



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

FARA PUTRI

Author(s)

Coordinator

perpustakaan umsidairta

Organizational unit

Perpustakaan

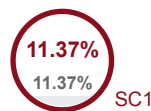
Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		10
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		26

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.

**25**

The phrase length for the SC 2

4907

Length in words

38345

Length in characters

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	DOMINASI POLITIK IDENTITAS DALAM KONTESTASI POLITIK INDONESIA SERTA MITIGASINYA JELANG PEMILU 2024 Fajri Pujangga Candrawijyaning;	38 0.77 %
2	https://cyberleninka.ru/article/n/the-beauty-commodification-on-instagram-community-account-of-university-student-in-indonesia	36 0.73 %

3	The Future of Religious Moderation: A Study on The Opportunities and Challenges for the Existence of Religious Moderation Values in the Digital Age Budi Santosa, Oksiana Jatningsih, Rahmanu Wijaya, Maya Mustika Kartika Sari, Iman Pasu Marganda Hardianto Purba, Sarmini, Warsono;	34 0.69 %
4	https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/6922	32 0.65 %
5	https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik/article/view/28356/0	31 0.63 %
6	https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik/article/view/28356/0	30 0.61 %
7	DOMINASI POLITIK IDENTITAS DALAM KONTESTASI POLITIK INDONESIA SERTA MITIGASINYA JELANG PEMILU 2024 Fajri Pujangga Candrawijayaning;	25 0.51 %
8	Commodification of the Qur'an as an Advertising Strategy for Women's Clothing in the @hijabalila Account Jannah Roudlotul;	24 0.49 %
9	https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/1504	23 0.47 %
10	https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/1504	22 0.45 %

from RefBooks database (5.71 %)



NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	--

Source: Paperity

1	DOMINASI POLITIK IDENTITAS DALAM KONTESTASI POLITIK INDONESIA SERTA MITIGASINYA JELANG PEMILU 2024 Fajri Pujangga Candrawijayaning;	100 (5) 2.04 %
2	The Future of Religious Moderation: A Study on The Opportunities and Challenges for the Existence of Religious Moderation Values in the Digital Age Budi Santosa, Oksiana Jatningsih, Rahmanu Wijaya, Maya Mustika Kartika Sari, Iman Pasu Marganda Hardianto Purba, Sarmini, Warsono;	34 (1) 0.69 %
3	Commodification of the Qur'an as an Advertising Strategy for Women's Clothing in the @hijabalila Account Jannah Roudlotul;	24 (1) 0.49 %
4	Perancangan Sistem Informasi Akademik Digital Berbasis Web di SD Nayu Barat II Surakarta Khaidir Umar, Octa Novalinda, Ina Sholihah Widiati;	18 (1) 0.37 %
5	SISTEM PEMILIHAN UMUM (PEMILU) JOKOWI DODO DAN JUSUF KALLA TAHUN 2014 Rosa Harista;	17 (2) 0.35 %
6	Commodification of the Urban Community Image: An Instagram Case Study of Motivational Quotes and Skyscraper Photo Dewi Euis Puspita, Nisa Azkiya, Widhiasti Maria Regina;	16 (1) 0.33 %
7	Kegiatan Peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW Sebagai Sarana Penguatan Karakter Religius Siswa Madrasah Ibtidaiyah Fauzi Aprilia Isa, Juhji, Hasna Ghina Adzkiyatul, Afinatussakinah Sri Afinatussakinah;	15 (2) 0.31 %
8	Strategi Komunikasi TikTok @Triasmadani Dalam Meningkatkan Corporate Branding Di Kalangan Calon Pekerja Migran Indonesia Winda Dwi Rahmawati;	14 (1) 0.29 %
9	Ucapan Yesus tentang Berbahagialah dalam Matius 5:1-12 sebagai spirit moderasi beragama Siagian Fereddy;	13 (1) 0.26 %

10	KOMUNIKASI POLITIK MUBALLIG DI KOTA PALU (Studi Kampanye Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2014) Syamsuri Syamsuri;	13 (2) 0.26 %
11	Dominasi Seoul Broadcasting System (SBS) terhadap Pasar Media Indonesia Dibda Monetalarosa;	11 (1) 0.22 %
12	Advisory content in politics: the form of mitigation of the negative impact of identity politics on Instagram account @lensamu and @nuonline_id 'Aziizah 'Aabidah Ummu,Istiatu Fuandani;	5 (1) 0.10 %

from the home database (0.00 %)



NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Database Exchange Program (0.00 %)



NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Internet (5.67 %)



NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik/article/view/28356/0	61 (2) 1.24 %
2	https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/1504	45 (2) 0.92 %
3	https://cyberleninka.ru/article/n/the-beauty-commodification-on-instagram-community-account-of-university-student-in-indonesia	36 (1) 0.73 %
4	https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/6922	32 (1) 0.65 %
5	https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/8816/4/Daftar%20Pustaka.pdf	24 (2) 0.49 %
6	https://jurnalsttmaa.org/index.php/alasma/article/download/94/87/175	19 (1) 0.39 %
7	https://scholarhub.uny.ac.id/informasi/vol54/iss2/12/	17 (1) 0.35 %
8	https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/17086	14 (1) 0.29 %
9	https://www.zonasatunews.com/tokoh-opini/lembaga-penegak-hukum-wilayah-laut-indonesia-ditengah-dinamika-sengketa-laut-cina-selatan/	14 (1) 0.29 %
10	https://www.academia.edu/35702431/Orang_Aslipolitik_Identitas_Suku_Akit_di_Karimun	9 (1) 0.18 %
11	https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik/article/download/28356/11000	7 (1) 0.14 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	----------	---------------------------------------

Vol. 01, No. 01, July xxxx, pp. xxxx
DOI : 10.22515/ajdc.v5i1.xxxx
Fara Putri Amalia, Ferry Adhi Dharma
Komodifikasi Identitas Pada Kontestasi Politik Lokal di Instagram

Komodifikasi Identitas Pada Kontestasi Politik Lokal

Fara Putri Amalia1, Ferry Adhi Dharma2*
Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Keywords: Commodification of Identity; Simulacra; Instagram; Hyperreality; Sidoarjo Regional Election Identity politics, such as ethnicity, religion, and local traditions, are often exploited to win political competition. Social media platforms like Instagram become strategic media for building image and mobilizing support through visual content. This study examines the construction of political hyper-reality by two official mayoral candidate accounts, namely @achmadamiraslichin and @cakband1 on the Instagram platform, using Baudrillard's Simulacra and Simulation theory approach. By packaging visual posts, this couple creates a "hyperreality" that reinforces the narrative that they are the ideal choice for the people of Sidoarjo. This research aims to analyze whether identity politics has become a commodification in the local political contestation in Sidoarjo through the digital space, namely the Instagram platform in the Sidoarjo 2024 regional election. This research is a type of qualitative study using analysis through the lens of Baudrillard's simulacra and hyperreality theory. The Instagram platform, dominated by users of productive age (25-34 years), has become an arena for political simulation where visual images are more influential than actual programs. The implication is that identity politics on social media not only commodifies religion but also has the potential to trigger polarization, especially among young voters with limited digital literacy.

Abstrak (rata kanan kiri, cetak miring dan tebal, book antiqua 11)

Kata kunci: Komodifikasi identitas; Simulacra; Instagram; Hiperealitas; Pilkada Sidoarjo ; Politik identitas, seperti etnis, agama, dan tradisi lokal seringkali dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan politik. Platform media sosial seperti Instagram menjadi media yang strategis untuk membangun citra dan memobilisasi dukungan melalui konten visual. Penelitian ini mengkaji konstruksi hiper-realitas politik oleh dua akun official calon Bupati yakni @achmadamiraslichin dan @cakband1 di platform Instagram dengan pendekatan teori Simulacra dan Simulasi Baudrillard.. Dengan mengemas unggahan visual, pasangan ini menciptakan "hiperrealitas" yang menguatkan narasi bahwa mereka adalah pilihan ideal bagi masyarakat Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah politik identitas menjadi komodifikasi pada kontestasi politik lokal di Sidoarjo melalui ruang digital, yakni platform Instagram pada pilkada Sidoarjo 2024. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis melalui lensa teori simulacra dan hiperealitas dari Baudrillard. Platform Instagram, yang didominasi pengguna usia produktif (25-34 tahun), menjadi arena simulasi politik di mana citra visual lebih berpengaruh daripada program nyata. Implikasinya, politik identitas di media sosial tidak hanya mengkomodifikasi agama tetapi juga berpotensi memicu polarisasi, terutama di kalangan pemilih muda dengan literasi digital terbatas.

