REPRESENTASI KAMPANYE CALON ANGGOTA LEGISLATIF PEREMPUAN PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ATALIAPR @MELLY\_GOESLOW @LEDIA\_HANIFA)

**Evie Sophia1** [Email:evisophia@iwu.ac.id](mailto:evisophia@iwu.ac.id) **Hamidah1** [hamidah@iwu.ac.id](mailto:hamidah@iwu.ac.id) **Sutrisno2** [sutrisno@unpas.ac.id](mailto:sutrisno@unpas.ac.id)

1Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas ilmu sosial dan Bisnis, Internasional Woman Universty Bandung

2Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung

***Abstract***

*Campaigns via social media Instagram are one promising method for achieving this goal. Through this platform, the messages conveyed can be more easily accessed by the wider community, including those who are connected digitally and especially the younger generation who predominantly use social media. This research aims to determine the campaign representation of female legislative candidates posted by the Instagram account @ataliapr @melly\_goeslow @ledia\_Hanifa. The theory used in this research is Roland Barthes semiontics, the research method used is descriptive qualitative. The results of this research show that the three Instagram accounts represent different campaigns on Instagram social media, the @ataliapr account represents support from her husband and former Governor of West Java to increase popularity. During the campaign, the @melly\_goeslow account showed that physical activities such as Zumba exercise were an integral part of life which in turn supported his vision and mission as a member of the legislature. Meanwhile, the @ledia\_Hanifa account in the campaign on social media Instagram describes himself as a leader who is committed to the values of social justice.* ***Keywords****: Campaigns, Elections. Instagram Social Media.*

# PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku masyarakat. Di samping itu, peran perempuan dalam politik masih belum seimbang dengan laki-laki, meskipun telah ada peningkatan partisipasi perempuan dalam ranah politik. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan strategi baru yang dapat meningkatkan dukungan bagi calon anggota legislatif perempuan. Kampanye melalui media sosial Instagram menjadi salah satu metode yang menjanjikan untuk mencapai tujuan tersebut. Melalui platform ini, pesan-pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diakses oleh masyarakat luas, termasuk yang terhubung secara digital dan khususnya generasi muda yang dominan menggunakan media sosial.

Undang-Undang yang berperan dalam mendorong partisipasi politik perempuan di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Undang-Undang ini memberikan landasan hukum yang kuat untuk meningkatkan keterwakilan perempuan dalam proses politik, khususnya dalam konteks pemilihan umum. Beberapa pasal yang relevan dalam Undang-Undang ini adalah sebagai berikut: Pasal 65 Ayat (1) menetapkan bahwa setiap partai politik yang mengajukan calon anggota legislatif dalam pemilihan umum harus memperhatikan prinsip kesetaraan gender dalam menentukan daftar calonnya.

Pasal 65 Ayat (2) menegaskan bahwa setiap partai politik wajib mencantumkan keterwakilan perempuan dalam daftar calon legislatifnya dengan jumlah minimal 30% dari total jumlah calon yang diajukan. Pasal 196 Ayat (2) mengatur bahwa partai politik yang tidak memenuhi persyaratan keterwakilan perempuan dalam daftar calon legislatifnya dapat dikenai sanksi administratif berupa pembatalan keikutsertaan dalam pemilihan umum. Pasal 207 Ayat (1) menegaskan bahwa penetapan hasil pemilihan umum oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) harus memperhatikan prinsip kesetaraan gender dan keadilan sosial. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum merupakan instrumen hukum yang penting dalam mendorong partisipasi politik perempuan di Indonesia. Dengan adanya ketentuan-ketentuan yang mengatur keterwakilan perempuan dalam daftar calon legislatif, Undang-Undang ini bertujuan untuk mengimbangi peran gender dalam arena politik dan menciptakan kesetaraan akses dan peluang bagi perempuan dalam dunia politik.

Jumlah penduduk Indonesia sebanyak 273 Juta Jiwa lebih kini pengguna internet di Indonesia tembus 212,9jt di awal tahun 2023 dan telah dijangkau oleh 77% populasi di Indonesia aktif sebagai pengguna internet dan sebanyak 23% pengguna tidak aktif

media sosial. Berdasarkan laporan dari platform survei we are media social dan Hootsuite bahwa bulan pertama Januari pada tahun 2023, 167 juta pengguna media social di Indonesia.

GAMBAR: Perangkat yang diginakan untuk mengkases internet



Sumber: (Hootsuite & we are Social, 2023)

Selama 3 jam 18 menit setiap hari pengguna media sosial paling sering menggunakan Whatsapp 92,1%, Instagram 86,5%, Facebook 83,8%, TikTok 70,8% dan Twitter 60,2%. (Hootsuite & We Are Social., 2023). Aktivitas politik di media sosial dipicu oleh beberapa faktor. Pertama, kemudahan akses internet dan keberadaan platform gratis memungkinkan individu untuk terhubung satu sama lain melalui platform media sosial untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Kedua, dengan jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat, platform tersebut menjadi saluran komunikasi penting bagi politisi, organisasi politik, dan pemerintah untuk berinteraksi dengan masyarakat dan memengaruhi opini publik. Ketiga, kemampuan retorika dalam menyampaikan informasi di media sosial memungkinkan partisipasi dan pembentukan ruang publik dalam diskusi politik serta berbagi informasi politik dengan mudah. Keempat, peran media sosial dalam komunikasi politik dapat signifikan memengaruhi opini publik, menunjukkan dampak yang kuat dalam mempengaruhi pandangan masyarakat.

