

Komunikasi politik Mahyeldi sebagai gubernur Sumatera Barat melalui media sosial Instagram

Chindy Albelia Joni, Suryanef, Hasrul, Nurman S

Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
FIS Universitas Negeri Padang

Co-Author: **Suryanef**

E-mail: suryanef@fis.unp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi pesan politik Mahyeldi sebagai Gubernur Sumatera Barat di media sosial Instagram, dan memberikan gambaran respon masyarakat terhadap pesan politik yang di unggah di media sosial Instagram. Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, wawancara. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data antara lain reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga klasifikasi topik postingan, yaitu topik pembangunan fisik, topik ekonomi, dan kegiatan keseharian. Pengguna Instagram cenderung merespons positif terhadap konten yang bersifat personal, transparan, dan autentik. Komunikasi politik yang dilakukan Mahyeldi belum cukup efektif dikarenakan pengguna yang mengikuti akun Instagram @mahyeldisp hanya 152 ribu dari total penduduk Sumatera Barat yang berjumlah 5 juta.

Kata Kunci: komunikasi politik, Pilkada, Instagram

ABSTRACT

This study aims to determine the content of Mahyeldi's political messages as the Governor of West Sumatra on Instagram social media, and to provide an overview of the public's response to political messages uploaded on Instagram social media. This type of research uses qualitative descriptive research. Data collection techniques use documentation, interviews. The data validity test in this study uses source triangulation techniques. The data obtained were analyzed using data analysis techniques including data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the study show that there are three classifications of posting topics, namely physical development topics, economic topics, and daily activities. Instagram users tend to respond positively to content that is personal, transparent, and authentic. Mahyeldi's political communication has not been effective enough because users who follow the Instagram account @mahyeldisp are only 152 thousand out of a total population of West Sumatra of 5 million.

Keywords: political communication, regional election, Instagram



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. ©2025 by author.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan media khususnya dengan munculnya media sosial dan internet, telah mengubah lanskap komunikasi politik. Kemajuan ini memberikan akses tanpa batas bagi informasi, meningkatkan keterlibatan publik, dan memperkuat interaksi antara pemimpin dan masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi bagi politikus menjadi sangat penting karena media sosial memiliki beberapa karakteristik khusus diantaranya, jangkauan yang bisa meliputi skala khalayak kecil dan khalayak global. Lebih mudah diakses publik dengan biaya yang lebih terjangkau. Media sosial relatif lebih mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus. Media Sosial dapat memancing respon khalayak lebih cepat. Media sosial dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan (Purnama, 2014).

Media baru komunikasi virtual ini memungkinkan individu untuk merasa lebih leluasa dalam berekspresi diri. Namun, disayangkan, terdapat aspek negatif dari sistem ini. Media sosial telah menjadi tempat di mana diskusi yang panas seringkali terjadi, dan seringkali diwarnai dengan penggunaan bahasa yang merendahkan dan menyinggung. Penyebaran *hate speech* telah menjadi prevalen di berbagai platform online. Disebabkan semakin banyak negara menyadari bahwa *hate speech* merupakan masalah serius, langkah-langkah untuk menghentikannya perlu dilakukan (Rahmi & Corsini, 2021).

Ketika seseorang berinteraksi dengan media sosial dengan cara yang sehat dan tujuan yang positif, hasilnya cenderung positif. Sebaliknya, jika digunakan secara negatif, dampaknya juga akan negatif (Waseem & Hovy, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa dalam media sosial, seringkali terjadi penggunaan kata-kata yang berlebihan dalam memposting sesuatu, serta memberikan komentar tentang hal-hal yang perlu dipertimbangkan sebelum dilakukan (Gamayantodkk, 2017). Indonesia mengatur ujaran kebencian melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang *hate speech* yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang juga mengatur larangan dan ancaman pidana untuk perbuatan yang mengandung ujaran kebencian atau Pemalsuan berisi berita. Pasal 28 (1) Nomor 45 undang-undang ini mengandung ancaman hukum pidana bagi orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan pesan palsu dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian dalam perdagangan elektronik (Kemkominfo, 2016).