E-mail Korespondensi : ferryadhidharma@umsida.ac.id (No Whatsapp -untuk mempermudah komunikasi, tidak muncul saat publish) ISSN 2722-1431 (P) ISSN 2722-144X (E)

PENDAHULUAN

Politik identitas, seperti etnis, agama, dan tradisi lokal seringkali dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan politik. Politik identitas bukanlah sesuatu yang baru di Indonesia, semenjak perubahan pemilihan kepala daerah menjadi sistem pemilihan secara langsung oleh rakyat, pilkada di sejumlah daerah diwarnai oleh politik identitas. Politik identitas seperti penggunaan jargon-jargon politik, pribumisasi, putra daerah, dan sentiment bernuansa agama (Sonny, 2019).

Politik identitas menjadi salah satu kekuatan partai politik. **Gutmann menerangkan bahwa "many political parties are identity groups, calling upon and cultivating shared identities around ideology, class, religion, and ethnicity, among other mutual recognition"** (Pujangga Candrawijayaning Fajri, 2024). **Politik identitas di ranah lokal** bersamaan dengan politik desentralisasi. Setelah diberlakukan **UU No. 22/1999 di era reformasi, gerakan politik identitas semakin nyata wujudnya** (Haboddin, 2012). Akibatnya, **terjadi pergeseran dari model rezim yang semula otoritarian-sentralistik, menjadi rezim demokratis-desentralistik**. Hal tersebut **memberikan ruang bagi gerakan politik identitas. Tak sedikit aktor politik lokal maupun nasional yang secara sengaja mengeksploitasi hal tersebut melalui power sharing dan power framing, sehingga kedudukan mereka yang awalnya terpinggirkan dari transisi kekuasaan bisa merapat dan ikut serta menjadi bagian dari kekuasaan**. Selain itu, perkembangan teknologi dan digitalisasi dapat mempercepat dan memperluas jangkauan narasi politik identitas (Wulandari, 2023).

Platform media sosial seperti Instagram menjadi media yang strategis untuk membangun citra dan memobilisasi dukungan melalui konten visual. We Are Social dan Meltwater melaporkan, jumlah pengguna Instagram di dunia diperkirakan sebanyak 1,68 miliar per Juli 2024. Jumlah tersebut menurun 1,1% dibandingkan dengan tiga bulan sebelumnya yang sebesar 1,69 miliar. Indonesia menjadi negara keempat pengguna Instagram terbesar setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil. Hal ini menunjukkan bahwa platform Instagram memberikan peluang yang menjanjikan untuk aktor politik menjadikan Instagram sebagai media kampanye, karena dapat menjangkau pemilih yang lebih luas dan lebih efektif. Data ini diperkuat dengan visualisasi posisi 8 negara pengguna Instagram terbesar, yang menempatkan Indonesia di peringkat atas dalam daftar global (DataIndonesia.id, 2024).

Dalam satu dekade terakhir politik identitas semakin mencuat dalam perpolitikan di Indonesia, khususnya sejak ada media sosial. Pada pilkada Jakarta 2017, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) viral karena kasus penistaan agama karena mengutip surat Al-maidah dalam pidatonya di Kepulauan Seribu pada September 2016 (Lestari, 2019; Tempo, 2018). Kasus tersebut tidak hanya memengaruhi hasil Pilkada waktu itu, tetapi juga menciptakan polarisasi di masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan rentetan demonstrasi yang dikenal dengan aksi Aksi Bela Islam (Sari, 2017).

Dalam riset lainnya, Arief, Lestari & Simatupang (2023) mengungkapkan bahwa, kontestasi wacana politik identitas pada ruang digital pada media sosial Facebook dan Instagram menjelang pemilihan gubernur Sulawesi Tenggara, menunjukkan adanya fenomena kesukuan menjadi perbincangan di ruang digital, yang terdapat pada kolom komentar ketiga bakal calon Gubernur (Iriyani Astuti Arief et al., 2023). Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Lestari (2019) mengenai kemenangan paslon Gubernur Anies Baswedan dan Sandiaga Salahuddin Uno dengan perolehan suara 3.240.322 atau 57,95% dari total suara sah pada 2017 pada Pilkada DKI Jakarta, mengindikasikan bahwa politik identitas berhasil dijadikan alat untuk menarik simpati pemilih (voter) kepada calon yang memiliki latar belakang identitas yang sama (Lestari, 2019).

