

Politainment dan Masyarakat Penonton: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough pada Pemberitaan akun @Tempo.co

*Fuandani Istiati, Kamila Salsabela
fuandani@uad.ac.id
Universitas Ahmad Dahlan*

Abstract

The development of social media, particularly Instagram, has significantly transformed the fundamental landscape of communication. One notable transformation can be observed in political communication, which is no longer limited to the exchange of messages, symbols, and meanings concerning power, public interests, and political decision-making processes, but has increasingly evolved into a form of entertainment among audiences. The phenomenon of politainment demonstrates how political issues, actors, and events are packaged as spectacles designed to attract audience attention. Employing Norman Fairclough's critical discourse analysis, this study examines how the consumption of political information and messages has increasingly become a form of entertainment among the public and contributes to the emergence of negative responses. The data consist of several political news posts published on the @Tempo.co Instagram account concerning Raffi Ahmad, particularly those featuring dramatic visual representations. The study further examines the processes through which discourse is produced and consumed within the dynamics of @Tempo.co's posts, as well as how these practices are associated with power relations, media ideology, and contemporary popular culture. This study is expected to provide insight into the transformation of political discourse beyond its conventional journalistic function.

Keywords: Politainment, political communication, critical discourse analysis, popular culture, social media

Abstrak

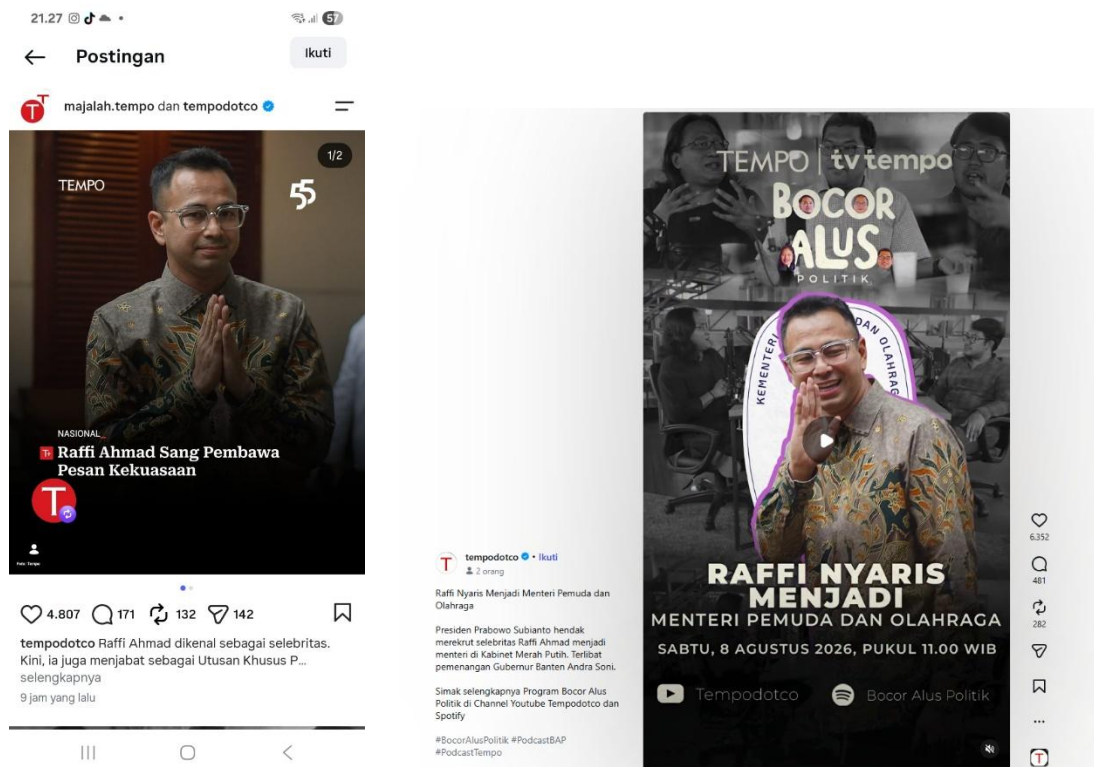
Perkembangan media sosial khususnya instagram banyak mendorong perubahan pada lanskap dasar komunikasi. Salah satunya komunikasi politik yang kemudian tidak hanya sebatas proses pertukaran pesan, simbol, dan makna yang berkaitan dengan kekuasaan, kepentingan publik, serta proses pengambilan keputusan politik, tetapi mulai menjelma menjadi sebuah hiburan di kalangan audiens. Fenomena *politainment* memperlihatkan bagaimana isu, aktor, dan peristiwa politik dikemas menjadi tontonan yang menarik perhatian audiens. Dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough penelitian ini menganalisis bagaimana akhirnya konsumsi informasi dan pesan politik menjadi sebatas hiburan di kalangan masyarakat dan memicu gejolak respon negatif. Adapun data penelitian ini menggunakan beberapa unggahan pemberitaan politik pada akun @Tempo.co yang memberitakan tentang Raffi Ahmad dengan visualisasi dramatisnya. Yang dilanjutkan dengan bagaimana proses produksi dan konsumsi wacana berlangsung dalam dinamika unggahan akun @Tempo.co, serta bagaimana praktik tersebut berkaitan dengan relasi kuasa, ideologi media, dan budaya populer saat ini. Penelitian ini diharapkan dapat membaca transformasi wacana politik yang lebih dari sebuah fungsi jurnalistik.

