

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia, sebagai sebuah negara yang mengadopsi sistem demokrasi, mengizinkan rakyat untuk memilih langsung kepala negara mereka. Dalam konteks Indonesia, presiden, yang merupakan kepala negara, dipilih melalui proses pemilihan umum (pemilu). Pada tahun 2024, warga Indonesia sekali lagi mengambil bagian dalam memilih presiden dan wakil presiden yang akan memimpin negara untuk satu periode masa jabatan mendatang. Pada pertengahan Juni 2022, tepatnya pada Rabu, 14 Juni 2022, KPU mengumumkan tahapan dan jadwal Pemilu 2024. Sebelumnya, KPU telah menetapkan PKPU Nomor 3 Tahun 2022 yang mengatur tahapan dan jadwal Pemilu 2024. PKPU tersebut menetapkan bahwa pemungutan dan penghitungan suara Pemilu 2024 akan dilaksanakan pada tanggal 14 Februari 2024, sementara Pilkada dijadwalkan pada 27 November 2024. Setelah jadwal pemilu 2024 diumumkan, masyarakat Indonesia mulai ramai membicarakan pesta demokrasi tersebut. Pembicaraan tersebut meliputi berbagai aspek politik negara ini, termasuk perbincangan tentang calon presiden yang akan dipilih dan topik-topik terkait lainnya. Semangat diskusi yang meningkat menandakan tingginya minat dan partisipasi masyarakat dalam proses politik dan demokrasi di Indonesia.

Peserta Pemilu yaitu partai politik untuk Pemilu Anggota DPR, DPRD provinsi, DPRD kabupaten/kota, perseorangan untuk Pemilu anggota DPD, dan pasangan calon yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden sudah mulai mempersiapkan kampanye politik. Setiap peserta pemilu melakukan komunikasi politik untuk dapat menyampaikan pesan-pesan politiknya kepada masyarakat (Redy Hendra Gunawan, 2020). Masing-masing berlomba-lomba untuk memenangkan pemilu. Mereka berusaha untuk menarik perhatian pemilih untuk memilih mereka (Rustandi, 2013). Dalam dinamika Pemilu,

terlihat pula upaya para kandidat untuk berkomunikasi secara personal dengan pemilih, baik melalui pertemuan tatap muka, dialog langsung, maupun melalui media sosial. Kehadiran mereka di berbagai platform komunikasi juga menjadi cerminan dari bagaimana teknologi dan media masa berperan penting dalam proses demokrasi modern. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya setiap suara dalam menentukan arah dan masa depan negara, serta bagaimana Pemilu menjadi ajang yang menguji kemampuan, integritas, dan komitmen para kandidat dalam mewujudkan harapan dan kebutuhan masyarakat.