Pemilihan Umum 2024 menjadi momen penting dalam dinamika politik Indonesia. Sebagai bagian dari proses demokrasi, Komisi Pemilihan Umum (KPU) mencatat daftar nama calon anggota legislatif (caleg) DPR RI untuk wilayah pemilihan (dapil) Jawa Barat 1. Dalam konteks ini, sebanyak 18 partai politik mengajukan 5 hingga 7 caleg untuk bersaing memperebutkan kursi di DPR RI dari wilayah pemilihan Jabar 1.

Yang menarik, beberapa tokoh ternama dari kalangan perempuan turut berpartisipasi dalam kontes ini, menunjukkan semangat dan kontribusi perempuan dalam ranah politik Indonesia.

Salah satu figur yang mencuat dalam daftar caleg dari wilayah pemilihan Jawa Barat 1 adalah Melly Goeslaw, yang mewakili Partai Gerindra. Terkenal sebagai penyanyi dan pencipta lagu ternama, Melly Goeslaw memilih untuk memperluas panggung karyanya ke dunia politik. Dengan popularitasnya dan jaringan yang luas, kehadiran Melly Goeslaw dalam arena politik menarik perhatian banyak pihak. Selain menjadi perwakilan suara dari partainya, kehadiran Melly Goeslaw juga memberikan dorongan positif bagi partisipasi politik perempuan.

Sedangkan istri dari mantan gubernur Jawa barat, Dr. Atalia Praratya S.I.P., M.I.Kom. membawa visi dan misi yang kuat dalam kontes politik. Dengan gelar Sarjana Ilmu Politik dan Magister Ilmu Komunikasi di bawah namanya, Dr. Atalia membawa perspektif akademik yang kritis dan berpikiran maju dalam menjawab tantangan- tantangan politik di era modern.

Keterlibatannya dalam Partai Golongan Karya menunjukkan komitmennya terhadap perubahan dan reformasi politik yang berkelanjutan. Lebih lanjut petahana yang telah memiliki pengalaman dalam bidang politik, Hj. Ledia Hanifa Amaliah, S.Si., M.Psi.T. mencalonkan diri kembali untuk mewakili Partai Keadilan Sejahtera. Dengan latar belakang pendidikan yang mencakup ilmu sains dan psikologi, Hj. Ledia membawa pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan masyarakat dan tantangan yang dihadapi oleh konstituennya. Kekontinuitasannya dalam memperjuangkan aspirasi rakyat dan membangun kesejahteraan bersama menjadi nilai tambah bagi partainya dan masyarakat. Media yang menjadi fokus penelitian ini adalah media online Instagram.

Instagram merupakan aplikasi atau media berbagi foto dan video yang mulai diluncurkan pertama kali pada tahun 2010. Media ini menawarkan penggunanya sebuah cara yang unik untuk membagikan foto dan video, sehingga nampak seperti album digital. Keunggulan aplikasi ini antara lain dapat diakses melalui smartphone, menyediakan 16 filter untuk mengubah tampilan foto dan video, serta dapat membaginya secara langsung ke media lain seperti Twitter, Facebook, dan lain sebagainya. Konten yang diunggah di Instagram bervariasi, mulai dari foto dan video pribadi, hingga konten promosi, seni, kuliner, fashion, dan banyak lagi. Pengguna dapat berbagi momen sehari-hari, karya seni, pandangan, dan minat mereka melalui gambar dan video yang mereka unggah di platform tersebut.

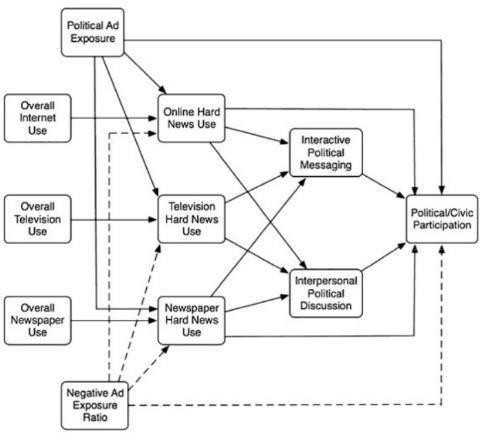
Teori yang digunakan dalam penelitian ini yang pertama adalah semiotika dari Roland Barthes. Semiotika Roland Barthes terdiri dari dua sistem pemaknaan, yakni denotasi dan konotasi. Dalam suatu tanda, terdapat apa yang disebut penanda dan petanda. Penanda adalah kesan indrawi suatu tanda. Sedangkan petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep yang dimunculkan oleh sebuah tanda. Jadi petanda adalah aspek mental dari bahasa. Kedua aspek tersebut kemudian digabungkan dan membentuk sebuah tanda, yakni tanda atau makna denotasi. Makna denotasi tersebut kemudian akan menjadi penanda pada pemaknaan tingkat kedua, yang jika digabungkan dengan petanda yang lebih luas maka akan membentuk makna konotasi. Dalam sistem pemaknaan tahap kedua, terdapat pula apa yang disebut Barthes dengan mitos. Mitos merupakan sekumpulan gagasan dan praktik yang mempertahankan dan secara aktif mempromosikanpelbagai nilai dan kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat (Umartono, 2015:45).

# TINJAUAN PUSTAKA

**Kampanye politik**

Kampanye menurut kamus bahasa Indonesia adalah serentak mengadakan gerakan-gerakan dengan jalan menyiarkan kabar angin kampanye. Menurut Rice dan Paisley kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Pengertian kampanye berdasarkan UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu. Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Sejumlah pakar komunikasi menjelaskan bahwa definisi yang diberikan Rogersdan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan omunikasi Jadi pada dasarnya kampanye merupakan hal lumrah yang sering digunakan.