Menurut data BPS, populasi Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 278,6 juta jiwa pada tahun 2023 (BPS, 2023). Dari jumlah tersebut, berdasarkan data dari *we are social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4 persen dari populasi di dalam negeri. Sedangkan pengguna aktif media sosial Instagram bulanan di Indonesia mencapai 99,15 juta dengan presentase 52,3 persen wanita dan 47,7 persen adalah pria (We are social, 2023).

Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat saat ini. Namun, dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, kehidupan di dunia maya juga menghadapi tantangan yang serius. Media sosial saat ini sering kali dipenuhi oleh berita palsu (hoax), provokasi, fitnah, sikap intoleran, dan anti Pancasila (Juliswara, 2017). Pada triwulan pertama tahun 2023, terdapat 425 isu hoaks beredar melalui media sosial yang berhasil diidentifikasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo, 2023). Penting bagi kita untuk mengenali dan menghindari penyebaran hoaks serta *hate speech* karena keduanya dapat mengganggu integritas informasi, menciptakan ketidakstabilan sosial, dan berdampak negatif pada kehidupan individu (Farid, 2023). Strategi komunikasi dari pemerintah daerah dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya penyebaran hoaks dan hate speech. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan faktual, pemerintah daerah dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang risiko yang terkait dengan penyebaran informasi palsu dan berbau kebencian. Kesadaran ini penting agar masyarakat dapat lebih waspada dan kritis terhadap informasi yang mereka terima.

Salah satu aktor politik yang juga memanfaatkan media sosial sebagai komunikasi politik yaitu Mahyeldi Ansharullah. Mahyeldi merupakan Gubernur Sumatera Barat periode 2021-2024 yang telah memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi kepada masyarakat Sumatera Barat. Mahyeldi memiliki 152 Ribu pengikut di akun Instagram (@mahyeldisp), mengindikasikan bahwa masyarakat dalam jumlah besar tersebut mendapatkan informasi mengenai program-program kerja berdasarkan unggahan Mahyeldi. Sebagai Gubernur, Mahyeldi memiliki peran kunci dalam pembangunan daerah. Mahyeldi sering berbagi aktivitas sehari-harinya sebagai Gubernur, termasuk konten terkait kegiatan resmi pemerintah, kunjungan ke daerah-daerah, berolahraga, mendukung pariwisata, mempromosikan budaya, dan mengikuti kegiatan keagamaan. Penelitian ini memusatkan perhatiannya pada pesan politik yang terkait dengan tema kegiatan politik dan penginformasian mengenai visi misi dan program yang sedang dijalankan.

Berdasarkan temuan observasi peneliti pada postingan Instagram @mahyeldisp pada tahun 2021, dalam merespon isu-isu sensitif, hoax atau informasi yang tidak akurat Mahyeldi mengunggah postingan di *Instagram*:

Gambar 1. Postingan Klarifikasi Akun Resmi Mahyeldi



Peneliti melihat sisi urgensi dari Instagram sebagai platform komunikasi politik yang seringkali disalahgunakan untuk melakukan penistaan, penghujatan, dan pencemaran reputasi seseorang. Jika fenomena ini dibiarkan saja, dapat menghasilkan situasi kontradiktif antara kehadiran media sosial yang diharapkan dapat mengembangkan komunikasi politik menjadi lebih baik.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dimana penelitian ini bersifat deskriptif yang artinya melakukan penelitian dengan cara mewawancarai dan studi dokumentasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan sesuai dengan yang diteliti. Adapun teknik pengambilan data adalah dengan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik observasi ini dalam prosesnya dilakukan pencatatan terkait dengan hal-hal yang telah diamati. Observasi yang dilakukan yaitu dengan melihat langsung, mendokumentasikan, mencatat, mendengar dan juga merekam semua hal yang berhubungan dengan penelitian. Terkait permasalahan dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang penduduk Sumatera Barat, pengguna aktif internet, postingan Mahyeldi di Instagram, dan komentar terhadap pesan yang disampaikan dalam postingan. Wawancara merupakan sebuah percakapan guna memperoleh atau mendapatkan maksud tertentu. Data yang digali tidak hanya melalui observasi atau pengamatan saja namun diperlukan wawancara untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Informan penelitian merupakan suatu individu yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang kondisi dan situasi latar penelitian. Adapun informan berasal dari staf humas

gubernur yang mengelola akun instagram pribadi gubernur. Sedangkan studi dokumentasi digunakan untuk menelaah berbagai dokumen pribadi, atau referensi yang memiliki keterkaitan dengan fokus permasalahan penelitian. Dokumentasi berikut bukti screenshot postingan Mahyeldi dan kolom komentar di Instagram Mahyeldi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pesan politik Mahyeldi di Instagram