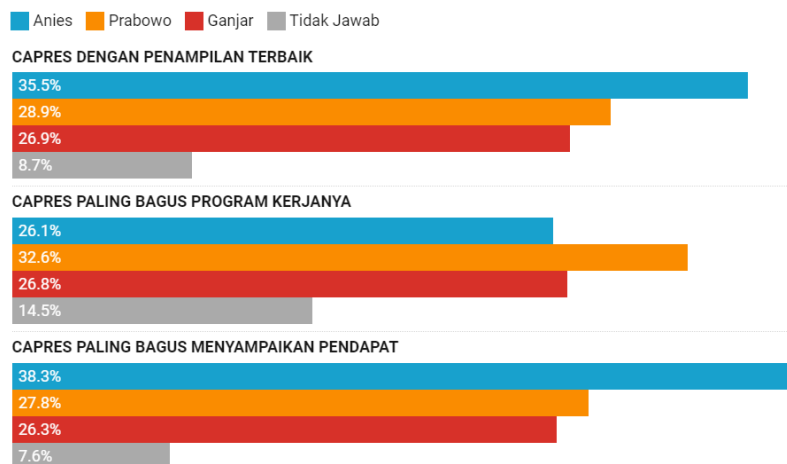
Pada Desember 2023, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Indonesia secara resmi mengumumkan jadwal untuk Debat Capres 2024. Pengumuman ini menjadi tonggak awal dalam persiapan menuju Pemilihan Umum Presiden 2024, menetapkan tanggal, lokasi, dan tema yang akan dibahas dalam setiap sesi debat. Pentingnya peran penyelenggara Pemilu sehingga pada Pemilu tahun 2009 keberadaan penyelenggaraan Pemilu diatur dalam undang-undang tersendiri yaitu UU No. 22 Tahun 2007. Undang-undang tersebut menerangkan bahwa membagi penyelenggara Pemilu menjadi dua lembaga yakni Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan jajarannya, serta Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) beserta jajarannya (Sardini, 2011). Dalam konteks transisi menuju Pemilihan Presiden 2024, KPU memainkan peran kunci sebagai lembaga penyelenggara yang bertanggung jawab tidak hanya untuk menyelenggarakan pemilu secara adil dan transparan tetapi juga sebagai inisiator keberlanjutan partisipasi publik dalam proses demokrasi. KPU memastikan bahwa setiap tahapan pemilu berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, termasuk debat calon presiden yang menjadi salah satu momen penting bagi pemilih untuk mengetahui visi, misi, dan program yang ditawarkan oleh para kandidat. Melalui pengaturan debat yang sistematis dan terencana, KPU berupaya menyediakan platform yang setara bagi semua calon untuk menyampaikan gagasan mereka, sekaligus memberikan kesempatan kepada publik untuk mengevaluasi kemampuan dan komitmen setiap calon presiden terhadap isu-isu yang krusial bagi masa depan bangsa.

Menanggapi tren semakin aktifnya masyarakat dalam ruang politik digital, KPU mengambil inisiatif penting dengan menyediakan platform debat Capres melalui kanal YouTube resmi mereka. Sebagai salah satu platform utama untuk menyampaikan dan merespons pesan politik, YouTube memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap calon pemimpin dan masa depan negara. Hal ini diperkuat dengan jumlah pengguna YouTube di Indonesia yang mencapai 139 juta per Oktober 2023, menjadikan Indonesia sebagai negara keempat dengan pengguna YouTube terbanyak di dunia (Annur, 2023). Dengan menyadari bahwa siaran televisi bersifat satu arah, KPU memahami perlunya media yang dapat menyediakan interaksi dua arah. Melalui YouTube, pemilih dapat berkomentar, bertanya, dan berpartisipasi secara langsung dalam diskusi yang lebih luas, memungkinkan partisipasi publik yang lebih aktif dan dinamis dalam proses pemilihan. Dengan cara ini, KPU memastikan bahwa proses pemilihan menjadi lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat di era digital.

Debat pertama calon presiden Indonesia yang digelar pada 12 Desember 2023. Debat ini menjadi panggung di mana kemampuan retorika, pengetahuan kebijakan, dan ketahanan dalam perang politik diuji. Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo berhadapan untuk membahas isu-isu nasional krusial seperti hukum, korupsi, hak asasi manusia, demokrasi, dan tata pemerintahan. Sejak mulai disiarkannya rangkaian acara Debat debat ca di Kanal YouTube KPU, Warganet aktif membanjiri kolom komentar dengan berbagai komentar kocak dan sindiran terhadap para calon presiden. Pengguna akun seperti @kotoro menyoroti janji-janji calon presiden dengan guyonan tentang rencana yang tidak selalu berjalan lancar dalam realitas. Sementara itu, ada juga yang menggunakan konteks Rohingya dalam cuitannya sebagai sindiran atas sensitivitas isu-isu internasional. Selain itu, dialog fiktif antara "paslon nomor 4" yang diam dengan alasan moralitas agama menjadi bahan tertawaan dengan referensi hadis Rasulullah. Warganet juga tidak melewatkan kesempatan untuk mengomentari isu serius seperti korupsi, dengan salah satu cuitan mempertanyakan seriusnya saran

"memperbaiki angka korupsi" dengan batas maksimum yang tidak jelas. Sementara itu, cuitan humoris lainnya menyoroti Prabowo Subianto yang terlihat berkeringat tanpa tisu, serta pujian kepada Anies Baswedan atas kemampuannya dalam berbicara di debat. Intensitas partisipasi warganet ini mencerminkan peran penting media sosial dalam memengaruhi narasi politik dan publik di Indonesia (Wardani, 2023).