# Kampanye politik

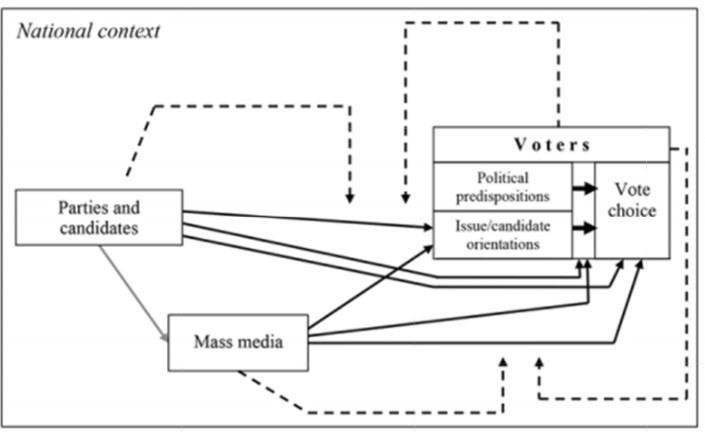


**Note:**

Positif Relationsip Negatif Relationsip **Sumber: Reseachgate**

Berikutnya peneliti memaparkan kembali bagaimana kampanye politik dilakukan secara dinamis

# Model kampanye Politik



**Sumber: Scm.nomosde.**

# Peran perempuan dalam partisipasi politik indonesia

Dalam konteks kenegaraan Indonesia, sebagaimana dalam UUD 1945 bahwasannya Indoneisa adalah negara hukum sehingga setiap aturan atau gagasan yang sifatnya ke negaraan maka harus ada payung hukumnya atau legalitas, tidak terkecuali kesetaraan laki-laki dan perempuan. Peraturan perundang-undangan yang mengatur kesetaraan laki- laki dan perempuan adalah:

1. UUD 1945 Pasal 27-34.

1. Ketentuan MPR Nomor II/MPR/1988 dan TAP MPR Nomor II/MPR/1993.
2. Undang-Undang (UU No 1 Tahun 1974 tentang perkawinan).
3. Peraturan Pemerintah (PP No 9 tahun 1975 dan PP No 10 tahun 1990).

Sejak era reformasi, partisipasi politik kaum perempuan dalam proses pengambilan kebijakan merupakan bagian yang penting bagi pemerintah dan lembaga legislatif. Dalam sistem demokrasi yang inklusif masyarakat mempunyai peran yang sangat penting untuk dapat terwujudnya partisipasi politik dari kaum perempuan agar lebih luas dan lebih merata.

Mengutip dalam Soejipto (6:2005), Persoalan akuntabilitas dan representasi merupakan persyaratan yang mutlak bagi terwujudnya demokrasi. Meskipun pada saat ini hak-hak politik kaum perempuan banyak yang telah mendapatkan pengakuan, akan tetapi hal tersebut tidak dapat menjamin bahwasannya hak perempuan dalam keikut sertaanya pada partisipasi politik telah bipraktekkan sebagaimana mestinya. Ini menunjukkan bahwa adanya peran keterwakilan perempuan didalam politik praktis, dan kebijakan- kebijakan yang ada memiliki sensivitas gender. Meskipun perempuan telah terlibat dalam politik praktis, akan tetapi keterlibatan perempuan secara mandiri tidak dapat begitu saja terwujud meskipun hak-hak perempuan dalam dunia politik sudah diakui. Perempuan sebagai warga negara seharusnya memiliki hak yang sama untuk dapatberpartisipasi dalam proses demokrasi secara utuh.

Kehadiran perempuan dalam dunia politik praktis yang telah dibuktikan dengan adanya keterwakilan perempuan di parlemen menjadi syarat mutlak untuk proses pengambilan sebuah kebijakan publik yang ramah dan sensitif pada kepentingan kaum perempuan. Tanpa adanya keterwakilan perempuan di parlemen yang memiliki jumlah memadai akan mengakibatkan timbulnya kecenderungan untuk menempatkan kepentingan laki-laki sebagai pusat dari pengambilan kebijakan. Oleh karena itu, aktifnya perempuan dalam ranah politik sangat membantu masa depan perempuan untuk melindungi hak-hak kaum perempuan dan mengembangkan potensi kaum perempuan. Adanya peraturan tentang diharuskannya caleg perempuan sebanyak 30% merupakan

salah satu kebijakan yang penting dalam proses perjalanan demokrasi kita. Aturantersebut tertulis dalam beberapa UU, yakni UU no 31 tahun 2002, UU no. 12 tahun 2003,UU no. 2 tahun 2008, UU no, 10 tahun 2008 dan UU no 7 tahun 2017.

Menurut muawah (157: 2009), Di negara-negara yang sedang berkembang, tingkat partisipasi politik kaum perempuan lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat partisipasi pilitik kamu laki-laki. Hal tersebut disebabkan karena kaum perempuan lebih banyak yang memilih untuk terlibat dalam urusan rumah tangga daripada urusan politik. Partisipasi politik perempuan merupakan kegiatan sukarela kaum perempuan dari berbagai aktivitas seperti pengamat politik, dosen, aktivis perempuan, anggota parlemen, dan sebagainya, sehingga para perempuan melibatkan diri secara aktif dalam bidang politik, baik terlibat secara langsung maupun secara tidak langsung dalam proses pembuatan suatu kebijakan. Secara umum, perempuan mempunyai hak untuk dapat aktif berpartisipasi di masyarakat termasuk dalam bidang politik yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap terciptanya suatu produk kebijakan.