Pesan politik ialah pesan yang selalu berhubungan dengan kondisi dimana itu menceritakan atau mempublikasi pesan-pesan tentang politik atau konsep yang berkaitan diperbincangkan serta obrolan politik. Jika merujuk pada dua konsep yaitu pesan dan politik, maka pesan ialah yang berisi obrolan, pembahasan, atau ucapan, sedangkan politik selalu bicara tentang kekuasaan, aturan, kebijakan. Singkatnya bicara soal peran komunikasi politik dalam proses politik. Menurut Almond mengenai komunikasi politik, salah satu fungsi serta selalu hadir dalam sistem politik, yang fungsinya selalu berkaitan dengan enam fungsi ialah bicara persoalan sosialisasi, rekrutmen, artikulasi, agregasi, pembuatan aturan, pelaksanaan aturan hingga penghakiman dalam aturan (Almond & Coleman, 2015). Sedangkan pandangan Goerden menjelaskan bahwa komunikasi dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan, dan menurut Donald Byker & Loren J. Anderson bahwa komunikasi adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih (Mulyana, 2014).

Media sosial adalah salah satu instrumen atau alat dalam melakukan komunikasi politik atau menyampaikan pesan politik. Instagram berfokus dalam tampilan visual gambar dan video. Mahyeldi menggunakan Instagram untuk memposting terkait kegiatan yang dilakukan dalam bentuk foto dan juga video-video singkat. Menurut Association for education technology (AECT) mendefinisikan media sebagai pembawa suatu bentuk yang dipergunakan sebagai suatu proses menyalurkan informasi yang menjadi suatu perantara atau penghubung suatu pesan dari pihak pengirim kepada penerima pesan. Berdasarkan hasil wawancara, pesan politik Mahyeldi dalam media sosial ialah selalu melakukan postingan yang selalu mengontekskan dengan suatu peristiwa entah ia menggunakan media sosial sebagai individu yang tak menggambarkan ia sebagai pejabat negara dan posisinya sebagai pejabat negara. Pesan politik selalu mengarah pada pesan politik yang selalu dalam konteks membangun daerah, gubernur yang selalu melakukan pembangunan yang entah itu berbentuk pembangunan fisik dan non fisik serta menginformasikan tentang pelayanan yang dilakukannya.

Unggahan Mahyeldi di media sosial ini berfungsi sebagai wadah untuk membagikan program-program dan pencapaian pembangunan

terbaru. Instagram menjadi media utama untuk menyampaikan pesan politik, terutama oleh generasi muda yang merupakan mayoritas pengguna aktif. Data pengguna Instagram di Indonesia menunjukkan bahwa mayoritas penggunanya berasal dari kalangan muda, menunjukkan dampak besar platform ini dalam menyampaikan informasi dan melibatkan generasi muda dalam berbagai isu politik. Mahyeldi juga memberikan ruang akses untuk anak muda untuk melakukan *collaborator* di media sosial dengan akun pribadinya, dan dengan fitur *collaborator* ini postingan tersebut juga muncul di halaman instagram gubernur, hal ini membuat jangkauan *views* menjadi lebih luas.

