap kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan menawarkan program-program untuk menangani masalah kesehatan seperti stunting, anemia, dan kelaparan, kandidat ini berusaha mendapatkan dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk ibu-ibu, guru, dan orangtua. Pernyataan ini dapat mempengaruhi opini publik seputar isu-isu kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 2.5

Sumber: @prabowo.gibran2

1. Analisis Teks

Pernyataan tersebut menekankan pentingnya melanjutkan dan memperluas hilirisasi, bukan hanya dalam sektor pertambangan, tetapi juga dalam sektor pertanian, maritim, dan digital. Gibran menyatakan bahwa Indonesia tidak boleh lagi mengirim barang dalam bentuk mentah, tetapi harus meningkatkan nilai tambah melalui proses hilirisasi. Bahasa yang digunakan jelas dan tegas, menyoroti urgensi untuk mengubah model ekonomi Indonesia menuju nilai tambah yang lebih tinggi.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menekankan pentingnya hilirisasi di berbagai sektor ekonomi, Gibran mencoba untuk membangun citra sebagai pemimpin yang progresif dan visioner dalam memperkuat ekonomi Indonesia. Pernyataan ini juga mencerminkan strategi diskursif untuk menarik pemilih yang peduli terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inovatif. Dengan menyoroti hilirisasi sebagai solusi untuk meningkatkan nilai tambah produk Indonesia, Gibran berusaha untuk menunjukkan komitmennya terhadap kemajuan ekonomi negara.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya Gibran untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang prihatin terhadap kemajuan ekonomi dan inovasi. Dengan menawarkan

pandangan yang progresif tentang hilirisasi di berbagai sektor ekonomi, Gibran berusaha untuk mendapatkan dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk pelaku usaha, pengusaha, dan kaum milenial yang terlibat dalam sektor digital. Pernyataan ini juga dapat mempengaruhi opini publik dan narasi politik seputar isu-isu ekonomi dan industri.



Gambar 1

Sumber: @sahabatganjar2024

Postingan di atas merupakan pasangan kandidat pemilihan Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 3. Pada postingan tersebut terdapat beberapa program kerja yang akan dilakukan jika pasangan tersebut terpilih menjadi Presiden-Wakil Presiden, berikut merupakan analisis mengenai postingan di atas;

1. Analisis Teks

Kalimat pada gambar yang berisi: "Ganjar Pranowo Komitmen Sejahterakan Nelayan" merupakan teks yang digunakan untuk menggambarkan Ganjar Pranowo terhadap para nelayan. Teks ini juga menjelaskan program khusus dan nyata yang ditawarkan bagi para nelayan agar sejahtera.

2. Analisis Praksis Diskursif

Kalimat pada gambar yang berisi: "Program Khusus Dan Nyata Untuk Para Nelayan Agar Sejahtera" merupakan contoh praksis diskursif yang digunakan untuk menjelaskan program khusus yang ditawarkan bagi para nelayan.

3. Analisis Praksis Sosial

Kalimat pada gambar yang berisi: "Bicara Sustainable Fishing, Ganjar Akan Menghapus Kredit Macet yang Kira-Kira Rp186 Miliar" merupakan contoh praksis sosial yang digunakan untuk menjelaskan bicara tentang sustainable fishing dan tindakan yang akan dilakukan oleh Ganjar Pranowo untuk menghapus kredit macet yang kira-kira Rp186 Miliar.

Dalam postingan tersebut, Ganjar Pranowo menggunakan teks dan gambar untuk menjelaskan komitmennya terhadap para nelayan dan program khusus yang ditawarkan. Hal ini dapat diterangkan dalam teks dan gambar yang ditulis, serta kalimat yang ditulis oleh Ganjar Pranowo.