Di Sidoarjo, politik identitas juga terjadi, namun dalam format perebutan identitas Islam kultural. Kedua Calon Bupati memanfaatkan ruang digital, yakni platform Instagram dalam melakukan kampanye dengan mempolitisasi simbol-simbol identitas Islam kultural. Kedua calon mempunyai akun officialnya masing-masing di Instagram, yakni @achmadamiraslichin dan @cakband1. Dengan mengemas unggahan visual, pasangan ini menciptakan "hiperrealitas" yang menguatkan narasi bahwa mereka adalah pilihan ideal bagi masyarakat Sidoarjo. Kedua Calon Bupati memanfaatkan ruang digital, yakni platform Instagram dalam melakukan kampanye. Platform ini memungkinkan para kandidat untuk menjangkau masyarakat secara luas dengan cara yang interaktif, visual, dan mudah diakses. Kedua calon mempunyai akun officialnya masing-masing di Instagram, yakni @achmadamiraslichin dan @cakband1. Salah satu bentuk narasi politik identitas yang mereka bangun adalah mengunggah konten menghadiri tahlilan. Tahlilan merupakan salah satu bentuk Islam kultural. Islam kultural adalah ekspresi keagamaan yang dipadukan dengan budaya lokal, seperti seni, adat istiadat, dan tradisi. Melalui unggahan semacam ini, kedua kandidat berusaha membangun kepercayaan politik sekaligus menarik simpati pemilih yang memiliki keterikatan emosional dengan masyarakat, seperti pada unggahan berikut :

Pada postingan video tersebut Calon Bupati nomor urut 1, yakni Subandi menghadiri tahlil dan doa bersama almarhumah Ibunda Haji Basuki WAPD di Sukodono. Postingan tersebut telah dilihat 4.877 kali, 265 likes dan mendapatkan 21 komentar pada 06 Februari 2025. Video tersebut diunggah pada 05 Oktober 2024 dengan caption “ Tahlil dan Do'a Bersama untuk keBA1Khan Almarhumah Ibunda H. Basuki WAPD Sukodono Semoga Diterima disisinya dan Keluarga diberi Kesabaran ” dengan hastag

#sidoarjobaik#sidoarjo#subandimimik2024#pilkadasidoarjo2024#pilbupsidoarjo2024#calonbupatisidoarjo #pilihYangterbaik (@cakband1, 2024)

Bupati nomor urut 2, Achmad Amir Aslichin juga memanfaatkan platform instagram untuk mengunggah foto kunjungan ke salah satu kegiatan tahlil kubro. Unggahan tersebut menampilkan momen Achmad Amir Aslichin menghadiri tahlil kubro. Berikut adalah unggahannya :

Pada postingan video tersebut Achmad Amir Aslichin melakukan kunjungan ke Tahlil Kubro. Postingan tersebut telah mendapatkan like 84 dan mendapatkan 8 komentar pada 06 Februari 2025. Video tersebut diunggah pada 19 Oktober 2024 dengan caption “Siang hari ini kuwarnai dengan Alhamdulillah ” tanpa menyertakan hastag pada unggahannya (@achmadamiraslichin, 2024).

Kunjungan kedua calon Bupati ke acara tahlilan yang diunggah di akun Instagram resmi masing-masing tidak hanya menjadi upaya menunjukkan kedekatan dengan komunitas Islam kultural, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun citra politik melalui media sosial. Baudrillard (1994) mengemukakan dalam era simulasi, realitas tidak lagi menjadi pedoman utama, melainkan tanda-tanda dan simbol yang beredar di media (Baudrillard, 1994). Pada teori simulacra menerangkan bahwa realitas yang beredar di media sosial adalah semu, karena kebenaran dimanipulasi agar publik mengikuti dan mengkonsumsinya. Di era post-truth, realitas komunikasi cenderung mengabaikan kebenaran dan fakta (Asharudin, 2023). Dalam Pilkada Sidoarjo, narasi politik identitas yang ditampilkan di media sosial menciptakan realitas yang tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi yang nyata, tetapi menjadi basis bagi pemilih untuk membangun persepsi. Dengan demikian, kontestasi tidak hanya mengenai program kerja atau strategi politik, tetapi juga tentang bagaimana realitas politik direproduksi melalui simulasi identitas di dunia digital (Saumantri, Hidayatulloh, & Meghatruh, 2023). Politik identitas sering kali beriringan dengan praktik komodifikasi identitas, terutama dalam konteks kontestasi politik. Elemen-elemen seperti agama, etnis, budaya, dan tradisi digunakan sebagai media untuk menjalin kedekatan emosional dengan masyarakat. Dikatakan komodifikasi identitas, jika elemen-elemen dari identitas tersebut dijadikan "produk politik" yang dikemas secara strategis untuk menarik dukungan publik. Pakaiatan adat, ritual keagamaan, atau narasi tradisional, tidak hanya menjadi refleksi nilai-nilai sosial, tetapi digunakan untuk mencapai kepentingan politik. Komodifikasi politik identitas merepresentasikan transformasi identitas dalam hubungan dengan perebutan hegemoni atau kekuasaan, perlawanan, pemulihan identitas, serta penemuan lawan (common enemies) (Khamdan, 2022).

