

PEMILIHAN PRESIDEN 2024: KONTRUKSI IDENTITAS NASIONAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM CALON PRESIDEN

INDONESIAN PRESIDENTIAL ELECTION 2024: CONSTRUCTING NATIONAL IDENTITY THROUGH CANDIDATES INSTAGRAM

**Fathiyyah Maryufani¹, Alwan Husni Ramdani²,
Ahmad Fahrul Muchtar Affandi², Muhammad Al Assad Rohimakumullah⁴**

¹Universitas Pendidikan Indonesia, fani25@upi.edu

²Universitas Pendidikan Indonesia, alwanhusni@upi.edu

³Universitas Pendidikan Indonesia, fahrulmuchtar@upi.edu

⁴Telkom University, assadr@telkomuniversity.ac.id

Diterima 14 Mei 2025

Direvisi 30 Agustus 2025

Disetujui 30 Agustus 2025

ABSTRAK

Media sosial menjadi salah satu sarana politisi sebagai calon pemimpin negara untuk menyampaikan gagasannya dan visi terkait identitas nasional. Penelitian ini mencoba untuk mengkaji bagaimana calon presiden 2024, yaitu Prabowo Subianto, Anies Baswedan, dan Ganjar Pranowo, membangun narasi identitas nasional melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan juga kuantitatif. Hasil analisis menunjukkan unggah konten masing-masing calon terklasifikasi menjadi tiga yakni personal, politik, dan pekerjaan. Temuannya menunjukkan Prabowo menempatkan dirinya sebagai pemimpin yang fokus pada identitas nasional dan persatuan. Anies, dengan pendekatannya yang beragam, menciptakan citra dinamis dan responsif terhadap perubahan zaman. Ganjar, melalui interaksi dengan warga kelas bawah, membangun narasi identitas nasional yang mengedepankan kesederhanaan dan keberpihakan pada rakyat kecil. Pendekatan komunikasi calon presiden melalui media sosial mencerminkan upaya mereka membangun narasi identitas nasional yang sesuai dengan fokus dan peran masing-masing. Identitas nasional Indonesia diartikulasikan melalui simbol-simbol militer, respons terhadap isu-isu keseharian, dan keberpihakan pada keragaman masyarakat. Pemahaman ini memberikan wawasan tentang dinamika sosial dan politik yang membentuk identitas nasional Indonesia.

Kata Kunci: analisis multimodal wacana kritis, identitas nasional, media baru dan politik

ABSTRACT

In today's digital age, social media has become a crucial platform for politicians aspiring to lead a nation to convey their ideas and visions related to national identity. This research aims to examine how the presidential candidates for 2024, namely Prabowo Subianto, Anies

Baswedan, and Ganjar Pranowo, construct narratives of national identity through Instagram. The study employs a qualitative and quantitative approach. The analysis reveals that each candidate's content can be classified into three categories: personal, political, and professional. The findings indicate that Prabowo positions himself as a leader focused on national identity and unity. Anies, with his diverse approach, creates a dynamic image that is responsive to contemporary changes. Ganjar, through interactions with the lower class, builds a narrative of national identity emphasizing simplicity and advocacy for the common people. The candidates' communication approaches on social media reflect their efforts to construct narratives of national identity aligned with their respective focuses and roles. Indonesia's national identity is articulated through military symbols, responses to daily issues, and a commitment to the diversity of society. This understanding provides insights into the social and political dynamics shaping Indonesia's national identity.

Keywords: *multimodal critical discourse analysis, national identity, new media and politics*

PENDAHULUAN

Proses membangun citra bagi para politisi merupakan hal utama yang dilakukan oleh para politisi menjelang hajat kontestasi politik. Di era teknologi saat ini, banyak politisi yang menggunakan media sosial dalam membangun citra pribadi dan politik untuk menjangkau konstituennya. (Stieglitz and Dang-Xuan, 2013) menyatakan bahwa ada peningkatan penggunaan media social dalam konteks politik. Hal ini terjadi karena media sosial dapat memberikan akses komunikasi secara langsung pada para calon pemilih. Seperti yang sudah diketahui, media sosial yang populer di Indonesia, yang sebelumnya disebutkan, dimiliki oleh perusahaan swasta. Paradoks yang timbul semakin kompleks ketika instansi pemerintah juga turut menjadi pengguna media sosial tersebut. Menjadi lumrah bahwa pejabat publik, tokoh politik, dan bahkan instansi pemerintah di Indonesia secara umum memiliki akun di berbagai jenis platform media sosial (Wicaksa, 2022).

Dalam dunia politik, penting untuk diakui bahwa aktifitas politik tidak hanya terbatas pada penggunaan media sebagai saluran komunikasi, melainkan juga sangat ditentukan oleh bentuk pesan yang disampaikan melalui media. Kualitas dan daya tarik pesan tersebut menjadi elemen krusial yang memengaruhi bagaimana seorang calon mampu menarik minat dan dukungan pemilih. Dalam pengemasan pesan komunikasi yang dibuat oleh para politisi, umumnya ditujukan untuk meningkatkan jumlah percakapan secara daring mengenai isu politik yang diusung oleh para politisi (Kümpel, Karnowski and Keyling, 2015).