Gambar 2

Sumber: @pdiperjuangan

1. Analisis Teks

Teks dalam gambar tersebut menyatakan misi dari kandidat, yaitu menjadikan pariwisata sebagai tujuan utama Indonesia. Misi tersebut mencakup pembangunan pariwisata yang terintegrasi, berkualitas, berbasis masyarakat lokal, dan berkelanjutan. Tujuannya adalah untuk melipatgandakan destinasi pariwisata super prioritas dan memperluas promosi destinasi wisata khas Indonesia untuk mencapai target jumlah wisatawan mancanegara sebesar 30 juta tahun 2029. Bahasa yang digunakan terkesan teknis dan berisi pernyataan yang kuat, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya pariwisata secara jelas dan meyakinkan kepada audiens.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menyatakan misi untuk menjadikan pariwisata sebagai tujuan utama Indonesia, kandidat ini mencoba untuk memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap pengembangan sektor pariwisata. Misi tersebut juga menunjukkan komitmen kandidat untuk meningkatkan daya tarik pariwisata Indonesia melalui pembangunan infrastruktur pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan. Dengan menargetkan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara, kandidat ini berusaha untuk menarik perhatian dari pemilih yang prihatin dengan potensi ekonomi yang dimiliki oleh sektor pariwisata.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang terkait dengan sektor pariwisata. Dengan menawarkan agenda pembangunan pariwisata yang terintegrasi, berkelanjutan, dan inklusif, kandidat ini berusaha untuk mendapatkan dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk pelaku pariwisata, masyarakat lokal di destinasi pariwisata, dan pelancong. Selain itu, dengan menekankan pentingnya promosi destinasi wisata khas Indonesia, kandidat ini juga berusaha untuk membangun dukungan dari berbagai pihak yang terlibat dalam upaya memajukan sektor pariwisata.



Gambar 3

Sumber: @pdiperjuangan

1. Analisis Teks

Teks dalam gambar tersebut menyatakan misi dari kandidat, yaitu mendorong ekonomi kreatif untuk semakin maju. Misi tersebut mencakup upaya untuk menjadikan pelaku ekonomi kreatif sebagai ahli di bidangnya dan berhasil di level lokal maupun internasional. Hal ini akan dicapai melalui pendampingan profesional, pemberian akses terhadap bahan baku, teknologi, permodalan, hak cipta, pasar, koneksi, industri, dan ruang publik, serta pembangunan infrastruktur *creative hub* di setiap daerah. Bahasa yang digunakan terkesan teknis dan berisi pernyataan yang kuat, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya pengembangan ekonomi kreatif secara jelas dan meyakinkan kepada audiens.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menyatakan misi untuk mendorong ekonomi kreatif, kandidat ini mencoba untuk memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap pengembangan sektor ekonomi yang inovatif dan berdaya saing. Misi tersebut juga menunjukkan komitmen kandidat untuk memberikan dukungan dan fasilitas yang dibutuhkan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk berhasil dalam skala lokal maupun internasional. Dengan menargetkan pengembangan infrastruktur *creative hub* di setiap daerah, kandidat ini berusaha untuk menarik perhatian dari pemilih yang tertarik dengan industri kreatif dan inovasi.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang terkait dengan sektor ekonomi kreatif. Dengan menawarkan agenda untuk mendukung pelaku ekonomi kreatif melalui pendampingan profesional dan pembangunan infrastruktur *creative hub*, kandidat ini berusaha untuk mendapatkan dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk pekerja kreatif, pelaku industri kreatif, dan komunitas seni dan budaya. Selain itu, dengan menekankan pentingnya pembangunan infrastruktur kreatif di setiap daerah, kandidat ini juga berusaha untuk membangun dukungan dari berbagai pihak yang terlibat dalam upaya memajukan sektor ekonomi kreatif.



Gambar 4

Sumber: @pdiperjuangan

1. Analisis Teks

Teks dalam gambar tersebut menyatakan misi dari kandidat, yaitu menjadikan logistik lebih murah. Misi ini mencakup integrasi peta jalan industri dan logistik, harmonisasi sistem logistik nasional hingga ke tingkat desa, serta optimalisasi *Sea Lines of Communication* (SLOC) dan Alur Laut Kepulauan Indonesia (ALKI) sebagai jalur perdagangan internasional. Diharapkan bahwa dengan langkah-langkah ini, biaya logistik dapat turun menjadi 15-17% dari Produk Domestik Bruto (PDB). Bahasa yang digunakan terkesan teknis dan berisi pernyataan yang kuat, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan tentang upaya untuk mengurangi biaya logistik secara jelas dan meyakinkan kepada audiens.

2. Analisis Praksis Diskursif

Dengan menyatakan misi untuk membuat logistik lebih murah, kandidat ini mencoba untuk memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap masalah biaya hidup dan pengeluaran masyarakat. Misi ini juga menunjukkan komitmen kandidat untuk meningkatkan efisiensi dalam sistem logistik nasional, serta memanfaatkan potensi maritim Indonesia sebagai jalur perdagangan internasional. Dengan menargetkan pengurangan biaya logistik, kandidat ini berusaha untuk menarik perhatian dari pemilih yang prihatin dengan masalah ekonomi dan kemudahan akses terhadap barang.