Dari paparan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah politik identitas menjadi komodifikasi pada kontestasi politik lokal di Sidoarjo melalui ruang digital, yakni platform Instagram pada pilkada Sidoarjo 2024. Di era digital, komodifikasi ini semakin nyata dengan adanya media sosial, di mana identitas dikemas dalam bentuk konten visual yang menarik perhatian dan mudah dibagikan. Strategi ini tidak hanya memperkuat keterikatan identitas kelompok, tetapi juga mengkomersialisasikan simbol-simbol tersebut untuk tujuan politik praktis, menciptakan dinamika baru dalam lanskap politik modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis melalui lensa teori simulacra dan hiperrealitas dari Baudrillard. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami subjek beserta tanda-tanda yang terlihat dan bertujuan untuk menafsirkan hal yang ada dibalik tanda tersebut (Fitria Hendriany, 2023). Penelitian ini menggunakan analisis dari Baudrillard yang menawarkan alat analisis yang kuat untuk membedah interaksi kompleks antara realitas, representasi, dan simulasi yang digambarkan dalam narasi unggahan kedua akun official kedua calon Bupati yakni, @cakbandi & @achmadamiraslichin. Baudrillard (1994) mengemukakan dalam era simulasi, realitas tidak lagi menjadi pedoman utama, melainkan tanda-tanda dan simbol yang beredar di media. Dengan menerapkan konsep simulacra dan hyperreality dari Baudrillard analisis ini berusaha mengungkap mengenai batas-batas yang semakin kabur antara yang nyata dan yang disimulasikan dalam media.

Studi ini menggunakan unggahan dari akun official kedua calon Bupati yang terindikasi politik identitas, dengan mengambil unggahan dari masing-masing akun sebagai sumber data utama untuk penelitian. Berbagai aspek, seperti penggunaan simbol agama atau kebudayaan, struktur visual, efek suara, dan strategi komunikasi naratif, akan dieksplorasi untuk mengungkap kedua calon dalam membangun hiperrealitas bagi audiens. Data yang dikumpulkan akan dianalisis lebih lanjut, dan dikaitkan dengan Simulacra dan hiperrealitas. Kemudian, peneliti melakukan beberapa langkah untuk memproses analisis data: a) Pemeriksaan data yang relevan; b) Menganalisis Simulacra dan hiperrealitas dengan menggunakan data dan teori Simulacra dan Simulasi; c) Menarik kesimpulan berdasarkan analisis (Wardani, 2023).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Politik identitas di Indonesia, bukanlah sesuatu yang baru, identitas seperti etnis, agama, dan tradisi lokal seringkali dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan politik (P C Fajri, 2023). Di Sidoarjo, politik identitas juga terjadi dalam memperebutkan identitas Islam kultural. Pada kontestasi pilkada Sidoarjo tahun 2024, terdapat 2 paslon (pasangan calon), Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan paslon nomor urut satu Subandi-Mimik dan paslon nomor urut dua Aslichin-Edy (KominfoJatim, 2024). Calon Bupati nomor urut satu yakni Subandi merupakan pengurus PKB (Partai Kebangkitan Bangsa), tetapi Subandi tidak mendapatkan rekomendasi dari partainya untuk maju ke Pilkada. Hal ini berujung pada penonaktifannya dari kepengurusan PKB, meskipun Subandi mengaku belum mendapat keputusan resmi dari Dewan Pengurus Pusat Partai Kebangkitan Bangsa (DPP PKB) (Detikjatim, 2024). Paslon no urut satu diusung oleh 3 partai yakni partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), partai Demokrat dan partai Golongan Karya (Golkar). Di sisi lain, pasangan Amir Aslichin-Edi diusung oleh PKB dan 8 partai lainnya yakni, partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Amanat Nasional (PAN), partai Keadilan Sejahtera (PKS), partai Nasdem, Partai Persatuan Pembangunan (PPP), partai Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora), partai Solidaritas Indonesia (PSI), serta Partai Bulan dan Bintang (PBB) (Zulkarnain, 2024). Hal ini menciptakan rivalitas tidak hanya antar kandidat tetapi juga di dalam basis pendukung PKB.