Kata kunci: *Politainment*, komunikasi politik, analisis wacana kritis, budaya populer, media sosial

Pendahuluan

Instagram sebagai media jejaring sosial yang muncul di akhir 2010 ini termasuk salah satu media sosial yang banyak digemari masyarakat khususnya mereka yang gemar mengambil foto atau video dan menyebarkannya (Nugroho, 2023). Dengan karakteristiknya ini Instagram menjadi salah satu ruang digital yang tidak hanya digunakan untuk berbagi pengalaman dan membangun interaksi sosial, tetapi juga berkembang sebagai medium penyebaran informasi publik, termasuk informasi politik (Larsson, 2021). Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa Instagram tidak lagi dapat dipandang semata-mata sebagai platform berbagi konten visual, melainkan telah menjadi bagian dari ekosistem komunikasi publik yang memungkinkan informasi politik diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi secara lebih luas (Zimmermann, Dkk 2023). Hal ini bisa kita lihat hari ini banyak sekali konten dan juga akun influencer politik yang kemudian bertebaran di Instagram. Menariknya, ini sudah menjadi konsumsi khalayak media ini.

Karakteristik Instagram yang mengutamakan visual, keterlibatan audiens, serta kecepatan distribusi informasi membuat pesan politik dapat dikemas dalam bentuk yang lebih sederhana, menarik, dan mudah dikonsumsi oleh masyarakat (Leon & Trilling, 2021). Dalam konteks ini, informasi politik mengalami perubahan bentuk penyajian, dari pesan yang bersifat informatif menuju pesan yang juga mempertimbangkan aspek popularitas, daya tarik emosional, dan potensi keterlibatan audiens. Seperti yang belum lama ini ditampilkan oleh akun Instagram @Tempo.co.



Gambar 1. Pemberitaan Raffi Ahmad di akun @Tempo.co tanggal 8-10 Agustus 2026

Seperti kita ketahui bersama, bergabungnya Raffi Ahmad pada kabinet Merah Putih yang dipimpin oleh Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibbran Rakabuming Raka sudah bergema sejak awal kabinet ini terbentuk. Ia dilantik secara resmi pada Oktober 2024 sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni. Namun, menariknya majalah Tempo melalui akun instagran @Tempo.co nya kembali menyoroti hal ini di tanggal 8-10 Agustus 2026, nyaris dua tahun setelah pelantikannya. Asumsi peneliti kemudian membawa kepada adanya upaya politainment yang dilakukan oleh akun @Tempo.co mengingat Raffi Ahmad sendiri merupakan publik figur yang bekerja di dunia entertainment.

Dari temuan diatas jika dikomparasikan dengan politik Indonesia selama dua dekade terakhir, dapat terlihat kecenderungan yang kuat menuju populisme digital, penggunaan identitas sebagai modal politik, serta personalisasi kekuasaan melalui figur-figur tertentu (Widyatama, dkk. 2026). Dalam narasinya akun @Tempo.co menampilkan judul berita konten "Raffi Ahmad sang Pembawa Pesan Kekuasaan" menjadi indikasi bahwa personalisasi kekuasaan melalui figurnya. Hal ini mempertajam jurang kontra di kalangan masyarakat. Ditambah narasi yang merujuk pada peran Raffi Ahmad yang menciptakan ruang interpretasi yang lebih luas di kalangan khalayak media sosial yang mengkonsumsi informasi tersebut. Akhirnya perbedaan pandangan tersebut tidak hanya muncul sebagai konsekuensi dari

perbedaan pilihan politik, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana media mengonstruksi dan mendistribusikan pesan politik kepada publik. Sehingga dalam konteks ini peneliti melihat adanya upaya akun @Tempo.co sebagai media mengonstruksi jurang tersebut dan membumbuinya dengan logika hiburan melalui personal seorang Raffi Ahmad.

Meski demikian, esensi jurnalistik masih terasa kental di setiap unggahan konten akun @Tempo.co. Akan tetapi, karakteristik media sosial pada Instagram yang kemudian secara perlahan menghadirkan logika baru dalam praktik penyajian berita. Akses yang mudah dan algoritma yang dipersonalisasi adalah faktor yang membuat penggunaanya tetap setia memilih aplikasi instagram (Adilah, dkk. 2026). Dari sinilah peneliti tertarik untuk melihat bagaimana akun berita @Tempo.co mencoba mengonstruksi logika audiens tentang politik melalui politainment.

Tinjauan Teoritis

Politainment

Politainment berasal dari gabungan antara kata “politics” (politik) dan “entertainment” (hiburan). Nieland (2008:1) menyebut politainment sebagai bergabungnya politik dan hiburan menjadi suatu jenis komunikasi politik. Lebih lanjut, Nieland (2008:1) menjelaskan politainment adalah bersatunya aktor, topik, dan proses politik dengan kultur hiburan. Dorner (dalam Nieland, 2008:1) menyatakan ada dua jenis politainment yang saling berhubungan, yaitu politik yang menghibur serta hiburan bertema politik. Kedua jenis politainment tersebut berkembang dengan cara memanfaatkan pengaruh media massa untuk menggaet audiens yang besar dan menciptakan selebriti politik (Priandika & Wijaya, 2024).