Namun tak bisa dipungkiri bahwa masing-masing politisi memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi utama untuk menyampaikan beragam isu yang dianggap krusial dan berarti bagi negara, semuanya disampaikan melalui sudut pandang dan narasi yang khas dari masing-masing calon. Misalnya narasi mengenai kebangsaan *nationhood narrative* dan cerita tentang rakyat atau '*stories of peoplehood*' lazim digunakan politisi untuk membangun identitas diri masyarakat sebagai bagian dari komunitas nasional. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan rasa persatuan dan identifikasi antara politisi dan konsituennya, (Hammer, 2010).

Pendekatan ini tidak hanya menjadi strategi komunikasi, tetapi juga menjadi cara untuk memperkuat ikatan antara politisi dan konsituennya. Dalam menghadirkan isu-isu yang dianggap krusial, politisi cenderung memasukkan elemen naratif yang membangun gambaran tentang masa depan yang diinginkan dan nilai-nilai yang diyakini mampu menggambarkan esensi dari suatu negara. Membangun identitas nasional menjadi penting mengingat globalisasi akan terus ada dan akan terus berdampak dengan kehidupan manusia (Hendra, 2023).

Selayaknya sebuah kontestasi tentunya perang narasi dan adu gagasan menjadi salah satu faktor yang dapat memikat para pemilih. Namun pada faktanya seringkali narasi yang muncul di publik justru berkaitan dengan isu pragmatisme politik. Temuan riset (Perdana and

Wildianti, 2018) menjelaskan bahwa pada pemilu di Indonesia tahun 2019 isu-isu yang lebih dekat dengan masalah nyata dilingkungan masyarakat misalnya harga dan bentuk tempe. Fenomena tersebut juga tercermin melalui media sosial para calon presiden saat itu.

Temuan lain menjelaskan bahwa narasi politik identitas atas nama agama semakin menguat dan mencemaskan mulai pemilu presiden nasional tahun 2014 (Samosir and Novitasari, 2022). Bahkan dampak dari penggunaan isu atau narasi terbut memberikan dampak polarisasi *massive* bagi masyarakat Indonesia.

Jika kita memperhatikan berdasarkan dua temuan diatas Pemilihan Presiden (Pilpres) Indonesia pada tahun 2014 dan 2019, terdapat pergeseran dalam narasi yang muncul. Pada Pilpres 2014, terlihat bahwa narasi yang dominan lebih terkait dengan politik identitas. Di sisi lain, pada Pilpres 2019, terjadi pergeseran signifikan dalam narasi yang lebih cenderung pada isu pragmatisme. Seperti menekankan aspek-aspek ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan penguatan ketahanan nasional. Dengan demikian, perbandingan antara Pilpres 2014 dan 2019 menunjukkan bagaimana narasi politik dapat berubah seiring waktu, mencerminkan evolusi prioritas dan isu-isu yang dianggap penting oleh pemilih Indonesia.

Dengan menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi utama, politisi mampu menyebarkan narasi mereka dengan lebih cepat dan luas. Platform-platform tersebut memungkinkan politisi untuk berinteraksi secara langsung dengan pemilih, menciptakan dialog dua arah, dan memberikan ruang bagi konsituennya untuk berpartisipasi dalam proses politik. Dalam hal ini, media sosial bukan hanya menjadi medium untuk menyampaikan pesan, tetapi juga alat untuk membangun komunitas yang terlibat secara aktif dalam pembentukan pandangan politik dan identitas nasional. Belum lagi jutaan orang Indonesia, sebagian besar dari mereka adalah kaum muda, memiliki akses ke Internet dan mereka berbondong-bondong ke media sosial, menjadikan negara ini sangat besar di Facebook dan Twitter (Lim, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji narasi apa saja yang digunakan oleh para calon presiden Indonesia 2024 dalam membangun diskursus identitas nasional Indonesia melalui platform media sosial, khususnya akun Instagram. Pada era di mana media sosial memiliki peran yang semakin besar dalam membentuk opini publik, mengingat adanya antusiasme masyarakat terhadap perbincangan mengenai kandidat politik di media sosial, (Vonega, Fadila and Kurniawan, 2022). Penelitian ini berfokus pada bagaimana politisi menggunakan gambar, cerita, dan interaksi daring untuk membentuk citra identitas nasional.

Dengan fokus pada konten Instagram, penelitian ini melibatkan analisis visual dan teks dari unggahan politisi, termasuk pemilihan gambar, pemakaian narasi, serta interaksi dengan pengikut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana politisi yang dalam konteks penelitian ini para calon presiden 2024 membangun narasi tentang identitas nasional Indonesia melalui platform ini dari aspek visual dan tekstual.