Menurut informasi dari *We Are Social*, jumlah pengguna aktif bulanan Instagram mencapai sekitar 1,6 miliar per Juli 2023. Dari lima negara dengan pengguna terbanyak di dunia, India memimpin dengan jumlah pengguna Instagram tertinggi, yaitu 332,15 juta pada bulan Juli 2023. Amerika Serikat menduduki peringkat kedua dengan 161,7 juta pengguna, diikuti oleh Brasil dengan 127,25 juta pengguna. Indonesia berada di peringkat keempat dengan mencapai sekitar 103,3 juta pengguna. Di Indonesia, jumlah penduduk pada tahun 2023 mencapai sekitar 278,6 juta orang, dengan tingkat penetrasi internet sebanyak 212,9 juta, ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. Dengan demikian, penggunaan internet, termasuk media sosial seperti Instagram, dapat menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan politik dan melakukan sosialisasi kebijakan (*We are Social*, 2023). Peneliti menggarisbawahi pada tiga topik utama yang paling banyak disampaikan oleh Mahyeldi di media sosial dan memiliki banyak *likes* dan menjadi isu-isu publik yaitu topik pembangunan fisik, topik ekonomi, dan kegiatan keseharian. Penulis berargumen bahwa tiga topik tersebut digunakan sebagai instrumen untuk membangun gaya kepemimpinan politik Mahyeldi yang utama melalui media sosial dan mendapat beragam respon. Eksplorasi lebih dalam mengenai temuan dan argumen yang penulis bangun pada bab ini dijelaskan dalam tiga sub dibawah ini.

1. Pembangunan Fisik

Keberhasilan Mahyeldi dalam pembangunan daerah menjadikan Sumatera Barat dinobatkan sebagai Provinsi Terbaik dalam perencanaan pembangunan. Sumatera Barat meraih capaian prestisius sebagai terbaik I pada Penghargaan Pembangunan Daerah (PPD) tahun 2021, untuk kategori pemerintah provinsi. Selain Pemprov Sumbar meraih peringkat I, juga ada peringkat II diraih oleh Pemprov Jawa Barat (Jabar) dan peringkat III diraih oleh Pemprov Bengkulu (sumbarprov.go.id). Untuk itu Mahyeldi menjadikan topik pembangunan Sumatera Barat sebagai salah satu konten yang sering dibagikan dalam media sosialnya. Konten mengenai pembangunan

mencakup pembangunan infrastruktur juga dengan pembangunan fasilitas-fasilitas umum di Sumatera Barat baik proses pembangunan yang sedang berjalan dan pembangunan yang telah terselesaikan.

2. Ekonomi

Peningkatan pertumbuhan dalam ekonomi Sumatera Barat juga menjadi hal utama yang dilakukan. Pada triwulan II 2023 Sumatera Barat menunjukkan performa gemilang dengan pertumbuhan ekonomi mencapai sebesar 5,14%. Angka ini menggambarkan lonjakan signifikan dari kuartal sebelumnya. Tidak hanya itu, angka inflasinya juga tetap terjaga rendah di 2,2%. Ini merupakan prestasi yang patut diapresiasi, terutama jika dibandingkan dengan provinsi-provinsi lain yang mengalami tingkat inflasi berkisar antara 2,8 hingga 3% (sumbar.bps.go.id).

3. Kegiatan Keseharian

Selain menampilkan topik-topik sosial seperti pembangunan dan ekonomi, akun Instagram Mahyeldi juga kerap membagikan postingan terkait kegiatan kesehariannya. Kegiatan keseharian yang ditampilkan berupa aktivitas formal seperti kegiatan kunjungan di beberapa wilayah hingga aktivitas non-formal seperti melakukan hobinya yaitu berkunjung ke surau, makan di lapau pinggir jalan, hingga konten-konten ringan yang menghibur.

Respon Masyarakat Terhadap Postingan Mahyeldi

Dari hasil wawancara dengan staf gubernur, melalui via *Zoom Meeting*, peneliti mengetahui bahwa tanggapan atau komentar berupa masukan positif akan direspon dengan baik, dan jika ada netizen yang berkomentar buruk maka itu menjadi bahan evaluasi dan harus diterima. Pesan yang ditampilkan dalam Instagram Mahyeldi lebih disuguhkan berupa foto yang di edit dengan menarik dan terdapat penambahan caption. Namun sayangnya penggunaan media Instagram lebih menekankan dalam pemberian informasi dibanding dengan interaksi yang dibangun melalui kolom komentar.