# Media Sosial Instagram

Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan diluncurkan pada bulan Oktober 2010. Awalnya, aplikasi ini hanya tersedia untuk pengguna iOS, namun kemudian pada tahun 2012, versi Android-nya juga diluncurkan. Instagram mendapatkan popularitas yang sangat cepat, terutama di kalangan pengguna muda, karena menyediakan platform yang intuitif dan menarik untuk berbagi foto dan video. Pada tahun 2012, Facebook mengakuisisi Instagram dengan nilai sekitar 1 miliar dolar AS. Setelah diakuisisi, Instagram terus berkembang dengan penambahan fitur-fitur baru seperti Instagram Stories, IGTV, fitur Direct Message, dan fitur-fitur lainnya yang memperluas fungsionalitasnya. Instagram juga menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia, dengan ratusan juta pengguna aktif setiap bulannya. Perkembangan Instagram telah mempengaruhi budaya internet dan cara orang berbagi dan mengonsumsi konten visual secara online.

Instagram memiliki beragam fitur untuk berinteraksi, berbagi konten, dan mengekspresikan diri secara kreatif. Beberapa fitur utamanya meliputi: Posting: Memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke profil mereka. Instagram Stories: Pengguna dapat membagikan foto dan video singkat yang akan hilang dalam waktu 24 jam setelah diposting. IGTV (Instagram TV): Platform untuk berbagi video vertikal yang lebih panjang, memungkinkan konten video yang lebih substansial. Reels: Fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video pendek dengan musik atau audio yang disediakan. Instagram Live: Memungkinkan pengguna untuk

melakukan siaran langsung video dengan pengikut. Direct Message: Pengguna dapat mengirim pesan pribadi ke pengguna lain atau ke grup. Explore Page: Memungkinkan pengguna untuk menemukan konten baru berdasarkan minat dan preferensi. Filter dan Efek: Instagram menyediakan berbagai filter dan efek kreatif untuk mengedit foto dan video sebelum membagikannya. Shopping: Pengguna dapat menemukan dan membeli produk langsung melalui Instagram. Insights: Fitur analitik yang memberikan informasi tentang kinerja postingan dan profil pengguna. Fitur-fitur ini terus berkembang seiring waktu, dengan Instagram terus memperbarui platformnya untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

# METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sifat penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu dengan tujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian itu, kemudian menarik ke permukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Burhan Bungin, 2001:48).

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika dari Roland Barthes. Metode atau pendekatan ini digunakan untuk membongkar makna dan mitos represresentasi dari foto-foto yang diunggah oleh akun media social instagram @ataliapr @ledia\_Hanifa dan @melly\_goeslow. Dalam membongkar mitos dan representasi, tanda menjadi unsur yang penting yang harus dimaknai, karena peneliti berasumsi bahwa tanda yang terkandung dalam foto tersebut membawa sebuah ideology dominan, yang menunjukkan bahwa di dalam foto maupun objek visual lainnya terdapat kepentingan-kepentingan tertentu yang berusaha disampaikan kepada masyarakat.

Pendekatan semiotika dari Roland Barthes menjadi pilihan peneliti dengan alasan bahwa Barthes memiliki metode yang memadai, yang berguna untuk membaca dan menganalisis objek visual berupa foto. Objek dari penelitian ini adalah 3 akun yang ada di Instagram, yang mana akun-akun tersebut menamplkan foto-foto perempuan yang beragam. Yang pertama, yakni akun @ataliapr, menampilkan foto perempuan modern dan kekinian. Sedangkan akun @ledia\_Hanifa menampilkan perempuan religious dengan atribut keagamaan. Dan akun @melly\_goeslow menampilkan Perempuan memakai atribut khas dari seorang penyanyi/musisi.

Data dikumpulkan dengan cara menelusuri halaman ketiga akun tersebut melalui media social Instagram. Kemudian foto akan dipilih dengan teknik purposive sampling, yakni dengan menentukan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah foto mendapat

likes lebih banyak pada masing-masing akun. Akun @ataliapr dipilih foto dengan likes di

449.578 Akun @ledia\_Hanifa dipilih foto dengan likes di atas 594. Akun diambil foto kampanye di media social Instagram @melly\_goeslow yang memiliki likes 1.320, Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

Data yang terkumpul kemudian dibongkar penanda dan petandanya, yang kemudian membentuk makna denotasi. Setelah makna denotasi terbentuk, maka kemudian dicari makna konotasi dan mitos di dalamnya dengan mengaitkannya dengan ideology dan kebudayaan yang lebih luas.