METODE

Konsep identitas nasional diartikan sebagai jati diri yang dimiliki oleh suatu bangsa sehingga menjadi ciri khas yang melekat pada bangsa itu sendiri dan menjadikan eksistensi bagi suatu negara agar dikenal oleh negara lain (Luthfia and Dewi, 2021). Calon pemimpin negara memiliki peran penting dalam membentuk narasi identitas nasional melalui interaksi mereka di media sosial. Pemahaman mendalam tentang identitas nasional tidak hanya menciptakan kesatuan di antara warga negara, tetapi juga menunjukkan komitmen pemimpin terhadap keberlanjutan dan kekuatan bangsa. Maka seluruh calon presiden Indonesia 2024 akan menunjukan gagasan dan narasinya tentang identitas nasional.

Gustam & Ramadhan, 2023 mengungkapkan di era transformasi media dan informasi para politisi memahami media sosial merupakan sarana efektif untuk para politisi menyampaikan gagasannya, khususnya untuk membangun narasi identitas nasional oleh calon

presiden Indonesia 2024. Dengan memanfaatkan berbagai fitur dan kreativitas dalam platform seperti media sosial, calon presiden dapat secara langsung berinteraksi dengan konstituen, merancang pesan-pesan yang kuat, dan membangun citra yang sesuai dengan nilai-nilai identitas nasional yang diinginkan.

Maka tak heran jika proses komunikasi calon presiden Indonesia 2024 di media sosial Instagram akan menjadi representasi dari citra dan gagasannya. Untuk menelaah aktifitas komunikasi para calon presiden Indonesian tahun 2024, peneliti menggunakan teori semiotika sosial untuk membedah isi narasi dari masing-masing calon. Pada semiotika sosial berpandangan bahwa manusia pada dasarnya adalah pembuat tanda (*Sign-maker*). terdapat tiga metafungsi dalam bahasa gambar yaitu Representasi, Interaksi, dan Komposisional (Enrieco, Ronda and Alifahmi, 2023).

Untuk dapat memahami narasi identitas nasional dari calon presiden Indonesia tahun 2024 diantaranya Anies Rasyid Baswedan, Prabowo Subianto Djojohadikusumo, dan Ganjar Pranowo, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan juga kuantitatif dengan *Multimodal Critical Discourse Analysis* dan analisis isi sebagai metode untuk menganalisis akun Instagram mereka. *Multimodal Critical Discourse Analysis* merupakan metode analitis yang memandang bahasa verbal hanya sebagai salah satu dari banyak alat yang memungkinkan untuk menghasilkan makna (Arnold-Murray, 2021). Dengan *Multimodal Critical Discourse Analysis* diharapkan dapat membantu dan memahami bagaimana para calon presiden membangun dan menyampaikan pesan mereka kepada pemilih melalui unggahan-unggahan di akun Instagram tentang narasi identitas nasional. Analisis isi pada penelitian ini menggunakan analisis isi deskriptif yang dimana bertujuan untuk menjelaskan pesan atau teks tertentu. Desain analisis ini tidak ditujukan untuk menguji hipotesis spesifik atau menguji hubungan antara variabel (Bangun, Koagouw and Kalangi, 2019).

Data primer penelitian diambil menggunakan Phantombuster, yang mencakup pengumpulan informasi dari akun Instagram calon presiden Indonesia tahun 2024. Adapun detail pengumpulan data ada pada tabel 1.

Tabel 1. Pengumpulan Data Penelitian

Nama Akun Instagram	Periode Penarikan Data	Jumlah Unggahan
@aniesbaswedan	12 Agustus 2022 – 14 Agustus 2023	579
@prabowo	3 Oktober 2022 – 14 Agustus 2023	442
@ganjar_pranowo	3 April 2023 – 14 Agustus 2023	132

Sumber : hasil pengamatan peneliti melalui Instagram

Periode penarikan data tersebut diambil berdasarkan waktu deklarasi kandidat melalui mekanisme masing-masing partai pengusung mengumumkan ketiga nama tersebut sebagai bakal calon presiden 2024. Untuk membatasi temuan penelitian kami hanya mengambil 100 unggahan pada masing-masing calon presiden 2024 secara random menggunakan pandas. Data yang terkumpul berupa unggahan di media sosial Instagram dalam bentuk foto, video dan juga caption.

Terdapat dua tahapan yang dilakukan dalam menganalisis data, Pertama Analisis isi dengan melakukan kategorisasi konten berdasarkan skema yang terdapat pada tabel 2. Dalam tahapan ini, peneliti merekrut dua coder yang telah dilatih untuk bisa mengkategorisasikan tema *National Identity Discourse*.