Identifikasi Unggahan Akun Official Calon Bupati

Kedua Calon Bupati memanfaatkan ruang digital, yakni platform Instagram dalam melakukan kampanye. Instagram merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya kreatif (Andreas, 2020). Penampilan diri (impression management) adalah upaya individu untuk menampilkan diri yang untuk membentuk citra positif (Boyer, Brunner, Charles, & Coleman, 2006). Ketika membentuk representasi, berbagai fantasi dan narasi dibentuk untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Instagram memungkinkan pengguna untuk membangun identitas diri melalui unggahan foto dan video. Representasi dianggap sebagai realitas yang nyata, jujur dan sebenarnya, sehingga kebenaran menjadi imajinasi. Sifat Instagram yang serba visual, dimanfaatkan untuk panggung virtual yang bertujuan menciptakan realitas visual yang ditampilkan ke publik. Melalui platform media sosial, aktor politik dapat berekspresi yang tidak terhalang ruang dan waktu (Dharma, Hariyanto, & Muharram, 2023).

Kedua calon mempunyai akun officialnya masing-masing di Instagram, yakni @achmadamiraslichin dan @cakband1. Kedua akun mengunggah konten-konten kegiatan keagamaan seperti tahlilan, istighosah, pengajian dan doa bersama. Melalui platform media sosial, kedua paslon berupaya menjangkau pemilih secara luas dan interaktif, sehingga menciptakan narasi tentang identitas keislaman mereka. Unggahan pertama adalah unggahan dari akun official @cakband1, berikut adalah unggahannya :

Pada postingan video tersebut Calon Bupati nomor urut 1, yakni Subandi melakukan kunjungan ke Madrasah Ibtidaiyah Roudlotul Islam dalam acara peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW. Postingan tersebut telah dilihat 2.303 kali, Like 110 dan mendapatkan 19 komentar. Video tersebut diunggah pada 22 September 2024 dengan caption "Alhamdulillah, menghadiri acara **peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW** di MI Roudlotul Ihsan. Pentingnya **meneladani akhlak mulia Nabi Muhammad SAW dalam kehidupan sehari-hari**, khususnya bagi generasi penerus bangsa...." Dengan menyertakan hastag #MaulidNabi #PeringatanMaulidNabi #SidoarjoBerkarakter #sidoarjoberakhlak #subandi #cakband1 #sidoarjo. Postingan tersebut mendapat beragam komentar dari masyarakat. Berikut adalah komentar dari unggahan tersebut :

Pada Kolom komentar banyak yang memberikan dukungan kepada calon nomor urut satu. Masyarakat banyak yang memberikan komentar dengan menyertakan tagline Baik pada komentarnya. Diketahui bahwa paslon nomor urut satu mengusung tagline BAIK pada kontestasi pilkada tahun 2024 yang dilaksanakan pada 27 November 2024 (Republikjatim.com, 2024).

Dalam Pandangan Baudrillard, dalam era modern, representasi atau citra (simulacra) seringkali menggantikan realitas asli dan menciptakan realitasnya sendiri (Baudrillard, 1994). Postingan tersebut tidak hanya menampilkan kunjungan Subandi di acara keagamaan, tetapi juga salah satu bentuk upaya untuk membangun citra dirinya sebagai figur yang religius, peduli terhadap pendidikan, dan dekat dengan masyarakat. Terkadang citra yang dibentuk tidak sepenuhnya menunjukkan realitas yang sebenarnya, akan tetapi akan membentuk "realitas baru" yang diterima oleh publik melalui platform media sosial seperti Instagram. Baudrillard juga mengungkapkan dalam konsep simulasi, media menciptakan realitas yang hiper-real yakni apa yang ditampilkan di media lebih nyata dari kenyataan. Unggahan tersebut adalah bagian dari simulasi yang digunakan untuk membentuk persepsi publik tentang calon pemimpin yang baik, religius, dan berakhlak. Komentar-komentar yang positif dari netizen yang dan menyertakan tagline "BAIK" semakin memperkuat simulasi ini, seakan-akan Subandi adalah representasi nyata dari nilai-nilai yang diusungnya. Hal tersebut merupakan konstruksi media yang terkadang mungkin jauh dari realitas sebenarnya.