Barthes dalam Imaji-Musik-Teks miliknya membagi tahapan konotasi terutama dalam menganalisis foto (imaji fotografis):

1. Efek Tiruan efek tiruan ini, menurut Barthes, memanfaatkan kekuatan denotatif, sehingga foto nampak hanya bersifat denotatif, namun sebenarnya memiliki kekuatan konotatif. Sifat konotatif ini memiliki nilai historis yang membangun suatu makna dan konstruksi yang direproduksi gambar dari realitas.
2. Pose atau sikap, Bagian ini dapat dilihat secara langsung di dalam sebuah foto, pose seseorang pada foto yang diperjelas atau disemukan. Pose lebih mengarah pada subjek (manusia). dalam foto sedangkan objek akan dijelaskan di tahap berikutnya.
3. Objek, Objek merupakan atribut dari pose seseorang di tahapan pertama, sehingga pose seseorang itu lebih jelas menandakan apa yang disampaikan dalam iklan atau foto dengan menghubungkan kedua objek.
4. Fotogenia, Pencahayaan atau pengaburan dan sejenisnya yang berhubungan dengan teknik fotografi dapat mendukung penyampaian pesan yang termuatdalam foto.Hal ini dapat mendukung pesan ideologis, cultural, dan sosialnya dengan menggunakan efek yan bertujuan untuk „menghidupkan‟ kesan. Tahap iniadalah yang juga dijelaskan John Fiske mengenai konotasi antara foto dengan objek yang sama namun dengan pencahayaan yang berbeda akan menghasilkan konotasi yang berbeda.
5. Estetisisme, Merupakan tahap pengubahan materiil gambar menjadi yang lain.
6. Sintaksis, Dalam sintaksis, konotasi makna dapat dilihat dari serangkaian tanda yang ada dalam gambar. Tanda dalam sintaksis akan memberi arti pada tanda lain.

Di antara enam tahapan tersebut, peneliti hanya akan memakai 3 dari 6 tahap yang dijelaskan oleh Barthes. Tahapan tersebut antara lain adalah pose atau sikap, objek, dan juga sintaksis. Hal tersebut dikarenakan hanya tiga tahap tadi yang memungkinkan ditemui dalam foto foto yang akan diteliti. Sedangkan tiga tahap lainnya, yakni efek

tiruan, fotogenia, dan estetisme tidak digunakan karena foto yang diteliti merupakan foto non-commercial, sehingga kecil kemungkinan ditemukannya unsure-unsur teknik foto seperti pencahayaan, editing, seperti yang umumnya digunakan pada foto untuk iklan dan lain sebagainya. makna tahap kedua atau makna konotasi. Makna konotasi tersebut yang juga menjadi sebuah representasi dari kampanye media di media social instagram yang menjadi fokus kajian penelitian kali ini.

Dalam semiotika Roland Barthes, makna konotasi merupakan makna yang tercipta dengan cara menghubungkan petanda-petanda tersebut dengan aspek kebudayaan yang lebih luas, keyakinan-keyakinan, emosi, mental, serta ideology-ideologi dari suatu formasi sosial tertentu. Sehingga melalui makna konotasi tersebut kemudian dapat diketahui berbagai wacana dan mitos yang terdapat pada sebuah foto. Konotasi dalam perspektif Barthes, merupakan proses pelapisan makna kedua ke atas pesan fotografis, terjadi pada beberapa tahap berbeda yang merupakan bagian dari proses panjang produksi foto (pemilahan tindakan teknis, framing, lay-out) dan memperlihatkan, pada akhirnya suatu proses pengkodean (coding) analog fotografis. Berikut adalah analisis makna konotasi yang berhasil dibongkar dan diuraikan peneliti.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

**Hasil Penelitian**

# Profil Calon anggota legislatif Perempuan

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Pendidikan**  Atalia lulus SMA NEGRI 5 BANDUNG, kemudian melanjutkan kuliah D3 Prodi PAAP (sekarang Perpajakan) di Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran (UNPAD) dan S1 Hubungan Internasional di Univetsitas parahiyangan kemudian Atalia melanjutkan ke S2 Ilmu Komunikasi di universitas pasund (UNPAS) dan setelahnya meneruskan kuliah S3 Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi universitas padjadjaran (FIKOM UNPAD). |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Pendidikan**  Menginjak bangku SMP, Ledia aktif dalam ekstrakurikuler [Pramuka](https://id.wikipedia.org/wiki/Gerakan_Pramuka_Indonesia). Saat tamat SMP pada 1984, ia mendapatkan Penghargaan Penggalang Garuda Gerakan PramukaKwartir Cabang Jakarta Pusat. Setelah itu, ia masuk [SMA Islam Al-Azhar Kebayoran Baru.](https://id.wikipedia.org/wiki/SMA_Islam_Al_Azhar_1_Jakarta) Pada 1986, tahun keduanya di SMA, ia ikut Latihan Pengembangan Kepemimpinan Penegak dan Pandega Pramuka se-Kwartir Cabang Jakarta Pusat dan menyabet prediket peserta terbaik. |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Karier**  bersama suaminya terlebih dahulu mendirikan grup musik [Potret,](https://id.wikipedia.org/wiki/Potret_(grup_musik)) dimana ia menjadi vokalis grup itu. Selain telah mengorbitkan banyak penyanyi, ia juga merupakan seorang komposer yang sangat hebat, dia mampu menciptakan lagu-lagu seperti di album solonya yang pertama, [*Melly/Self-Titled*](https://id.wikipedia.org/wiki/Melly), ia mengajak ari lasso untuk berduet dengannya, yang berisikan lagu berjudul "Jika". |

**Postingan Kampanye Media Sosial**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Akun @Ataliapr** | **Akun @ledia\_hanifa** | **Akun @melly\_goeslaw** |
|  |  |  |

**Sumber: Instagram, olahan peneliti, 2024.**

# Table data Media Sosial Instagram

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Instagram** | **Postingan** | **Follower** | **Diikuti** | **Partai Poltik** |
| **@Ataliapr** | **2.254** | **4,5jt** | **816** | **Golkar** |
| **@melly\_goeslaw** | **7.357** | **16,7jt** | **2.073** | **Gerindra** |
| **@ledia\_hanifa** | **2.122** | **30,5k** | **540** | **Pks** |

**Sumber: Instagram, olahan peneliti, 2024.**

# Pembahasan

Dalam pembahasan ini peneliti menganalisis Kampanye di akun media sosial Instagram milik @Ataliapr @melly\_goeslaw @ledia\_hanifa mengunakan Teori Semiotika Roland Bartehes untuk mencari Makna Denotatif, Makna Konotatif dan mitos, yang terkandung dalam objek penelitian.