Tabel 2. Skema National Identity Discourse (Wodak *et al.*, 2009)

No	Tema	Penjelasan
1	<i>The rhetorical construction of the Homo Indonesianus</i>	Keterkaitan emosional dengan negara dan bentuk ekspresi mentalitas nasional
2	<i>The narration of a common political past revolves around the myth of origin, mythical figures, history of political defeats, and prosperity</i>	Penggunaan mitos seperti kejadian masa lalu, symbol, dan sejarah
3	<i>The construction of a common culture</i>	Penggunaan Bahasa, agama, bentuk kesenian, dan kebudayaan harian seperti olahraga, makanan atau minuman tradisional, atau pakaian tradisional
4	<i>The construction of a common political present and future</i>	Arti dari kewarganegaraan, permasalahan dan kesuksesan politik saat ini, atau krisis yang sedang dan akan dihadapi pada masa ini dan masa yang akan datang
5	<i>The rhetorical construction of a 'national body'</i>	Menggambarkan dan memersonifikasi lanskap negara atau arefak fisik nasional

Tabel 2 mencerminkan beragam pendekatan retorika yang digunakan dalam membangun dan merumuskan identitas nasional Indonesia melalui tema-tema yang relevan. Dengan menggunakan skema ini, kita dapat mendapatkan memetakan bagaimana narasi politik calon presiden 2024 membentuk dan memperkuat identitas nasional dalam konteks Indonesia.

Pada tahap kedua kami melakukan analisis multimodal critical discourse untuk mendapatkan temuan mendalam pada kategori-kategori yang secara frekwensi lebih dominan. Validitas dan reabilitas data peneliti melakukan perhitungan *inter-reliability* untuk menentukan *the agreement between subjective ratings* diantara dua coders yang telah melakukan penyamaan persepsi terkait uni-unit analisis pada skema yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kontekstualisasi Narasi capres 2024 di Instagram

Kami menemukan konten yang diunggah oleh calon presiden 2024, yaitu Prabowo Subianto, Anies Baswedan, dan Ganjar Pranowo, terbagi menjadi 3 konteks aktifitas yakni *personal*, *politics*, dan *work*. Pertama yakni *personal*, pada konteks ini kami mencermati konten diunggah berkaitan dengan aspek *personal* dari masing-masing calon. Kedua, yakni *politics* berupa unggahan konten terkait aktifitas politik masing-masing calon. Ketiga, *work* unggahan konten berupa pekerjaan dan tugas-tugas resmi, Anies sebagai kepala daerah Provinsi DKI Jakarta, Prabowo sebagai menteri pertahanan, dan Ganjar sebagai kepala daerah Provinsi Jawa Tengah. Berikut hasil yang kami dapatkan terdapat pada tabel 3, 4 dan 5.

Tabel 3. Distribusi Frekwensi Unggahan Konten Konteks *Personal*

Nama Kandidat	Tema (%)				
	<i>Indonesian People</i>	<i>Political Past</i>	<i>Common Culture</i>	<i>Political Present and Future</i>	<i>National Body</i>
Prabowo	27.28	100	38.60	25	100

Anies	16.67	0	22.22	50	0
Ganjar	55.56	0	39.18	25	0

Berdasarkan data pada table 3 dapat ditarik beberapa analisis komprehensif. Pertama, pada tema "Indonesian People," Prabowo memiliki presentase tertinggi dengan 27.78%, sementara Anies dan Ganjar memiliki presentase yang lebih rendah yaitu 16.67% dan 55.56% secara berturut-turut. Ini menunjukkan bahwa Prabowo lebih fokus dalam merespons atau berinteraksi dengan isu-isu yang berhubungan dengan masyarakat Indonesia.

Kedua, pada tema "Political Past," Prabowo mendominasi dengan presentase 100%, menunjukkan fokus yang signifikan pada masa lalu politiknya. Sementara itu, Anies dan Ganjar tidak memiliki kontribusi pada tema ini.

Ketiga, pada tema "Common Culture," Ganjar memiliki presentase tertinggi dengan 39.18%, diikuti oleh Prabowo dengan 38.60%, dan Anies dengan 22.22%. Ini dapat diartikan bahwa Ganjar lebih sering mengangkat isu-isu kebudayaan yang umum di Indonesia dalam unggahan kontennya.

Keempat, pada tema "Political Present and Future," Anies memiliki presentase tertinggi dengan 50%, diikuti oleh Prabowo dengan 25%, dan Ganjar dengan 25%. Hal ini menunjukkan bahwa Anies lebih fokus pada isu-isu politik yang terjadi saat ini dan yang akan datang.

Terakhir, pada tema "National Body," Prabowo mendominasi dengan presentase 100%, menunjukkan fokus yang sangat tinggi pada isu-isu yang terkait dengan kesatuan nasional. Sementara Anies dan Ganjar tidak memiliki kontribusi pada tema ini.

Tabel 4. Distribusi Frekwensi Unggahan Konten Konteks *Politics*

Nama Kandidat	Tema %				
	<i>Indonesian People</i>	<i>Political Past</i>	<i>Common Culture</i>	<i>Political Present and Future</i>	<i>National Body</i>
Prabowo	10	0	0	7.14	0
Anies	60	40	73.86	57.14	100
Ganjar	30	60	26.32	35.71	0

Berdasarkan analisis unggahan konten dengan konteks aktifitas politik pada **tabel 4** dalam konteks unggahan aktivitas politik menunjukan beberapa hal. Pertama, dalam tema "Indonesian People," Anies menonjol dengan presentase tertinggi sebesar 60%, menandakan fokus yang signifikan pada isu-isu yang berkaitan dengan masyarakat Indonesia. Prabowo dan Ganjar memiliki presentase yang lebih rendah, masing-masing 10% dan 30%. Ini mengindikasikan bahwa Anies mungkin lebih aktif dalam mengangkat isu-isu yang langsung berkaitan dengan kepentingan dan kebutuhan masyarakat.