3. Analisis Praksis Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang terkait dengan masalah logistik dan ekonomi. Dengan menawarkan agenda untuk mengurangi biaya logistik, kandidat ini berusaha untuk mendapatkan dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk pelaku bisnis, pengusaha kecil, dan konsumen. Selain itu, dengan menekankan pentingnya integrasi sistem logistik hingga ke tingkat desa dan optimalisasi jalur perdagangan internasional, kandidat ini juga berusaha untuk membangun dukungan dari berbagai pihak yang terlibat dalam upaya meningkatkan konektivitas dan daya saing ekonomi Indonesia.



Gambar 5

Sumber: @pdiperjuangan

1. Analisis Teks

Teks dalam gambar tersebut menyatakan misi dari kandidat, yaitu tentang infrastruktur dan simpul konektivitas Indonesia. Misi tersebut mencakup upaya untuk melanjutkan pemerataan dan meningkatkan nilai tambah dari infrastruktur yang telah terbangun dengan menggerakkan ekonomi rakyat di seluruh simpul konektivitas di Indonesia yang sudah terhubung satu sama lain. Bahasa yang digunakan terkesan teknis dan berisi pernyataan yang kuat, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya pengembangan infrastruktur dan konektivitas secara jelas dan meyakinkan audiens.

2. Analisis Praktik Wacana

Dengan menyatakan misi untuk melanjutkan pemerataan dan meningkatkan nilai tambah dari infrastruktur yang ada, kandidat ini mencoba untuk memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap pembangunan infrastruktur dan pemerataan ekonomi. Misi ini juga menunjukkan komitmen kandidat untuk menggerakkan ekonomi rakyat melalui konektivitas yang lebih baik di seluruh Indonesia. Dengan menargetkan pengembangan ekonomi di seluruh simpul konektivitas, kandidat ini berusaha untuk menarik perhatian dari pemilih yang prihatin dengan pembangunan dan pemerataan ekonomi.

3. Analisis Praktik Sosial

Postingan ini mencerminkan upaya kandidat untuk memperkuat hubungan dengan pemilih yang terkait dengan masalah infrastruktur dan konektivitas. Dengan menawarkan agenda untuk melanjutkan pembangunan infrastruktur dan meningkatkan konektivitas, kandidat ini berusaha untuk mendapatkan dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk pengusaha, pekerja, dan masyarakat di daerah-daerah terpencil. Selain itu, dengan menekankan pentingnya menggerakkan ekonomi rakyat melalui konektivitas yang lebih baik, kandidat ini juga berusaha untuk membangun dukungan dari berbagai pihak yang terlibat dalam upaya meningkatkan perekonomian nasional.

Berdasarkan dari analisis teks, ditemukan bahwa setiap pernyataan kandidat menggunakan bahasa yang jelas, tegas, dan penuh optimisme. Pernyataan-pernyataan ini menekankan pentingnya nilai-nilai seperti kemajuan, kesejahteraan, kemandirian, dan persatuan. Contohnya, Prabowo-Gibran menekankan pentingnya hilirisasi di berbagai sektor untuk mendorong ekonomi Indonesia, serta program gizi untuk mengatasi masalah stunting dan kelaparan. Pada analisis Praksis Diskursif, ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut merupakan upaya strategis untuk membangun citra positif dan progresif dari para kandidat. Kandidat menggunakan wacana yang menargetkan berbagai segmen masyarakat,

seperti ibu hamil, anak-anak sekolah, dan pelaku ekonomi. Pernyataan ini mencerminkan strategi diskursif untuk menarik simpati dan dukungan pemilih dengan menunjukkan komitmen terhadap isu-isu sosial dan ekonomi yang penting. Pada analisis Praksis Sosial, terlihat bahwa pernyataan-pernyataan ini tidak hanya bertujuan menarik dukungan, tetapi juga mencerminkan konteks sosial dan politik yang lebih luas. Misalnya, dengan menekankan program gizi dan hilirisasi, para kandidat berusaha merespons isu-isu sosial dan ekonomi yang menjadi perhatian utama masyarakat. Selain itu, penggunaan istilah-istilah seperti "kemajuan", "kerukunan", dan "cinta tanah air" mencerminkan nilai-nilai yang dihargai dalam budaya politik Indonesia saat ini.