Di Indonesia pemberitaan politik cenderung ditujukan untuk menghibur masyarakat, meski jenis hiburan yang bertemakan politik tidak luput dari konsumsi masyarakatnya. Sebagai contoh Ridwan Kamil yang telah berhasil memanfaatkan media sosial instagram sebagai alat komunikasi politik yang efektif dalam kampanye. Sejak menjabat sebagai walikota Bandung melalui akun instagramnya @ridwankalil, sudah memiliki 12,2 juta pengikut. Di akun tersebut, kita dapat dengan mudah mengamati interaktivitas yang terjadi antara masyarakat dengan kang Emil (Nugroho, 2023: 154). Pada pilgub DKI Jakarta 2024 melalui platform instagram, Ridwan Kamil mampu menjangkau pemilih, terutama generasi muda, dengan konten visual yang menarik serta fitur interaktif yang mendukung komunikasi dua arah. Strategi komunikasi yang diterapkan meliputi pencitraan personal yang menunjukkan kedekatan dan keterlibatan langsung dengan masyarakat, sehingga menciptakan hubungan emosional yang kuat (Ahmad, dkk. 2024). Tidak sampai disitu, Athalia Pararatya yang saat itu masih menjadi istri Ridwan Kamil pun tak luput dari konsumsi netizen sampai

memiliki julukan "ibu cinta" berkat konten-konten romantis yang kerap ditampilkan oleh Ridwan Kamil.



Gambar 2. Unggahan romantisasi oleh Ridwan Kamil di akun instagramnya

Strategi komunikasi politik seperti ini cenderung memanfaatkan politainment dalam menjangkau khalayaknya. Ditambah lagi, pada saat itu Ridwan Kamil juga kerap menampilkan konten-konten yang berbau romantis dengan sang istri dan dikenal masyarakat sebagai pasangan yang romantis. Sampai pada skandal yang menyerang pribadi Ridwan Kamil pun menjadi tontonan layaknya sinetron di kalangan netizen. Dinamika ini pada akhirnya tidak hanya merusak elektabilitas politiknya, namun juga menciptakan resonansi emosional di kalangan netizen terhadap akun instagram dan pribadinya.

Menariknya, resonansi emosional ini tidak berhenti pada kolom komentar saja, melainkan menjadi bahasan dan pemberitaan serupa yang menunjukkan kekecewaan dan penyerangan karakter individu di akun pemberitaan bahkan akun gosip lainnya. Serangan karakter personal ini berhasil merusak reputasi seorang Ridwan Kamil dengan citranya sebagai figur pemimpin ideal, suami yang sangat sayang istri, serta sosok ramah yang dekat dengan rakyat. Fenomena tersebut tidak terlepas dari karakteristik komunikasi media sosial yang memungkinkan suatu isu personal berkembang, beredar, dan direproduksi secara cepat melalui proses disintermediasi, viralitas, fragmentasi, serta penguatan aspek emosional dalam interaksi digital (Berti & Loner, 2021). Sampai akhirnya bagaimana media memberitakan tentang romantisasi kehidupan aktor politik seperti Ridwan Kamil sampai skandal yang menaunginya adalah tentang bagaimana politik disajikan untuk menghibur dan menjadi tontonan di masyarakat. Menurut Suryawati (2021), bagaimana pun tak ayal jika kalangan kritis memberi tanggapan bahwasannya berita bukanlah hal yang keluar secara subjektivitas dari si pembuat berita, melainkan ada kekuatan dominan yang membuatnya terkonstruksi.

Seperti yang diungkapkan oleh Heryanto (2018), bahwa politainment dapat menciptakan suatu simbiosis mutualisme yang terjadi di antara media dengan aktor politik.

Dengan adanya politainment, maka seorang aktor politik memperoleh publisitas dan juga melakukan konstruksi realitas dari sebuah citra yang diharapkannya, sedangkan dari sisi media juga diuntungkan karena mendapatkan berbagai topik yang bisa menyedot perhatian publik. Yang akhirnya, relasi antara media dan aktor politik tidak lagi pada batasan wacana mengenai kebijakan dan program, tetapi juga melalui aspek personal, kehidupan sehari-hari, gaya hidup, hingga relasi emosional seorang aktor politik. Hal ini mengaburkan batas antara komunikasi politik dan hiburan.

Masyarakat Penonton/Tontonan (*Spectator Society*)

Konsep masyarakat penonton/tontonan (*spectator society*) dapat digunakan untuk menjelaskan perubahan posisi masyarakat dalam mengonsumsi informasi di tengah perkembangan media digital. Sebuah tontonan (*spectator*) tampak dalam manifestasi-manifestasi khusus seperti berita, propaganda, periklanan, hiburan. Hakikatnya sebuah tontonan (*spectator*) menghadirkan dirinya secara simultan sebagai masyarakat itu sendiri, sebagai bagian dari masyarakat, dan sebagai sarana penyatuan. Tontonan (*spectator*) sekaligus merupakan ‘model’ bagi masyarakat tetapi juga sebuah sektor terpisah yang menjadi titik pusat dari segala pandangan dan kesadaran masyarakat. Ia juga berfungsi sebagai pembenaran total atas kondisi dan tujuan sistem yang ada, dengan demikian, ia dapat disebut juga wujud material dari ideologi. Bahkan merupakan ideologi dalam bentuknya yang paling murni, karena esensi ideologi adalah ‘pemiskinan, perbudakan, dan penyangkalan terhadap kehidupan nyata (Briziarelli & Armano, 2017:73).

Masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi semakin terbiasa menempatkan berbagai peristiwa sosial, politik, dan budaya sebagai sesuatu yang dikonsumsi, diamati, dan dikomentari melalui media. Dalam kondisi tersebut, kehidupan sosial semakin banyak berlangsung dalam bentuk pertunjukan yang dapat disaksikan oleh khalayak. Apa yang ditampilkan kepada publik kemudian memperoleh perhatian berdasarkan sejauh mana suatu peristiwa mampu menarik minat, membangkitkan emosi, dan menghasilkan interaksi. Terkait dengan identitas populer, hal ini dapat diamati melalui kecenderungan tampilan citra diri di media sosial Instagram (Murfianti, 2017). Aktor politik kerap merapikan citra mereka melalui unggahan yang dipertontonkan kepada masyarakat di Instagram.

Lalu, apa yang terjadi ketika panggung, performer (penampil), dan spectator (penonton) berada dalam ruang dimensi yang sama? Kedua aktor ini, yakni performer dan spectator memegang peran penting dalam keberlangsungan masyarakat tontonan. Melalui keberadaan dan aktivitas yang dilakukan keduanya, dapat tercipta pola relasi yang secara simultan berotasi menghidupkan satu sama lain yang mampu membentuk representasi akan

sebuah identitas. Walaupun semua itu hanya dimediasi oleh realitas visual, namun temuan ini kemudian mengonfirmasi adanya upaya sadar untuk menampilkan kesan tertentu dan membuktikan bahwa teori Goffman tentang dramaturgi mengenai interaksi tatap muka tetap relevan dalam konteks jejaring sosial daring (Merunkova & Slerka, 2019).

Media Sosial sebagai Ruang Produksi Wacana

Seiring perjalanan waktu dan eksistensi media sosial, batasan tentang media sosial sebagai media komunikasi dan informasi sudahlah tidak relevan lagi. Hal ini media sosial mampu melahirkan komunitas online. Dimana komunitas online adalah sekelompok orang di dunia maya yang memiliki minat yang sama (Alyusi, 2018:3). Media sosial juga memungkinkan pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen, distributor, sekaligus komentator atas informasi yang beredar. Selain itu, media sosial juga menyajikan sarana pembuatan konten yang dapat dikemas dengan berbagai macam bentuk, tidak hanya sekedar teks dan gambar, tetapi juga video ataupun animasi untuk menambah ketertarikan dari masyarakat (Damayanti, dkk, 2023).

Media sosial juga dapat dipahami sebagai ruang produksi wacana karena makna mengenai suatu realitas sosial tidak hadir secara alamiah, melainkan dibentuk melalui proses pemilihan isu, penggunaan bahasa, visualisasi, pengulangan narasi, serta interaksi antarpengguna. Setiap unggahan di media sosial tidak sekedar menyampaikan informasi, tetapi berkaitan dengan praktik pengelolaan diri dan relasi kuasa. Media sosial menjadi arena pertarungan antar diskursus. Ia menjadi ruang yang subur bagaimana segala bentuk diskursus berkembang dan mengejawantahkan para aktor bermain peran. Ia tidak hanya menjadi ruang simulasi persona yang terlepas dari berbagai kepentingan. Media sosial juga mampu membangun relasi dengan para pengikutnya (Rustandi & Yusanto, 2021).

Pada analisis wacana kritis Norman Fairclough, wacana tidak dipandang semata-mata sebagai rangkaian bahasa, tetapi sebagai praktik sosial yang memiliki keterkaitan dengan proses produksi, konsumsi, serta konteks sosial dan budaya yang melingkupinya (Fairclough, 1995: 10). Fairclough telah mengkonstruksi kerangka yang penting untuk menganalisis wacana sebagai praktik sosial. Selain itu Fairclough menyatakan bahwasanya wacana tidak hanya dipandang bersifat konstitutif, namun juga tersusun (Jorgensen & Phillips, 2017:121-122).

Dalam teorinya, Fairclough menawarkan model diskursus yang memuat tiga dimensi, yakni teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Masing-masing dimensi ini memiliki wilayah dan proses masing-masing dan ketiganya berhubungan secara dialektis (Munfarida, 2014). Inilah kemudian yang mendorong peneliti melihat bagaimana wacana-wacana yang ditampilkan di media sosial tidak hanya merepresentasikan suatu realitas, tetapi sekaligus turut

membentuk cara realitas tersebut dipahami oleh khalayak. Dalam kerangka Fairclough, proses tersebut dapat ditelusuri melalui hubungan antara teks, praktik kewacanaan, dan praktik sosiokultural. Wacana-wacana tersebut disajikan dalam bentuk konten-konten pemberitaan.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough yang menggunakan tiga dimensi analisis, yaitu teks, praktik wacana dan praktik sosiokultural. Dalam analisis diskursusnya, Fairclough menawarkan model tiga dimensi yang mewakili tiga domain yang harus dianalisis, yakni teks (ucapan, tulisan, image visual, atau kombinasi dari ketiganya), praktik diskursif yang mencakup produksi dan konsumsi teks, dan praktik sosial (Munfarida, 2014). Ketiga dimensi tersebut digunakan untuk melihat bagaimana suatu wacana tidak hanya dibentuk melalui pilihan bahasa dan struktur teks, tetapi juga diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi dalam konteks sosial tertentu. Dengan demikian, analisis tidak berhenti pada apa yang ditampilkan oleh media, tetapi juga mengungkap bagaimana praktik media berkelindan dengan relasi kuasa, ideologi, serta kondisi sosial yang melatarbelakangi kemunculan suatu wacana.