Kedua, pada tema "Political Past," Anies memiliki presentase 40%, sementara Ganjar memiliki presentase tertinggi sebesar 60%. Prabowo tidak memiliki kontribusi pada tema ini. Hal ini menunjukkan bahwa Ganjar lebih aktif mengenang dan mengangkat isu-isu terkait dengan masa lalu politiknya, sedangkan Anies memiliki fokus yang lebih seimbang antara tema masa lalu dan isu-isu yang lebih kontemporer.

Ketiga, pada tema "Common Culture," Anies kembali mendominasi dengan presentase 73.68%. Hal ini menunjukkan bahwa Anies cenderung sering menyoroti aspek-aspek

kebudayaan yang umum di Indonesia. Prabowo dan Ganjar memiliki presentase yang lebih rendah, masing-masing 0% dan 26.32%, mengindikasikan bahwa mereka mungkin kurang aktif dalam mengangkat isu-isu budaya.

Keempat, dalam tema "Political Present and Future," Anies tetap mendominasi dengan presentase 57.14%. Ganjar memiliki presentase 35.71%, sementara Prabowo memiliki presentase 7.14%. Ini menunjukkan bahwa Anies lebih fokus pada isu-isu politik yang sedang terjadi dan yang akan datang, sementara Ganjar juga memiliki kontribusi yang signifikan dalam tema ini.

Terakhir, pada tema "National Body," Anies sekali lagi memiliki presentase tertinggi sebesar 100%, menandakan fokusnya yang kuat pada isu-isu kesatuan nasional. Prabowo dan Ganjar tidak memiliki kontribusi pada tema ini. Ini dapat diartikan bahwa Anies secara konsisten menekankan identitas nasional dan persatuan dalam unggahan kontennya.

Tabel 5. Distribusi Frekwensi Unggahan Konten Konteks *Work*

Nama Kandidat	Tema %				
	<i>Indonesian People</i>	<i>Political Past</i>	<i>Common Culture</i>	<i>Political Present and Future</i>	<i>National Body</i>
Prabowo	40	0	35	48.78	60
Anies	13.33	100	13.33	12.20	0
Ganjar	46.67	0	51.67	39.02	40

Berdasarkan tabel 5 yakni terkait unggahan konten konteks dengan konteks aktivitas pekerjaan, Pertama, pada tema "Indonesian People," Prabowo mencapai presentase tertinggi sebesar 40%, menunjukkan ketertarikan yang signifikan terhadap isu-isu yang berhubungan langsung dengan masyarakat Indonesia. Anies dan Ganjar memiliki presentase yang lebih rendah, masing-masing 13.33% dan 46.67%, yang dapat diartikan sebagai fokus yang lebih terbagi antara aspek pekerjaan mereka dan isu-isu masyarakat.

Kedua, dalam tema "Political Past," Anies menonjol dengan presentase 100%, menggambarkan ketertarikan tinggi pada sejarah politik, mungkin sebagai upaya untuk membangun keterhubungan dengan warganya. Sementara Prabowo dan Ganjar tidak memiliki kontribusi pada tema ini, yang dapat diartikan bahwa isu-isu masa lalu politik kurang mendominasi dalam pekerjaan mereka.

Ketiga, pada tema "Common Culture," Ganjar memiliki presentase tertinggi sebesar 51.67%, menyoroti keterlibatannya dalam melestarikan dan mempromosikan kebudayaan. Anies dan Prabowo memiliki presentase yang lebih rendah, masing-masing 13.33% dan 35%, menandakan bahwa Ganjar mungkin lebih sering memasukkan unsur budaya dalam aktivitas pekerjaannya.

Keempat, dalam tema "Political Present and Future," Prabowo mencapai presentase tertinggi sebesar 48.78%, menunjukkan keterlibatannya dalam isu-isu politik saat ini dan masa depan sebagai Menteri Pertahanan. Anies dan Ganjar memiliki presentase yang lebih rendah, masing-masing 12.20% dan 39.02%, mungkin menandakan bahwa perhatian mereka terhadap isu-isu politik saat ini sedikit lebih terbagi akibat tanggung jawab gubernur mereka.

Terakhir, pada tema "National Body," Prabowo kembali mendominasi dengan presentase 60%, menonjolkan peran dan tanggung jawabnya sebagai Menteri Pertahanan

dalam menjaga kesatuan nasional. Ganjar memiliki sedikit kontribusi pada tema ini sedangkan Anies tidak memiliki kontribusi pada tema ini,

Latar Belakang Sosial Menjadi Pondasi Kokoh Terbentuknya Narasi Identitas Nasional

Pada dasarnya tiga calon presiden Indonesia periode tahun 2024-2029, diantaranya yaitu Prabowo, Anies, dan Ganjar, masing-masing memiliki pendekatan yang unik dalam berkomunikasi dengan khalayak melalui unggahan konten di media sosial Instagram. Fenomena ini sudah menjadi lumrah mengingat mayoritas caleg menggunakan laman media sosial pribadi mereka untuk melakukan kampanye dalam bentuk narasi-narasi politik (Meifilina, 2021).