# Representasi Kampanye Politik @Ataliapr di Media Sosial Instagram

Kampanye politik Atalia Pararatya di media sosial Instagram telah mendapatkan dorongan besar berkat bantuan dari popularitas suaminya, sekaligus mantan Gubernur Jawa Barat. Kolaborasi yang terjadi antara keduanya telah menjadi poin penting dalam menyusun postingan kampanye yang menarik dan berpengaruh. Dengan popularitas suaminya yang masih kuat di kalangan masyarakat Jawa Barat, kampanye Atalia Pararatya telah mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan mendapatkan perhatian yang signifikan. Kolaborasi dalam postingan-postingan kampanye di Instagram memberikan kesempatan bagi keduanya untuk membagikan visi dan misi politik mereka, serta menyampaikan pesan-pesan penting kepada pemilih potensial.

Dalam postingan-postingan tersebut, Atalia Pararatya dan suaminya mungkin menyoroti pencapaian- pencapaian mereka dalam bidang politik, proyek-proyek yang telah mereka lakukan untuk masyarakat, serta rencana-rencana masa depan yang ingin mereka

wujudkan jika terpilih. Dengan dukungan suami yang memiliki pengalaman sebagai mantan Gubernur Jawa Barat, kampanye Atalia Pararatya menjadi lebih meyakinkan di mata pemilih, karena adanya legitimasi tambahan dari sosok yang dihormati tersebut. Selain itu, kehadiran keduanya di Instagram juga memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pemilih. Mereka dapat mengadakan sesi tanya jawab, diskusi live, atau bahkan mengajak partisipasi dalam berbagai kegiatan kampanye melalui platform tersebut. Ini tidak hanya memperkuat hubungan antara keduanya dengan pemilih, tetapi juga memberikan kesan bahwa mereka adalah figur politik yang terbuka dan transparan.

Kolaborasi antara Atalia Pararatya dan suaminya dalam kampanye Instagram tidak hanya memperkuat citra politik keduanya, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan dalam mempengaruhi opini publik. Dengan memanfaatkan popularitas dan pengalaman politik suaminya, kampanye Atalia Pararatya memiliki peluang besar untuk meraih dukungan yang cukup untuk mencapai tujuan politiknya.

**Gambar**

**Aktivitas kampanye Atalia Pararatya di media sosial Instagram**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Makna Denotatif | Makna denotatif merujuk pada makna literal atau deskriptif dari suatu pesan. Dalam kampanye politik di media sosial, makna denotatif mungkin terlihat dalam gambar, teks, atau video yang diposting. Dalam gambar diatas Atalia Pararatya dan suaminya yang tersenyum bersama dengan gambar beckrone kuning yang khas dengan partai golkar mungkin menunjukkan kebersamaan dan dukungan  antara keduanya dalam kampanye politik. |

|  |  |
| --- | --- |
| Makna konotatif | Makna konotatif melampaui makna denotatif dan mencakup interpretasi, asosiasi, atau implikasi yang lebih dalam dari pesan tersebut. Dalam konteks kampanye politik, makna konotatif dapat terlihat dalam bagaimana gambar, teks, atau video dipahami oleh pemirsa. Artinya dalam gambar Atalia Pararatya dan suaminya yang berdiri di depan kerumunan mungkin mengkonotasikan dukungan massal dan popularitas mereka  di kalangan pemilih. |
| Mitos | Roland Barthes menyebutkan bahwa mitos adalah representasi yang bersifat alamiah atau sepertinya alamiah, tetapi sebenarnya telah dibangun secara budaya. Dalam kampanye politik, mitos dapat terbentuk melalui narasi yang dibangun oleh kandidat dan tim kampanyenya. Narasi dalam kampanye atalia lewatmedia sosial yaitu. Lihat empat ke kanan lihat empat kebawah lihat teh atalia cos  kalo tidak pilih atalia Rugi dong” |

Melalui Instagram, Atalia Pararatya dapat membagikan cerita-cerita yang menggambarkan perjalanan hidupnya, termasuk pengalaman pribadi, pendidikan, dan karirnya. Dengan memperkenalkan dirinya secara lebih personal, dia dapat menghadirkan dirinya sebagai sosok yang dapat dipercaya dan terhubung dengan pengalaman hidup sehari-hari dari pemilih. Selain itu, Atalia Pararatya dapat menggunakan platform ini untuk menyampaikan visi dan misinya dalam dunia politik. Dia bisa membagikan postingan-postingan yang menjelaskan rencana aksinya jika terpilih, serta komitmennya terhadap pembangunan masyarakat dan penyelesaian berbagai isu-isu penting. Dengan demikian, pemilih akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang tujuan politiknya dan alasan mengapa mereka harus memberikan dukungan.

Interaksi langsung dengan pemilih juga merupakan bagian penting dari membangun koneksi emosional. Atalia Pararatya dapat memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Live, Q&A sessions, dan story untuk berkomunikasi secara langsung dengan pemilih, menjawab pertanyaan mereka, mendengarkan masukan, dan membangun hubungan yang lebih dekat. Postingan tentang kegiatan sehari-hari, interaksi dengan warga, dan momen-momen pribadi juga dapat membantu Atalia Pararatya membangun

koneksi emosional dengan audiensnya. Melalui konten yang autentik dan relevan, dia dapat menunjukkan bahwa dia adalah sosok yang dekat dengan rakyat dan memahami kebutuhan serta keinginan Masyarakat.