Beberapa lembaga riset telah merilis hasil survei terkait elektabilitas pasangan calon presiden. Survei tersebut juga mencatat kesan masyarakat setelah menyaksikan debat pertama Desember 2023. Berikut adalah elektabilitas para peserta Pilpres 2024 berdasarkan survei dari berbagai lembaga sepanjang bulan Desember 2023.



**Gambar 1.1 Penilaian Publik atas Penampilan Debat Capres Versi Indikator Politik**

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/>

Survei dilakukan pada 23-24 Desember 2023 terhadap masyarakat yang menyaksikan debat capres pada 12 Desember 2023. Survei yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia berlangsung dari 23 hingga 24 Desember 2023, melibatkan 1.217 responden dari berbagai daerah di Indonesia. Responden dipilih menggunakan kombinasi metode Random Digit Dialing (265 responden) dan Double Sampling (952 responden). Survei ini dilakukan melalui wawancara telepon, dengan margin of error sekitar 2,9 persen

pada tingkat kepercayaan 95 persen. Survei yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia ini, memberikan wawasan penting mengenai persepsi dan kesan masyarakat terhadap debat pertama dan kedua calon presiden. Dengan melibatkan 1.217 responden dari berbagai wilayah di Indonesia dan menggunakan metode yang kuat seperti Random Digit Dialing dan Double Sampling, survei ini memberikan gambaran yang akurat tentang opini publik. Temuan dari survei ini mengindikasikan bahwa debat memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi dan elektabilitas calon presiden, yang selaras dengan tujuan penelitian ini.

Awal tahun 2024 dibuka dengan Debat Ketiga Calon Presiden Pemilu 2024, yang menarik perhatian luas dari masyarakat, terutama di kalangan warganet. Debat yang berlangsung di Istora Senayan pada 7 Januari 2024 ini menghadirkan Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo yang saling mengadu gagasan dalam isu pertahanan, keamanan, internasional, globalisasi, geopolitik, dan politik luar negeri. Penguasaan data dan keterampilan menyampaikan argumen di depan publik menjadi sorotan utama dalam diskusi warganet di media sosial. Litbang Kompas mencatat adanya 885.700 unggahan dan 10,3 juta interaksi di media sosial terkait perbincangan debat tersebut dalam tiga hari setelah debat berlangsung, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap adu argumen antarcalon berbasis data. Debat Pilpres 2024 juga memunculkan berbagai istilah viral yang menjadi perbincangan hangat di kolom komentar YouTube KPU. Misalnya, istilah "Wakanda No More, Indonesia Forever" yang diucapkan oleh Anies Baswedan, "SGIE" yang disebut oleh Gibran Rakabuming, dan "omon-omon" yang diucapkan oleh Prabowo Subianto. Istilah-istilah ini tidak hanya menjadi topik pembicaraan, tetapi juga mencerminkan dinamika politik dan cara pandang masyarakat terhadap isu-isu yang diangkat selama debat. Penggunaan istilah-istilah ini menunjukkan bagaimana debat politik dapat mempengaruhi wacana publik dan menciptakan simbol-simbol baru dalam diskusi politik sehari-hari (Zulfikar, 2024).

Dalam konteks debat pertama Capres 2024 yang diselenggarakan KPU, pembahasan tentang gaya, gestur, serta argumen yang diutarakan calon presiden menarik perhatian banyak pihak, termasuk peneliti. Penelitian ini penting dilakukan karena tingginya interaksi dan perhatian masyarakat terhadap debat Calon Presiden Pemilu 2024 menunjukkan adanya minat besar terhadap isu-isu politik yang disampaikan oleh para calon. Melalui platform YouTube, di mana debat disiarkan dan mendapat ratusan ribu unggahan serta jutaan interaksi, terlihat bahwa masyarakat semakin aktif dalam ruang politik digital. Penggunaan istilah-istilah viral selama debat juga mencerminkan bagaimana konten debat dapat mempengaruhi wacana publik dan menciptakan simbol-simbol baru dalam diskusi politik. Oleh karena itu, menggunakan Teori Persuasi Elaboration Likelihood (ELM) dalam menganalisis komentar-komentar YouTube terkait debat Capres 2024 menjadi relevan. Teori Persuasi Elaboration Likelihood (ELM) menjadi pilihan yang tepat dalam analisis komentar YouTube terkait debat Capres 2024, terutama mengingat tantangan seputar keberagaman informasi dan penyebaran berita palsu dalam ranah digital. Teori ini menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami bagaimana individu memproses pesan politik dan mengasumsikan bahwa tidak semua orang akan memproses informasi atau pesan persuasi.