Anies

Anies, dengan fokusnya pada isu-isu politik kontemporer, mengeksplorasi strategi komunikasi yang menunjukkan usahanya untuk tetap relevan dengan peristiwa terkini. Dengan mencakup spektrum tema yang luas dalam unggahan kontennya, Anies mungkin bertujuan untuk membangun narasi sebagai pemimpin yang responsif terhadap perubahan dan tuntutan zaman. Dalam klasifikasi unggahan politik, pendekatan beragam Anies terlihat melalui penekanannya pada tema-tema seperti masa lalu politik, kebudayaan, dan isu-isu politik masa depan. Hal ini menciptakan citra yang dinamis dan adaptif, menggambarkan Anies sebagai figur yang mampu menanggapi berbagai aspek kehidupan politik dan budaya, serta memahami kompleksitas dinamika sosial dan politik yang sedang berlangsung.

Terlihat pada gambar 1. Kolase unggahan konten di Instagram Anies yang menunjukkan narasinya tentang identitas nasional.



Gambar 1. Kumpulan Unggahan Foto Anies

Sumber: Hasil olahan peneliti dari akun Instagram @aniesbaswedan

Unggahan konten pada akun Instagram @aniesbaswedan, yang menampilkan simbol-simbol akademis seperti kehadiran di museum dan menjadi pembicara dalam berbagai forum ilmiah nasional dan internasional, dapat dipandang sebagai bagian dari upaya membangun narasi identitas nasional. Dalam konteks ini, partisipasi Anies Baswedan dalam kegiatan akademis dan budaya mencerminkan komitmen terhadap pengembangan intelektual dan kearifan lokal. Kehadirannya di museum menciptakan koneksi dengan warisan budaya dan sejarah nasional, sementara peran sebagai pembicara di forum ilmiah menggambarkan kontribusinya dalam mengangkat isu-isu penting bagi kemajuan bangsa.

Upaya ini dapat diartikan sebagai bentuk pengakuan terhadap pentingnya pendidikan, penelitian, dan budaya sebagai elemen-elemen kunci dalam membangun identitas nasional. Dengan menonjolkan simbol-simbol akademis, @aniesbaswedan secara tidak langsung turut mempromosikan nilai-nilai intelektualisme dan keberagaman dalam membangun kesatuan identitas bangsa. Melalui kehadiran di forum-forum ilmiah nasional dan internasional, beliau tidak hanya berkontribusi pada tingkat nasional tetapi juga menunjukkan kepentingan global dalam mendukung pertukaran gagasan dan kolaborasi antarbangsa.

Pentingnya simbol-simbol akademis dalam unggahan konten ini dapat dihubungkan dengan upaya menciptakan narasi identitas nasional yang kaya dan inklusif. Identitas nasional yang dibangun di sekitar kecerdasan, apresiasi terhadap warisan budaya, dan keterlibatan dalam dialog ilmiah dapat menjadi dasar bagi masyarakat untuk merasa terhubung dengan satu sama lain dan dengan negara mereka. Dengan demikian, @aniesbaswedan melalui unggahan-unggahan ini tidak hanya memperkuat citra pribadi tetapi juga berkontribusi pada konstruksi narasi identitas nasional yang dinamis dan berdaya tahan.

Prabowo

Dalam konteks unggahan kontennya di media sosial Instagram, secara garis besar Prabowo terlihat menekankan isu-isu kesatuan nasional dengan menciptakan narasi yang kuat terkait identitas nasional dan persatuan. Fokus tinggi pada isu ini dapat diartikan sebagai strategi untuk menarik perhatian pemilih yang memiliki sensitivitas terhadap narasi bernuansa nilai-nilai kebangsaan. Prabowo juga menonjolkan isu-isu kesatuan nasional, menunjukkan keseriusan dan konsistensinya dalam membangun naratif yang berpusat pada identitas nasional dan persatuan. Selain itu juga Prabowo menitikberatkan pada isu-isu nasional dan pertahanan, mencerminkan perannya sebagai Menteri Pertahanan. Hal ini dapat memperkuat citra Prabowo sebagai pemimpin yang bertanggung jawab terhadap integritas dan keamanan negara. Sebagai contoh dapat diamati gambar 2. Salah satu unggahan



Gambar 2. Kumpulan Unggahan Foto Prabowo

Sumber: Hasil olahan peneliti dari akun Instagram @prabowo

Unggahan konten pada akun Instagram @prabowo mendominasi simbol-simbol militer, menggambarkan identitas nasional yang kuat melalui peran dan pengalaman Prabowo sebagai mantan anggota TNI dan Menteri Pertahanan. Simbol-simbol militer yang sering muncul, seperti atribut militer dan kegiatan berkaitan dengan pertahanan negara, mencerminkan kontribusinya terhadap keamanan dan pertahanan nasional.