Konteks sosial Indonesia hari ini yang dipenuhi dengan pemberitaan negatif di perpolitikan dan pemerintahan memperkuat wacana yang muncul dalam sebuah teks. Sehingga kondisi tersebut dapat dipahami melalui dimensi praktik sosiokultural, ketika wacana media memiliki hubungan dialektis dengan realitas sosial yang melingkupinya (Triana, dkk, 2020). Oleh karena itu, mengapa pada akhirnya penelitian ini layak diteliti menggunakan metode ini karena munculnya wacana yang diberitakan yang terindikasi praktik politainment dengan memanfaatkan kondisi sosial budaya Indonesia yang sedang terjadi saat ini.

Adapun data yang digunakan peneliti meliputi 8 unggahan akun instagram @Tempo.co tanggal 8-10 Agustus 2026 yang memberitakan tentang Raffi Ahmad. Asumsi politainment yang ditujukan kepada 8 objek ini karena ada indikasi penyandingan dua kata yang merepresentasikan seorang Raffi Ahmad saat ini yang mulai dikaburkan. Namun, diskursus pengaburan ini menuju kepada esensi hiburan berbalut politik yang ingin disajikan akun media sosial ini kepada masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Teks

Pada unggahan-unggan akun @Tempo.co tanggal 8-10 Agustus 2026 yang didominasi tentan pemberitaan Raffi Ahmad, dimana pemberitaannya menjurus pada narasi adanya keterlibatan Raffi Ahmad dalam kebijakan-kebijakan strategis pemerintah. Meski secara status quo Raffi Ahmad sendiri menjadi bagian dari pemerintahan mengingat di kabinet merah putih

ini dia menjabat sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni. Terlepas dari jabatannya saat ini, publik atau masyarakat lebih mengenal Raffi Ahmad sebagai selebriti tanah air yang sudah malang melintang di industri pertelevisian Indonesia sejak puluhan tahun lalu. Dengan pemberitaan-pemberitaan yang menyoroti Raffi Ahmad, disini peneliti melihat upaya @Tempo.co merubah posisi Raffi Ahmad dari seorang selebriti menjadi aktor politik dengan penggunaan bahasa dan narasi yang erat dengan istilah ”kekuasaan”.



Gambar 3. Unggahan @Tempo.co tanggal 8 Agustus 2026 yang berkolaborasi dengan akun @bocoraluspolitik

Unggahan diatas merupakan unggahan pertama akun @Tempo.co yang mengangkat Raffi Ahmad sejak dilantiknya menjadi utusan khusus presiden, selang hampir 2 tahun pelantikan. Dalam unggahan tersebut, caption unggahan menyandingkan kata ”selebriti” dan ”Utusan Presiden”. Dari penyandingan kata ini peneliti melihat adanya upaya transisi makna yang dibangun oleh akun @Tempo.co dari seorang Raffi Ahmad. Identitas selebriti yang dilekatkan pada pribadi Raffi Ahmad merupakan modal entertainment yang dikonstruksi sebagai figur yang berada di antara dunia hiburan dan politik. Disinilah peneliti melihat praktik politainment yang dilakukan oleh akun @Tempo.co melalui konten berita yang disajikan.

Inilah yang kemudian oleh Fairclough disebut sebagai transisi dialektis (Jorgensen & Phillips, 2017:123). Karena akun @Tempo.co mempertemukan narasi popularitas seorang Raffi Ahmad dengan narasi kekuasaan. Rangkaian ini yang kemudian peneliti lihat sebagai konstruksi politainment yang dibangun oleh akun @Tempo.co. Dengan melihat jumlah

komentar yang membajiri unggahan ini, yang didominasi komentar negatif dengan mempertanyakan jenis pekerjaan apa yang tidak terjawab secara spesifik oleh Raffi Ahmad.



Gambar 4. Komentar-komentar pada unggahan tanggal 8 Agustus 2026

Tidak lama setelah unggahan diatas muncul unggahan di tanggal yang sama dengan narasi yang berbeda, kali ini langsung menggunakan kata ”pemerintah” pada judul video yang diunggah. Meski secara struktur teks caption masihtml sama dengan unggahan sebelumnya.