Hanya orang-orang tertentu yang mungkin akan mengelaborasi pesan persuasi, dan sebagian orang lain lebih mengolah faktor-faktor di luar pesan. Hal ini disebutkan dengan istilah rute pengolahan pesan yakni rute pusat (*central route*) dan rute pinggiran (*peripheral route*) (Perbawaningsih, 2012). Dalam lingkungan di mana informasi dapat tersebar dengan cepat dan meluas, penggunaan Teori ELM memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi sejauh mana pemirsa melakukan pemrosesan informasi secara mendalam atau melalui jalur periferal dalam merespons konten debat Capres di YouTube. Dengan memahami jalur pemrosesan informasi yang dominan, penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh pesan politik di tengah kompleksitas media sosial. Oleh karena itu, keberagaman informasi dan

dinamika komunikasi digital dalam ranah politik menjadi faktor-faktor penting yang relevan dengan pilihan Teori ELM sebagai landasan teoretis.

Salah satu penelitian yang cukup relevan dengan penelitian ini yaitu penelitian oleh Meganusa Ludvianto dan Wenny Arifani yang berjudul *Retorika Persuasif Dalam Debat Calon Presiden Indonesia 2019: Sebuah Analisis Komunikasi Performatif*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk membandingkan strategi berbicara di depan umum dari para calon presiden selama Pemilihan Umum 2019 di Republik Indonesia. Dengan mengadopsi perspektif komunikasi performatif yang diprakarsai oleh Aristoteles, penelitian ini melakukan perbandingan terhadap elemen-elemen ethos, logos, dan pathos dalam pidato-pidato yang disampaikan oleh calon presiden, yaitu Joko Widodo dan Prabowo Subianto, pada Debat Capres Kedua Pemilu 2019 yang berlangsung pada tanggal 18 Februari 2019. Hasil studi ini mengungkapkan perbedaan strategi komunikasi performatif yang digunakan oleh kedua calon presiden, meskipun keduanya berada dalam konteks ruang debat yang sama. Kedua calon presiden menunjukkan penggunaan yang strategis terhadap elemen-elemen komunikasi performative (Ludvianto & Arifani, 2020).

Komunikasi performatif merupakan konsep yang merujuk pada cara berbicara atau berkomunikasi yang tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan atau mengubah realitas sosial. Dalam konteks debat politik, seperti yang terjadi pada debat Capres 2019 dan yang berlangsung pada tahun 2024, komunikasi performatif menjadi kritis karena tidak hanya mempengaruhi pemahaman publik terhadap isu-isu politik, tetapi juga membangun citra dan identitas calon dalam benak pemilih. Dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian sebelumnya yang fokus pada analisis komunikasi performatif dalam satu debat tertentu, penelitian ini bertujuan untuk memperluas cakupan dan mendalami pemahaman tentang strategi komunikasi performatif calon presiden dalam konteks pemilihan presiden 2024. Penelitian ini tidak hanya akan menganalisis serangkaian debat selama kampanye pemilihan, tetapi juga akan mempertimbangkan respons pemirsa yang tercermin dalam komentar online