Temuan ini sejalan dengan pendapat beberapa ahli dalam literatur. Bahasa dalam wacana politik sering digunakan untuk menciptakan representasi tertentu dari kenyataan, membangun identitas sosial, dan menetapkan hubungan sosial. Pernyataan-pernyataan kandidat menciptakan citra sebagai pemimpin yang progresif dan berkomitmen terhadap kesejahteraan masyarakat, yang merupakan strategi untuk memenangkan hati pemilih (Seftriani, 2019). Selain itu, dalam konteks analisis praksis diskursif dalam politik sering kali digunakan untuk melegitimasi kekuasaan dan memperoleh dukungan (Aliano & Adon, 2023). Pernyataan kandidat yang menekankan program-program kesehatan dan hilirisasi mencerminkan upaya mereka untuk memperoleh legitimasi melalui janji-janji konkret yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Terakhir, analisis praksis sosial menunjukkan bagaimana wacana politik terkait dengan struktur sosial yang lebih luas. Wacana publik sering kali mencerminkan dan membentuk opini publik serta norma sosial. Pernyataan-pernyataan yang menekankan nilai-nilai seperti kerukunan dan cinta tanah air mencerminkan upaya untuk menyelaraskan diri dengan nilai-nilai yang diterima secara luas dalam masyarakat Indonesia, sehingga memperkuat hubungan sosial dan politik dengan pemilih (Yusuf & Kusnanto, 2024).

Temuan ini memiliki implikasi penting bagi demokrasi dan partisipasi politik. Media sosial, khususnya Instagram, memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan keterlibatan politik. Iklan politik yang efektif dapat mempengaruhi perilaku pemilih dan memperkuat partisipasi politik. Namun, ada juga risiko manipulasi dan penyebaran informasi yang tidak akurat.

Penelitian di masa depan dapat mencakup studi perbandingan di berbagai *platform* media sosial, studi longitudinal mengenai dampak iklan media sosial, dan analisis peran elemen visual dalam wacana politik di Instagram. Studi ini juga dapat diperluas untuk memahami bagaimana interaksi antara kandidat dan pemilih di media sosial mempengaruhi dinamika politik secara keseluruhan.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis menggunakan teori Fairclough pada data-data di atas, kesimpulannya adalah bahwa setiap pernyataan dari kandidat pemilihan presiden menggambarkan upaya mereka untuk mempengaruhi opini publik dan membangun citra yang diinginkan. Melalui penggunaan bahasa yang tegas dan naratif yang menekankan nilai-nilai seperti kemajuan, kesejahteraan, dan keadilan, kandidat-kandidat tersebut berusaha untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan dari pemilih. Pernyataan-pernyataan tersebut tidak hanya mencerminkan representasi teks semata, tetapi juga merupakan hasil dari praktik diskursif dan sosial yang kompleks dalam konteks politik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo, khususnya program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, yang telah

memberikan ilmu dalam penulisan artikel sehingga artikel ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Bapak Drs. Sri Wahono S, M.Hum., dan Bapak Drs. Sukarno, M.Hum., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran sehingga artikel ini menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi Media dan Dinamika Komunikasi dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168–181.
- Aliano, Y. A., & Adon, M. J. (2023). Percaturan politik genealogi kekuasaan dalam sistem pemilu '2024' di Indonesia menurut etika Michel Foucault. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 480–480.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JFI/article/view/62767/27347>
- Andriana, N. (2022). Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial sebagai Salah Satu Alat Komunikasi untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y dan Z): Studi Kasus PDI-P dan PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51–65.
<https://ejournal.politik.lipi.go.id/>
- Atiyatunnajah, M., & Amna, W. S. (2023). Friksi Masyarakat Dalam Inkompabilitas Pemilu Dan Demokrasi Indonesia. *Jurnal Kajian Konstitusi*, 3(1), 27.
<https://doi.org/10.19184/j.kk.v3i1.38545>
- Batubara, A., & Zamzami, F. G. (2023). *Ekonomi politik pada iklan wardah di televisi : analisis*. 2, 326–339.
- Desmalinda, Alfriti, & Bafadhal. (2020). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Analisis Framing pada Situs Berita Online Mediaindonesia.com Tanggal 15 September 2018 - 22 Januari 2019 dengan #Pilpres2019*. 2(2), 1–192.
- Falah, Z. (2023). Peran komunikasi politik dalam membentuk citra kandidat pemilu. *Journal Syntax Idea*, 5(9).
- Faradis, N., Ainya, N., Fauzah, A., Ichsan, M., & Anshori, A. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional*, 643–652.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206–225.
<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1299>
- Hartanto, A. (2021). Makna Tanda dalam Iklan Politik Pemilihan Presiden Indonesia The Meaning of Sign in Political Advertising of the Indonesian Presidential Election. *Jurnal Pekommas*, 6(2015), 43–50.
<https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060105>
- Hermawanto, A., & Anggrani, M. (2020). Globalisasi, Revolusi Digital Dan Lokalitas : Dinamika Internasional dan Domestik di Era Borderless World. In *LPPM UPN VY Press*.
- Husain, S., Haryono, D., Nurhamni, Nelpanus, & Melani, R. (2023). *Partisipasi Pemilih Melalui Desa Peduli Pemilu Pada Pemilihan 2024 Di Kota Palu*. 21(2), 34–46.
- Inderasari, E., & Oktavia, W. (2019). Indoglish phenomenon: the power of media and