Penggunaan caption yang mencakup narasi-narasi patriotik, kesetiakawanan, dan semangat bela negara dalam unggahan tersebut dapat diartikan sebagai upaya membangun narasi identitas nasional yang mengedepankan nilai-nilai kebangsaan. Melalui pesan-pesan

tersebut, Prabowo secara sadar atau tidak, ikut memperkuat pemahaman masyarakat terhadap pentingnya keberanian, loyalitas, dan semangat nasionalisme dalam membangun dan mempertahankan identitas bangsa.

Simbolisme militer yang mendominasi unggahan tersebut dapat dianggap sebagai upaya untuk mengaitkan dirinya dengan citra kepemimpinan yang kuat dan komitmen terhadap pertahanan negara. Dalam konteks ini, identitas nasional diartikulasikan melalui lensa keberanian dan ketegasan, nilai-nilai yang dianggap krusial dalam membangun solidaritas dan keutuhan nasional.

Mengingat peran pentingnya Menteri Pertahanan dalam mengamankan kedaulatan negara, penonjolan simbol-simbol militer di media sosial Prabowo juga dapat dilihat sebagai bagian dari upaya untuk menanamkan kepercayaan masyarakat pada kompetensi dan dedikasinya terhadap keamanan nasional. Dengan demikian, konten tersebut dapat diinterpretasikan sebagai kontribusi Prabowo dalam merancang narasi identitas nasional yang berkaitan erat dengan keberanian, kesetiaan, dan semangat bela negara, menciptakan citra kepemimpinan yang terhubung secara kuat dengan kepentingan dan kebangsaan Indonesia.



Gambar 3. Kumpulan Unggahan Foto Ganjar
Sumber: Hasil olahan peneliti dari akun Instagram @ganjar_pranowo

Unggahan konten pada akun Instagram @ganjar_pranowo menonjolkan interaksi yang akrab dengan masyarakat kelas bawah, sering kali disajikan dalam format video. Contohnya, melalui kehadiran dalam kegiatan sosial dan interaksi langsung dengan warga kelas bawah atau wong cilik. Pendekatan ini mencerminkan ciri khas kader Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), yang dikenal dengan simbol-simbol masyarakat menengah ke bawah.

Dengan menonjolkan interaksi ini, Ganjar Pranowo membangun narasi identitas nasional yang erat kaitannya dengan kesederhanaan, keberpihakan pada rakyat kecil, dan pemberdayaan masyarakat. Pengemasan konten dalam bentuk video memberikan dimensi yang lebih personal dan mendalam, memperlihatkan sisi kemanusiaan dan kepedulian sosial seorang pemimpin.

Dalam konteks narasi identitas nasional, pendekatan ini dapat diartikan sebagai upaya untuk merangkul dan merepresentasikan keragaman lapisan masyarakat Indonesia. Dengan fokus pada interaksi dengan warga kelas bawah, Ganjar Pranowo memperkuat narasi keberpihakan pada rakyat, memahami serta memberdayakan mereka. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan citra kepemimpinan yang inklusif, tetapi juga menyampaikan pesan bahwa

identitas nasional Indonesia dibangun dari keberagaman dan inklusivitas, dengan keadilan sosial sebagai nilai yang dikedepankan.

Dalam ranah komunikasi politik di era media sosial, pesan-pesan yang disampaikan melibatkan berbagai bentuk simbol, mencakup teks, visual, dan elemen audio visual. Teks sering menjadi fondasi utama, dengan pemilihan kata dan gaya penulisan yang dirancang untuk memperkuat pesan politik. Lebih jauh lagi, materi audio visual, seperti video kampanye atau wawancara, menambah dimensi pengalaman, melibatkan ekspresi wajah, nada suara, dan musik untuk memengaruhi persepsi khalayak. Integrasi ketiga bentuk simbol ini menciptakan pengalaman holistik yang dapat memengaruhi pandangan politik khalayak.

Dalam konteks yang kompleks dan dinamis di Indonesia, peran tokoh-tokoh publik menjadi sangat krusial dalam membentuk identitas nasional. Dalam komunikasi, figure adalah bagian tidak terpisahkan dari pesan itu sendiri. Sehingga dalam konteks politik, komunikator politik menjadi sangat vital dan menentukan sampai atau tidaknya sebuah pesan politik, (Tabroni, 2017). Pekerjaan dan afiliasi politik mereka tidak hanya mencerminkan posisi sosial, tetapi juga membentuk narasi identitas yang mendalam. Sebagai contoh, Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo, tiga tokoh yang memiliki latar belakang beragam, memproyeksikan identitas nasional melalui pekerjaan dan keterlibatan politik mereka.

SIMPULAN

Kami mencermati bahwa para calon presiden Indonesia tahun 2024 memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan yang mencerminkan identitas, pandangan politik, dan keterlibatan dalam urusan publik. Perbedaan fokus yang terlihat dalam unggahan konten pribadi, politik, dan terkait pekerjaan mencerminkan kompleksitas strategi komunikasi yang mereka terapkan sesuai dengan peran dan tanggung jawab masing-masing.