sebagai bagian integral dari dinamika komunikasi politik. Dengan pemilihan Teori Persuasi Elaboration Likelihood Model (ELM) sebagai landasan teoretis. Teori ELM akan membantu memahami sejauh mana pemirsa melakukan pemrosesan informasi secara mendalam atau melalui jalur periferal dalam merespons pesan politik dalam debat Capres 2024. Dengan mengintegrasikan teori ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh pesan politik, baik dari segi substansi maupun dari perspektif interaksi sosial, di tengah kompleksitas media sosial, khususnya dalam konteks platform YouTube.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis jaringan komunikasi atau *social network analysis* (SNA). Metode analisis jaringan digunakan untuk mengidentifikasi aktor-aktor yang berpengaruh dalam interaksi dan komunikasi di platform YouTube terkait dengan debat Capres 2024 yang diselenggarakan oleh KPU. Setelah aktor-aktor tersebut berhasil diidentifikasi, peneliti kemudian akan melakukan analisis lebih lanjut terhadap komentar-komentar yang mereka berikan dengan menggunakan Teori Elaboration Likelihood Model (ELM). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menemukan siapa yang memengaruhi percakapan dan opini dalam jaringan komunikasi tersebut, tetapi juga memahami cara pemirsa memproses dan merespons pesan politik yang disampaikan. Dengan memadukan analisis jaringan sosial untuk mengidentifikasi aktor-aktor kunci dan teori ELM untuk memahami jalur pemrosesan informasi, penelitian ini menjadi lebih holistik dalam pendekatannya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang pengaruh pesan politik, baik dari segi substansi maupun dari perspektif interaksi sosial, di tengah kompleksitas media sosial, khususnya dalam konteks platform YouTube. Dengan begitu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang signifikan dalam memahami pola pendapat dan dinamika respons dalam komentar debat Capres di platform digital serta dampaknya terhadap proses politik dan opini publik.



## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Siapa saja aktor-aktor yang berpengaruh dalam interaksi dan komunikasi di platform YouTube terkait debat Capres pertama, ketiga, dan kelima 2024?
2. Bagaimana pemirsa memproses dan merespons pesan politik dalam debat Capres pertama, ketiga, dan kelima 2024 di YouTube menurut Teori Elaboration Likelihood Model (ELM)?
3. Bagaimana keberagaman informasi dan dinamika komunikasi digital mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap calon presiden dalam debat Capres pertama, ketiga, dan kelima 2024 di YouTube?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi aktor-aktor yang berpengaruh dalam interaksi dan komunikasi di platform YouTube terkait debat Capres pertama, ketiga, dan kelima 2024 menggunakan metode Social Network Analysis (SNA)
2. Menjelaskan sejauh mana pemirsa melakukan pemrosesan informasi secara mendalam (central route) atau melalui jalur periferal (peripheral route) dalam merespons konten debat Capres menggunakan Teori Elaboration Likelihood Model (ELM)
3. Menyediakan pemahaman yang lebih mendalam tentang pola pendapat dan dinamika respons dalam komentar debat Capres di platform digital.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **14.1. kegunaan Teoritis**

- Menyumbangkan pemahaman baru dalam literatur ilmu komunikasi terkait dengan pengaruh debat politik dalam lingkungan digital.
- Menguji dan mengembangkan teori psikologi komunikasi, khususnya Teori Elaboration Likelihood Model (ELM), dengan menerapkan pada konteks komentar YouTube.

#### **1.4.2. kegunaan praktis**

- Memberikan wawasan kepada KPU dan pemangku kepentingan terkait tentang respons pemirsa terhadap debat politik yang diselenggarakan di platform YouTube.
- Menyediakan informasi yang berguna bagi kampanye politik dan calon presiden untuk meningkatkan strategi komunikasi mereka di media digital.

#### **1.5 Waktu dan Periode Penelitian**

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama bulan maret 2024 s/d agustus 2024. Dimulai pada saat menentukan objek penelitian sampai hingga akhir penelitian

**TABEL 1.1 Rincian Waktu dan Periode Penelitian**

No	Tahapan Kegiatan	Bulan					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Persiapan penyusunan laporan tesis (mencari topik, menentukan judul, dan mengumpulkan referensi)						
2.	Proses penyusunan proposal penelitian BAB I-III						
3.	Sidang proposal tesis						
4.	Pengumpulan data						
5.	Proses analisi dan pengolahan data, penyelesaian BAB IV- V						
6.	Pengajuan permohonan sidang						
7.	Sidang akhir						

Sumber: olahan peneliti