- business languages in the digitalization era. *Jurnal inderasi*, 194–206.
<https://doi.org/10.22216/jk.v3i2.4503>
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), 1–17.
[https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Pratama, I. N., Hadi, A., & Umami, R. (2024). *Penguatan partisipasi politik inklusif dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan generasi z pada pemilu 2024 di desa Bagik Polak. 1*(11), 2986–2993.
- Pratama, R. T., Setiawan, H., & Meliasanti, F. (2021). Proses morfologis dalam teks berita instagram tempodotco polemik KPK. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 9(3), 280.
<https://doi.org/10.24036/jbs.v9i3.113121>
- Pureklolon, T. T. (2021). Komunikasi Politik: Kajian Substansial Dalam Pendekatan Politik. *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(02), 205.
<https://doi.org/10.22441/visikom.v19i02.11392>
- Safuruddin, O. (2022). *Pengaruh Citra Politik Terhadap Elektabilitas AniesBaswedan Menjelang Pemilu 2024*.
http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/26208/%0Ahttp://repository.unhas.ac.id/id/eprint/26208/2/E041191018_skripsi_18-01-2023_1-2.pdf
- Sari, H. R. K. D. L., & Kurniawati, K. H. E. (2023). Mengurai ancaman sekuritisasi melalui lensa framing dan diskursus di media sosial. *LPPM UPNVY Press*, 7823–7830.
- Seftriani, A. (2019). Politik pemberitaan koran media Indonesia terhadap calon presiden menjelang pemilu presiden 2019. (*Bachelors thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*).
- Sesriyani, L., & Sukmawati, N. N. (2019). Analisis penggunaan instagram sebagai media pembelajaran Bahasa Inggris pada program studi pendidikan ekonomi. *EDUKA : Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 4(1).
<https://doi.org/10.32493/eduka.v4i1.3822>
- Sudiyana, B., & Widayati, M. (2023). Konstruksi ideologi kepemimpinan dalam pidato kenegaraan oleh Presiden: menguak sikap kenegarawan melalui pilihan deiksis. *Seminar Nasional Literasi Prodi PBSI FPBS UPGRIS*, 1130–1140.
- Syafirullah, L., Prabowo, A. S., & Maharrani, R. H. (2023). Metode AHP dalam menentukan bakal calon Presiden RI 2024 generasi milenial Politeknik Negeri Cilacap. *Jurnal Minfo Polgan*, 12, 819–829.
<https://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/jmp/article/view/12498%0Ahttps://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/jmp/article/download/12498/1687>
- Yusuf, H., & Kusnanto. (2024). Pengaruh media massa terhadap persepsi dan tingkat kriminalitas: analisis terhadap efek media dalam pembentukan opini publik. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 10471061.
- Zainuddin, I. (2021). *Representasi ideologi di balik wacana pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2019 dalam media kompas: analisis wacana kritis*.

Zunaria, Y., & Ruliana, P. (2022). Model orientasi pemasaran politik sebagai strategi komunikasi kemenangan pemilu legislatif. *Warta ISKI*, 5(1), 81–91. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v5i1.155>