Komunikasi Politik Mahyeldi di Media Sosial Instagram

Akun media sosial resmi Mahyeldi sebagai Gubernur Sumatera Barat mencakup facebook, twitter, dan instagram. Pada akun facebook Mahyeldi memiliki 39.000 pengikut, Twitter memiliki pengikut 5.827 pengikut, dan Instagram memiliki 152.000 pengikut sehingga Instagram cukup memiliki banyak pengikut dibanding media sosial lainnya. Pada tahun 2023 mencatat penduduk Sumatera Barat berjumlah 5.757.205 jiwa. (BPS, 2023). Dari data terlihat jumlah penduduk yang berjumlah 5 juta tidak sepadan dengan jumlah pengikut Instagram berjumlah 152 ribu serta persentase usia 5 tahun keatas yang pernah mengakses internet di Sumatera Barat pada tahun 2022 hanya 63.13% (BPS, 2022). Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi politik yang dilakukan Mahyeldi di media sosial Instagram belum efektif.

KESIMPULAN

Komunikasi politik di media sosial Instagram menyoroiti peran yang signifikan yang dimainkan oleh platform ini dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap para pemimpin atau pejabat negara. Dalam era digital ini, Instagram memberikan wadah untuk interaksi langsung antara kepala daerah dan masyarakat, memungkinkan penyampaian pesan politik secara cepat dan luas. Mahyeldi sebagai Gubernur Sumatera Barat ini aktif di media sosial Instagram dan memanfaatkan platform ini untuk membangun citra yang positif, mengkomunikasikan pencapaian, serta terlibat dalam dialog dengan masyarakat. Namun, tantangan juga muncul, termasuk potensi penyebaran informasi palsu atau kampanye hitam yang dapat memengaruhi persepsi publik. Pada platform Instagram, Mahyeldi menyampaikan pesan politik yang berfokus pada perhatian kepada masyarakat secara nasional terkait pencapaian dan prestasi selama menjabat sebagai Gubernur. Melalui akun Instagram tersebut, beliau mengomunikasikan pesan politik pembangunan Sumatera Barat, dengan tujuan mendorong daerah tersebut menuju kemajuan. Terdapat 3 klasifikasi topik postingan, yaitu topik pembangunan fisik, topik ekonomi, dan kegiatan keseharian.

Kesederhanaan dan keaslian dalam komunikasi politik di Instagram juga menjadi faktor kunci. Pengguna Instagram cenderung merespons positif terhadap konten yang bersifat personal, transparan, dan autentik. Oleh karena itu, politisi yang berhasil mengintegrasikan pesan-pesan kebijakan dengan gaya komunikasi yang ramah dan mendekati dengan masyarakat cenderung meraih dukungan yang lebih besar. Dengan demikian, komunikasi politik di Instagram bukan hanya sekadar sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi alat penting dalam membentuk hubungan antara pemimpin dan masyarakat. Komunikasi politik yang dilakukan Mahyeldi belum cukup efektif dikarenakan pengguna yang mengikuti akun instagram @mahyeldisp hanya 152 ribu dari total penduduk Sumatera Barat yang berjumlah 5 juta. Oleh karena itu, para politisi perlu memahami dinamika khusus platform ini dan mengadaptasi strategi komunikasi mereka agar relevan dan efektif dalam menghadapi tantangan politik modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Arifin. 2013. *Komunikasi Politik, Filsafat, Paradigma, Teori, Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Data Penduduk Indonesia Tahun 2023*. www.bps.go.id
- Brian MC Nair. 2019. *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media

- Cangara, Hafied. 2016. *Komunikasi Politik Konsep Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dewi Utari & Dewi Endah Fajariana. 2018. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*. 2 (2)
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hamzah, Nina Lamatenggo. 2011. *Teknologi Komunikasi & Informasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(01), 104-114.
- www.instagram.com/mahyeldisp.
- Kardini, Ni Luh, Asmara Sudomo, Achmad Daengs GS, Zainal Arifin, and Sulfikar Sallu. 2023. *Manajemen Public Relation*. Sonpedia Publishing Indonesia,
- Kokom Komariah, Dede Sri Kartini. (2018). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu. *Jurnal Sosial Politik Humaniora Aristo*. 7(2)
- Mufti, Muslim. 2012. *Teori-Teori Politik*. Bandung: Pustaka Media.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purnama, H. (2014). *Media Sosial dan Revolusi Budaya Baca Di Kalangan Digital Natives*. The 1st Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS), 1-17.
- Sumbarprov. 2023. *Sumbar Raih Peringkat I Terbaik Penghargaan Pembangunan Daerah dari Bappenas RI*. sumbarprov.go.id