# Representasi Kampanye Politik @melly\_goeslaw di Media Sosial Instagram

Melly Goeslaw telah menggunakan platform media sosial Instagram tidak hanya untuk berbagi kehidupan pribadinya sebagai artis dan penyanyi terkenal, tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat dan menyebarkan kebahagiaan serta semangat positif. Salah satu kampanye yang telah dia lakukan adalah dengan mengunggah momen keceriaan dan kegiatan bersama masyarakat. Melalui unggahan foto dan video, Melly Goeslaw berbagi momen-momen kebersamaan dan kebahagiaan bersama masyarakat. Dia terlihat tertawa, berinteraksi, dan berbagi kisah- kisah inspiratif dengan pengikutnya. Melalui konten-konten ini, Melly tidak hanya ingin menunjukkan sisi kehidupan yang riang dan optimis, tetapi juga menginspirasi pengikutnya untuk menciptakan momen-momen bahagia dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, Melly Goeslaw juga mengajak masyarakat untuk berolahraga bersama dengan mengadakan sesi senam Zumba yang seru dan menghibur. Dalam unggahan-unggahan tersebut, dia menyampaikan pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh, serta mengajak pengikutnya untuk bergabung dalam aktivitas tersebut untuk merasakan manfaatnya secara langsung.

Tidak hanya itu, Melly Goeslaw juga menggunakan keahliannya sebagai penyanyi untuk menghibur masyarakat. sering mengadakan acara nyanyi bersama di berbagai tempat, dari taman kota untuk menyemangati dan menghibur orang-orang dengan lagu- lagunya yang penuh energi dan inspiratif.

**Gambar**

**Aktivitas kampanye Melly Goeslaw di Media sosial Instagram**



|  |  |
| --- | --- |
| Makna Denotatif | Secara denotatif, dalam postingan kampanye tersebut menampilkan Melly Goeslaw sedang bernyanyi dan mengajak orang untuk berpartisipasi dalam senam  Zumba. |
| Makna Konotatif: | Secara konotatif, gambar tersebut dapat diinterpretasikan sebagai simbol semangat, kebugaran, dan kebersamaan. Melly Goeslaw yang menyanyi dan mengajak orang untuk bergerak dalam senam Zumba dapat mengkomunikasikan pesan tentang pentingnya hidup  sehat dan aktif secara fisik. |
| Mitos: | Melalui uggahan di media sosial instagram Melly Goeslaw mungkin inggin menggambarkan bahwa kegiatan fisik seperti senam Zumba merupakan bagian integral dari kehidupan yang pada gilirannya mendukung  visi dan misinya sebagai anggota legislatif. |

Melly Goeslaw tidak hanya menjadi seorang artis dan penyanyi yang dikenal, tetapi juga menjadi sosok yang dekat dengan masyarakat dan peduli akan kebahagiaan dan kesejahteraan mereka. Dia memanfaatkan kehadirannya di media sosial untuk menyebarkan energi positif, mengajak orang-orang untuk hidup lebih sehat dan bahagia, serta meningkatkan rasa persaudaraan dan kebersamaan dalam masyarakat.

# Representasi Kampanye Politik @ledia\_hanifa di Media Sosial Instagram

Ledia Hanifa Amalia adalah seorang individu yang konsisten dengan nilai-nilai religiusitasnya, yang tercermin dalam perannya sebagai seorang caleg petahana dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Dalam penggunaannya terhadap media sosial sebagai alat kampanye politik, dia tetap membumikan prinsip-prinsip keagamaan dan moralitas yang diyakininya. Sebagai seorang yang religius, Ledia Hanifa Amalia menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan yang sejalan dengan nilai-nilai agama Islam dan prinsip-prinsip keadilan sosial. seringkali menyoroti isu-isu yang berkaitan dengan keadilan, kesejahteraan sosial, dan pemberdayaan masyarakat yang merupakan pijakan utama partainya. Melalui konten-konten yang inspiratif dan motivasional, berusaha mengajak pemilih untuk berkontribusi dalam membangun masyarakat yang lebih adil dan sejahtera.

Selain itu, sebagai seorang yang religius, Ledia Hanifa Amalia juga menggunakan media sosial untuk berbagi pengalaman dan refleksi spiritualnya. seringkali membagikan kutipan-kutipan dari Al-Quran, hadis, atau kata-kata bijak dari tokoh-tokoh agama yang menginspirasi. Dengan demikian, dia tidak hanya menjadi seorang politisi, tetapi juga

menjadi figur yang memberikan inspirasi dan dukungan spiritual bagi pengikutnya. Dalam menjalankan kampanye politiknya, Ledia Hanifa Amalia juga menunjukkan kesederhanaan dan integritas yang sejalan dengan ajaran agama Islam.