Identitas nasional Indonesia bukanlah entitas yang statis, tetapi sebuah konstruksi dinamis yang terus berubah seiring waktu. Pemahaman tentang bagaimana tokoh-tokoh publik membentuk dan merepresentasikan identitas nasional dapat memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika sosial dan politik di Indonesia.

Sebagai pribadi, mereka memanfaatkan media sosial untuk menunjukkan sisi-sisi personal, mungkin melibatkan aspek-aspek budaya umum atau pandangan mereka terhadap isu-isu keseharian. Ketika berperan sebagai tokoh politik, terlihat bahwa isu-isu politik, baik saat ini maupun masa lalu, menjadi fokus utama dalam menyampaikan pesan mereka kepada masyarakat. Pada sisi pekerjaan, terutama dalam peran kepemimpinan di daerah atau menteri pertahanan, pesan-pesan yang disampaikan lebih menekankan pada isu-isu terkait dengan tugas dan tanggung jawab pekerjaan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnold-Murray, K. (2021) 'Multimodally constructed dialogue in political campaign commercials', *Journal of Pragmatics*, 173, pp. 15–27. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pragma.2020.11.014>.
- Bangun, E.P., Koagouw, F.V.I.A. and Kalangi, J.S. (2019) 'ANALISIS ISI UNSUR KELENGKAPAN BERITA PADA MEDIA ONLINE MANADOPOSTONLINE.COM', *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 1(3). Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/25560>.
- Enrieco, E., Ronda, A.M. and Alifahmi, H. (2023) 'MESSAGE DESIGN LOGIC PRODUKSI KARYA FOTOGRAFI', *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(2), pp. 328–348. Available at: <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5497>.

- Gustam, R.A. and Ramadhan, P.B. (2023) 'Peran Media Sosial Instagram @Partaibulanbintang.Official Dalam Membangun Komunikasi Partai Untuk Tahun Politik 2024', IJESPG Journal, 1(4). Available at: <http://ijespgjournal.org>.
- Hammer, S. (2010) 'The role of narrative in political campaigning: An analysis of speeches by Barack Obama', National Identities, 12(3), pp. 269–290. Available at: <https://doi.org/10.1080/14608944.2010.503439>.
- Hendra, P.H. (2023) 'ESENSI MEMBANGUN IDENTITAS NASIONAL SEBAGAI WUJUD PERTAHANAN BUDAYA PADA MAHASISWA PPKN', Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan, 23(1). Available at: <https://doi.org/10.32795/ds.v23i1.4153>.
- Kümpel, A.S., Karnowski, V. and Keyling, T. (2015) 'News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks', Social Media + Society, 1(2), p. 2056305115610141. Available at: <https://doi.org/10.1177/2056305115610141>.
- Lim, M. (2013) 'The Internet and Everyday Life in Indonesia: A New Moral Panic?', Bijdragen tot de taal-, land- en volkenkunde / Journal of the Humanities and Social Sciences of Southeast Asia, 169(1), pp. 133–147. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1163/22134379-12340008>.
- Luthfia, R.A. and Dewi, D.A. (2021) 'Kajian Deskriptif tentang Identitas Nasional Untuk Integrasi Bangsa Indonesia', De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, 1(11), pp. 391–397. Available at: <https://doi.org/10.56393/decive.v1i11.270>.
- Meifilina, A. (2021) 'Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik', Jurnal Komunikasi Nusantara, 3(2). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.80>.
- Perdana, A. and Wildianti, D. (2018) 'Narasi Kampanye dan Media Sosial dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019', Jurnal Bawaslu DKI Jakarta, pp. 19–37.
- Samosir, O. and Novitasari, I. (2022) 'HAK POLITIK WARGA NEGARA DALAM CENGKERAMAN POLITIK IDENTITAS: REFLEKSI MENUJU PEMILU SERENTAK NASIONAL TAHUN 2024', Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik (JIHHP), 2(3). Available at: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i3>.
- Stieglitz, S. and Dang-Xuan, L. (2013) 'Social media and political communication: a social media analytics framework', Social Network Analysis and Mining, 3(4), pp. 1277–1291. Available at: <https://doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>.
- Tabroni, R. (2017) 'Komunikasi Politik Mohammad Natsir', Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/cjik.v1i1.1208>.
- Vonega, D., Fadila, A. and Kurniawan, D. (2022) 'Analisis Sentimen Twitter Terhadap Opini Publik Atas Isu Pencalonan Puan Maharani dalam PILPRES 2024', Journal of Applied Informatics and Computing, 6(2). Available at: <https://doi.org/10.30871/jaic.v6i2.4300>.
- Wicaksa, A. (2022) Tinjauan Kritis Terhadap Konsep Tempat dalam Geografi Politik: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial di Indonesia, Interdependence: Journal of International Studies.
- Wodak, R. et al. (2009) *Discursive construction of national identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press.