Gambar 5. Unggahan kedua di tanggal 8 Agustus 2026

Jika di video unggahan sebelumnya, narasi transisi ”selebriti” ke ”utusan presiden” divisualisasikan dengan Raffi Ahmad yang *in frame* dalam video. Unggahan kedua cukup berbeda, karena di unggahan kedua menampilkan podcast yang sedang mengkaji peran Raffi

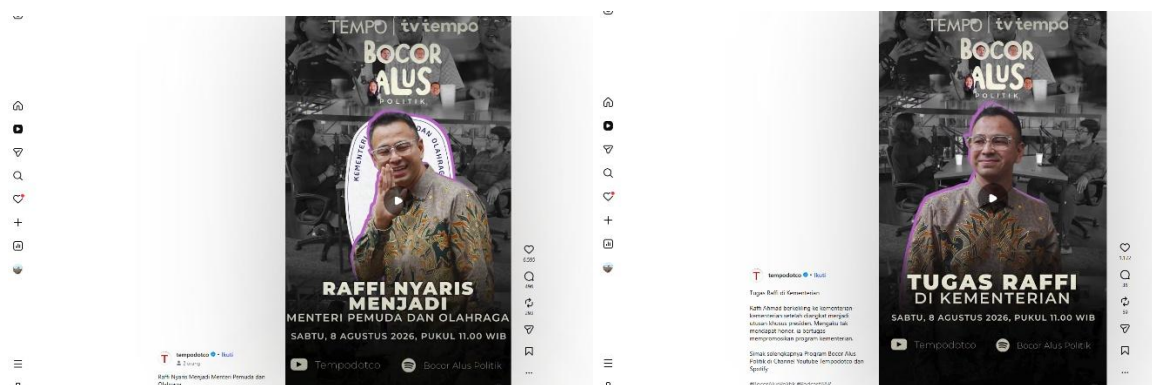
Ahmad di pemerintahan. Politainment dalam unggahan ini tidak lagi semata-mata dibangun melalui kehadiran visual Raffi Ahmad sebagai selebritas, tetapi melalui penggabungan antara pembahasan politik dengan format komunikasi yang identik dengan budaya populer digital, yaitu podcast.

Menurut Marlina (2025), podcast merupakan media edukasi dan informasi publik di era digital yang efektif. Podcast memberikan fleksibilitas bagi audiens untuk mengakses materi sesuai kebutuhan dan waktu yang tersedia, sehingga lebih adaptif dibandingkan media konvensional. Selain itu, podcast terbukti mampu membangun kedekatan emosional antara penyampai pesan dan pendengar melalui gaya naratif yang khas. Melalui data teks ini peneliti melihat wacana politainment semakin terlihat ketika isu politik tidak lagi disampaikan semata-mata melalui format pemberitaan yang formal, tetapi dikemas melalui bentuk komunikasi yang lebih populer, personal, dan dialogis.

Praktik Wacana

Menjadikan Raffi Ahmad dalam bahasan pemberitaan ditengah banyaknya isu politik di pemerintahan yang lain inilah yang kemudian praktik wacana yang menarik untuk disoroti. Dalam kerangka Norman Fairclough, praktik wacana bukan hanya soal *apa* yang ditulis @Tempo.co, tetapi bagaimana teks itu diproduksi, dipilih, dikemas, didistribusikan, dan dikonsumsi. Fairclough menempatkan praktik wacana sebagai penghubung antara teks dan praktik sosiokultural (Munfarida, 2014).

Isu politik pemerintahan umumnya diberitakan dalam konteks institusional. Pada konteks pemberitaan Raffi Ahmad akun @Tempo.co lebih condong pada konteks sosok personal yang akhirnya membuat isu politik tidak semata-mata berbicara mengenai lembaga atau kebijakan, tetapi mengenai identitas dan popularitas seorang figur dan kemudian tentang degradasi identitasnya, antara selebriti atau politikus. Maka, dari praktik ini maka lahir lagi produk teks yang berbunyi "Tugas Raffi di Kementrian", "Raffi Nyaris Menjadi Menteri" sampai "Raffi Ahmad sang Pembawa Pesan Kekuasaan".





Gambar 6. Unggahan tanggal 9 Agustus 2026

Disinilah peneliti melihat praktik wacana yang dikembangkan oleh aku @Tempo.co melalui politainment diawal melempar isu. Semakin kesini, kata "selebriti" dihilangkan dan didominasi menggunakan kata-kata "pemerintah" atau dekat dengan hal itu. Artinya, terdapat pergeseran konstruksi wacana dari Raffi Ahmad sebagai figur hiburan menuju Raffi Ahmad sebagai bagian dari struktur kekuasaan. Pergeseran tersebut menunjukkan bahwa identitas selebritas secara perlahan ditempatkan sebagai latar belakang, sementara identitas politik dan pemerintahan semakin dikedepankan dalam pemberitaan.

Praktik tersebut dapat dipahami sebagai strategi wacana untuk menggeser fokus perhatian khalayak. Pada tahap awal, unsur selebritas menjadi daya tarik untuk memperkenalkan isu kepada audiens. Popularitas Raffi Ahmad berfungsi sebagai pintu masuk agar isu mengenai keterlibatannya dalam pemerintahan memiliki nilai perhatian yang tinggi. Namun, setelah isu memperoleh perhatian, narasi kemudian bergerak menuju aspek politik dan pemerintahan. Dengan demikian, entertainment dapat berfungsi sebagai *entry point* bagi wacana politik, sebelum kemudian substansi politik menjadi narasi yang lebih dominan.

Dari praktik ini, peneliti semakin melihat bagaimana transisi dimainkan untuk memulai drama hiburan dalam pemberitaan dan akun @Tempo.co berhasil menggabungkan unsur hiburan dan politik sehingga wacana politainment yang dibangun tidak berhenti pada penyajian figur selebritas dalam konteks politik, tetapi berkembang menjadi konstruksi narasi yang secara bertahap menggeser perhatian khalayak dari popularitas menuju persoalan kekuasaan.