**Gambar**

**Aktivitas kampanye Melly Goeslaw di Media sosial Instagram**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Makna Denotatif | Dalam konteks kampanye Ledia Hanifa Amalia di Instagram, makna denotatif dapat terlihat dalam foto-foto dan teks-teks yang di bagikan. foto-foto diatas dari kunjungan ke daerah pemilih, pertemuan dengan pendukung, atau acara kampanye lainnya secara  langsung menunjukkan aktivitas politiknya. |
| Makna Konotatif | Dalam kampanye Ledia Hanifa Amalia, makna konotatif dapat termanifestasikan melalui penggunaan simbol- simbol atau tagar (#) yang merujuk pada identitas politiknya, seperti #PKS #PKSpembelarakyat #PKSnomor8 atau simbol-simbol agama Islam. Selain itu, narasi yang menyertai gambar-gambar tersebut juga dapat memberikan makna konotatif dengan membangun citra tentang kepemimpinan, kejujuran, atau komitmen  politik Ledia Hanifa Amalia. |
| Mitos | Dalam kampanye Ledia Hanifa Amalia, mitos dapat terbentuk melalui narasi dan penggunaan simbol-simbol yang menggambarkan dirinya sebagai seorang pemimpin  yang berkomitmen pada nilai-nilai keadilan sosial. |

Meskipun demikian, sebagai seorang caleg petahana dari PKS, Ledia Hanifa Amalia juga harus menghadapi tantangan dalam mempertahankan kredibilitasnya sebagai seorang politisi religius. harus tetap menjaga kesesuaiannya antara retorika politiknya dengan prinsip-prinsip moral dan agama yang diyakininya, serta menghindari perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai tersebut.

# PENUTUP

Dalam kampanye politiknya di media sosial Instagram, Atalia Pararatya telah berhasil memanfaatkan kolaborasi dengan suaminya, mantan Gubernur Jawa Barat, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mendapatkan perhatian yang signifikan. Dengan fokus pada makna denotatif dan konotatif dalam postingan-postingan kampanye, serta pembentukan mitos tentang kepemimpinan dan komitmen mereka, Atalia Pararatya mampu membangun citra politik yang kuat dan meraih dukungan yang cukup. Dengan pemanfaatan Instagram sebagai alat untuk memperkenalkan diri secara pribadi kepada pemilih, dia berhasil mengkomunikasikan latar belakang, visi, dan nilai-nilai yang dipegang teguh, serta membangun koneksi emosional yang kuat dengan audiensnya melalui interaksi langsung dan konten autentik.

Melalui platform media sosial Instagram, Melly Goeslaw tidak hanya mengungkapkan kehidupan pribadinya sebagai artis terkenal, tetapi juga memanfaatkannya sebagai sarana untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, menyebarkan kebahagiaan, dan mengajak orang untuk hidup lebih sehat dan bahagia. Dengan berbagi momen kebersamaan, kegiatan olahraga, dan hiburan melalui nyanyian, Melly Goeslaw berhasil menciptakan ikatan yang kuat dengan pengikutnya serta membawa dampak positif

Ledia Hanifa Amalia, seorang caleg petahana dari PKS, menggunakan media sosial sebagai platform kampanye politiknya untuk menyoroti nilai-nilai religiusitas, keadilan sosial, dan inspirasi spiritual. Melalui pesan-pesan yang disebarkan, dia tidak hanya mencerminkan kesederhanaan, integritas, dan komitmen pada prinsip-prinsip moral agama Islam, tetapi juga membangun citra kepemimpinan yang berkomitmen pada keadilan sosial.

# DAFTAR PUSTAKA

**Buku**

Ani Widyani Soetjipto, (2005), Politik Perempuan Bukan Gerhana, Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Asep Setiawan, (2019), komunikasi politik, Jakarta: Penerbit Universitas Muhamadiyah Jakarta. Elvi Muawanah, (2009), Pendidikan Gender dan Hak Asasi Manusia, Yogyakarta: Penerbit

TERAS.

Jurnal Ilmiah

Anifatul Kiftiyah, (2019), PEREMPUAN DALAM PARTISIPASI POLITIK DI INDONESIA,

Pascasarjana Hukum Tatanegara UIN Sunan Ampel.

**Referensi Internet**

[Theorized model of campaign communication mediation. | Download Scientific Diagram](https://www.researchgate.net/figure/Theorized-model-of-campaign-communication-mediation_fig1_227544961) [(researchgate.net)](https://www.researchgate.net/figure/Theorized-model-of-campaign-communication-mediation_fig1_227544961) (dikases pada tanggal 6 April 2024)

[SCM - Studies in Communication and Media - nomos.de](https://www.nomos.de/zeitschriften/scm/) (diakases pada tanggal 6 April 2024)

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>(Diakses pada tanggal 6 April 2024)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Atalia_Praratya>(Diakses pada tanggal 6 April 2024) <https://id.wikipedia.org/wiki/Melly_Goeslaw>(Diakses pada tanggal 6 April 2024) <https://id.wikipedia.org/wiki/Ledia_Hanifa_Amaliah>(Diakses pada tanggal 6 April 2024) **Media Sosial Instagram**

[https://www.instagram.com/ataliapr?igsh=MXVkNjI3bWp5bXJkbw==](https://www.instagram.com/ataliapr?igsh=MXVkNjI3bWp5bXJkbw%3D%3D) (Diakses pada tanggal 6 April 2024)

[https://www.instagram.com/ledia\_hanifa?igsh=MWhtazlnbmxvbm96bA==](https://www.instagram.com/ledia_hanifa?igsh=MWhtazlnbmxvbm96bA%3D%3D) (Diakses pada tanggal 6 April 2024)

[https://www.instagram.com/melly\_goeslaw?igsh=MTc0eXVna3VrbzE4Yw==](https://www.instagram.com/melly_goeslaw?igsh=MTc0eXVna3VrbzE4Yw%3D%3D) (Diakses pada tanggal 6 April 2024)