Praktik Sosiokultural

Memasuki ruang analisis ketiga yaitu praktik sosio-kultural dimana dalam kacamata Fairclough dia terbagi lagi menjadi 3 bagian yaitu situasional, institusional dan sosial. Pada aspek situasional dapat dilihat bagaimana perpolitikan di Indonesia kerap dihiasi dengan aktor-aktor hiburan didalamnya. Budaya ini bukan hal yang baru, namun sudah menjadi budaya

dimana popularitas menjadi modal politik. Jauh sebelum Raffi Ahmad yang ditunjuk menjadi utusan presiden, sudah banyak artis-artis di Indonesia yang mencalonkan diri menjadi anggota legislatif sampai kepala daerah. Hal ini yang akhirnya menjadikan legitimasi figur di ruang politik tidak hanya dibicarakan berdasarkan kompetensi, tetapi juga berdasarkan popularitas dan kemampuan menjangkau audiens digital.

Disamping itu, menurut data survey AJI (Aliansi Jurnalis Independen) tentang kepercayaan masyarakat terhadap media cukup tinggi yaitu 71,1 % yang terdiri dari 37,4% percaya dan 33,7% sangat percaya (Ningtyas, dkk, 2024: 14). Temuan survei ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia cukup tinggi. Temuan ini penting untuk diperhatikan karena kepercayaan publik adalah fondasi utama bagi keberlangsungan praktik jurnalisme maupun industri media. Namun, kondisi ini tidak serta merta melegitimasi media untuk berlaku sewenang-wenang. Faktanya juga, orang-orang yang dekat dan familiar dengan media salah satunya adalah selebriti. Sehingga dari temuan-temuan tersebut situasi ini telah berhasil menciptakan konteks sosial yang memungkinkan perpindahan identitas dari “selebriti” menuju “aktor politik”.

Pada aspek institusional, posisi media menjadi penting karena @Tempo.co tidak hanya bertindak sebagai saluran penyampaian informasi, tetapi juga sebagai institusi yang memiliki otoritas dalam menentukan isu apa yang dianggap penting untuk diberitakan dan bagaimana isu tersebut dikemas. Tingginya tingkat kepercayaan publik terhadap media, sebagaimana ditunjukkan dalam survei AJI, memberikan konsekuensi bahwa wacana yang diproduksi media memiliki potensi untuk memperoleh legitimasi di ruang publik. Dengan kata lain, ketika @Tempo.co memilih Raffi Ahmad sebagai objek pemberitaan politik dan mengemasnya melalui perpaduan antara jurnalistik, visual, dan entertainment, konstruksi tersebut berpotensi memengaruhi cara khalayak memahami posisi Raffi Ahmad dalam pemerintahan.

Sementara itu, pada aspek sosial, fenomena tersebut berkelindan dengan perubahan budaya konsumsi informasi masyarakat di era digital. Masyarakat tidak lagi hanya memperoleh informasi politik melalui berita politik yang bersifat formal, tetapi juga melalui konten audiovisual, media sosial, podcast, dan figur populer. Akibatnya, politik semakin hadir dalam ruang kehidupan sehari-hari melalui bentuk-bentuk komunikasi yang lebih personal dan menghibur. Kondisi inilah yang memungkinkan batas antara informasi politik dan entertainment menjadi semakin cair. Ini tidak terjadi pada konteks Raffi Ahmad saja, bisa ditilik akun-akun instagram aktor politik yang juga menyuguhkan konten-konten menghibur sehingga banyak dikonsumsi masyarakat, terlepas tujuan kampanye. Sebaliknya, banyak juga publik figur hiburan yang juga mulai berbicara tentang politik. Sehingga ekosistem ini mendorong

bagaimana akhirnya wacana politainment sudah mengakar di segala sektor penyiaran di Indonesia.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa politainment dalam pemberitaan akun @Tempo.co mengenai Raffi Ahmad tidak sekadar mempertemukan unsur politik dan hiburan, tetapi merupakan praktik wacana yang mengonstruksi politik melalui logika budaya populer. Dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough melalui tiga dimensi, yaitu teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural, penelitian ini menemukan bahwa konstruksi politainment berlangsung secara bertahap melalui representasi figur, pengemasan isu, serta konteks sosial-politik yang melingkupinya.

Pada dimensi teks, @Tempo.co merepresentasikan Raffi Ahmad melalui perubahan identitas dari figur “selebriti” menuju figur yang dekat dengan “pemerintah” dan kekuasaan. Perubahan pilihan kata, judul, visual, serta narasi menunjukkan adanya pergeseran fokus dari popularitas Raffi Ahmad sebagai entertainer menuju posisinya dalam pemerintahan. Pada dimensi praktik wacana, politainment dibentuk melalui proses seleksi isu dan personalisasi, sehingga membawa transisi teks yang kemudian akan ditampilkan. Akun @Tempo.co memanfaatkan popularitas Raffi Ahmad sebagai pintu masuk untuk menarik perhatian khalayak, kemudian mengarahkan narasi menuju persoalan pemerintahan dan politik. Penggunaan format audiovisual dan podcast juga memperlihatkan bagaimana isu politik dikemas melalui bentuk komunikasi yang dekat dengan budaya konsumsi media digital yang menghibur. Dengan demikian, entertainment berfungsi sebagai *entry point*, sedangkan isu politik menjadi substansi yang kemudian dikembangkan dalam pemberitaan.

Sementara itu, pada dimensi praktik sosiokultural, konstruksi politainment tersebut tidak dapat dilepaskan dari kondisi politik dan budaya Indonesia yang semakin mempertemukan selebritas dengan dunia politik. Popularitas telah berkembang menjadi salah satu modal yang dapat digunakan dalam komunikasi dan arena politik. Dengan demikian, politainment yang dibangun @Tempo.co menunjukkan adanya hubungan dialektis antara media, budaya populer, politik, dan masyarakat. Media tidak hanya merefleksikan realitas mengenai keterlibatan selebritas dalam pemerintahan, tetapi turut membentuk cara realitas tersebut dipahami oleh khalayak.

Daftar Pustaka

- Adilah, Keyza Putri. Dkk. 2026. *Instagram's Usage on Spreading Awareness in Politics Among Youth During Demonstration*. Jurnal Audiens: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 9, No. 1, Hal. 102-114
- Ahmad, Naila. Dkk. 2024. *Analisis Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Diri Menuju PILGUB DKI Jakarta 2024*. Jurnal ISO: Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora, Vol. 4, No. 2, Hal. 1-17
- Alyusi, Shiefty Dyah. 2018. *Media Sosial: Interaks, Identitas dan Modal Sosial*. Jakart: Prenada Media
- Berti, Carlo. Loner, Enzo. 2021. *Character assassination as a right-wing populist communication tactic on social media: The case of Matteo Salvini in Italy*. New Media & Society, Vol. 25, Issue, 11, <https://doi.org/10.1177/14614448211039222>
- Briziarelli, Marco. Armano, Eniliana. 2017. *The Spectacle 2.0 : Reading Debord in The Context of Digital Capitalism*. London: University of Westminster Press
- Damayanti, Alfira. Dkk. 2023. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang)*. Jurnal Pikma, Vol. 6, No. 1, Hal. 173-190
- Fairclough, Norman. 1995. *Critical Discourse Analysis : The Critical Study of Language*. New York: Longman Publishing
- Heryanto, Gun Gun. 2018. *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD
- Jorgensen, Marianne W. Phillips, Louise J. 2017. *Analisis Wacana: Teori & Metode*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Larson, Anders Olof. 2021. *The Rise of Instagram as a Tool for Political Communication: A Longitudinal Study of European Political Parties and their Followers*. New Media & Society, Vol. 25, No. 10, Hal. 2744-2762
- Leon, Ernesto De. Trilling, Damian. 2021. *A Sadness Bias in Political News Sharing? The Role of Discrete Emotions in the Engagement and Dissemination of Political News on Facebook*. Social Media+Society, Vol. 7, No. 4, Hal. 1-12
- Merunkova, Lucie. Slerka, Josef. 2019. *Goffman's Theory as a Framework for Analysis of Self Presentation on Online Social Networks*. Masaryk University Journal of Law and Technology, Vol. 13, No. 2, Hal. 243-276
- Munfarida, Elya. 2014. *Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough*. Jurnal Komunika, Vol. 8, No. 1, Hal. 1-19
- Murfianti, Fitri. 2017. *Photo : Identity and Commodity on Social Media Instagram*. 2 nd Proceeding of International and Interdisciplinary Conference on Arts Creation and Studies, Hal. 153-159
- Nieland, J.-U. (2008). Politainment. In The International Encyclopedia of Communication, W. Donsbach (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp047>
- Ningtyas, Ika. Dkk. 2024. *Diantara Literasi dan Bias Politik: Studi Tentang Tingkat Kepercayaan Publik terhadap Media di Indonesia*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia
- Nugroho, Catur. 2023. *Medianomics: Ekonomi Politik Media di Era Digital*. Jakarta: Kencana
- Priandika, Kevin Reynaldi. Wijaya, Deniawan Tommy Chandra. 2024. *Trend Politainment dalam Pemberitaan Debat Capres Pemilihan Umum Indonesia Tahun 2024*. Jurnal Komunikasi Massa, Vol. 17, No. 1, Hal. 71-80
- Rustandi, Dudi. Yusanto, Freddy. *Postkomodifikasi Media Sosial Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo dalam Perspektif Wacana Foucauldian*. Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 5, No.2, Hal. 99-120
- Suryawati, Indah, 2021. *Politik Entertainment Selebriti Parlemen Pusat Dalam Konstruksi Media Online (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough)*. Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, Vol. 5, No. 1, Hal. 1-13
- Triana, Hetti Waluati. Dkk. 2020. *Social Practice on Facebook: Critical Discourse Analysis in the Process of Text Production*. Jurnal Siele: Studies in English Language and Education, Vol. 7, No.1, Hal. 1-21
- Widyatama, Rendra. Dkk. 2026. *Polarisasi Politik Digital di Era Digital*. Banyumas: PT. Pena Persada Kerta Utama
- Zimmermann, Daniel. Dkk. *Political News on Instagram: Influencer Versus Traditional Magazine and the Role of Their Expertise in Consumers' Credibility Perceptions and News Engagement*. Media Psychology, Vol. 14, Hal. 1-16