Dalam konsep hiperrealitas, Baudrillard mengemukakan bahwa terdapat batas antara realitas dan simulasi yang menjadi kabur (Baudrillard, 1981). Postingan video dan komentar-komentar netizen menciptakan hiper-realitas di mana Subandi tidak hanya dilihat sebagai calon bupati, tetapi juga sebagai simbol dari nilai-nilai religius dan moral yang diusungnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa lebih berpengaruh daripada realitas sebenarnya, dimana citra dan persepsi lebih dominan daripada fakta. Menurut Baudrillard, politik Modern seringkali menjadi permainan simulasi. Kegiatan menghadiri acara keagamaan, dan pemanfaatan media sosial adalah bagian dari strategi simulasi untuk membentuk citra yang menarik di hadapan publik. Komentar-komentar netizen yang banyak memberikan dukungan dan menyertakan tagline "BAIK" pada komentarnya juga merupakan bagian dari simulasi. Komentar-komentar tersebut tidak hanya menunjukkan dukungan individu, tetapi salah satu bentuk memperkuat citra yang ingin dibangun oleh Subandi. Dalam hiper-realitas yang ada di media sosial, komentar-komentar tersebut menjadi bukti "nyata" dari popularitas dan penerimaan masyarakat, meskipun belum tentu mewakili suara seluruh masyarakat. Dalam konteks politik modern, simulasi mempunyai peran penting daripada realitas itu sendiri, karena dapat membentuk persepsi dan opini publik yang dapat mempengaruhi hasil Pilkada. Unggahan berikutnya adalah unggahan dari akun official @achmadamiraslichin, berikut adalah unggahannya :

Unggahan tersebut menampilkan unggahan pamflet yang berjudul Hadirilah Istighosah dan Deklarasi SAE. Pada kontestasi Pilkada 2024 Pasangan Calon Bupati-Wakil Bupati Sidoarjo, H. Achmad Amir Aslichin dan H. Edi Widodo menggunakan tagline SAE (Jatimupdate, 2024). SAE sendiri merupakan singkatan dari Sidoarjo Achmad Amir Aslichin dan Edy Widodo. Kegiatan deklarasi tersebut dilaksanakan pada Sabtu, 21 September 2024 di parkir timur Gor Sidoarjo, terdapat pengundian hadiah melalui pembagian kupon secara gratis. Postingan Pamflet tersebut diunggah secara kolaborasi akun @sidoarjosaeofficial, @achmadamiraslichin, @sidoarjo.id, @abahedywidodo dan @dolordarjo. Postingan yang diunggah pada 19 September 2024 itu mendapatkan 1.233 likes pada 04 Maret 2025. Selain itu postingan itu mendapat beragam komentar dari masyarakat berikut adalah komentarnya : Unggahan dengan caption "Assalamualaikum warga Sidoarjo.

Mari kita memeriahkan suasana Sidoarjo di akhir pekan dengan hadir dalam kegiatan Istighosah dan Deklarasi SAE! Hadiri dan manfaatkan kesempatan untuk mendapatkan banyak Hadiah Utama mulai dari 18 Paket Umroh, 18 Motor Listrik, 18 Sepeda, 18 Hadiah Utama lainnya hingga 180 Hadiah Hiburan! semuanya GRATIS, tanpa biaya tambahan.....". Unggahan tersebut menyertakan beberapa hastag yakni, #Sidoarjo #SAE #SidoarjoSAE #Maslin #AbahEdy #SidoarjoBangkitdanBermartabat #AchmadAmirAslichin#EdyWidodo. Unggahan pamflet tersebut mendapatkan beragam komentar dari Masyarakat. Ada yang memberikan dukungan dengan menyertakan tagline SAE pada komentarnya, beberapa komentar yang bertanya mengenai kegiatan tersebut dan terdapat beragam komentar negatif.

Baudrillard mengemukakan simulacra merupakan representasi atau citra yang tidak merujuk realitas yang asli tapi membangun realitas sendiri (Baudrillard, 1994). Dalam unggahan pamflet tersebut di platform Instagram menunjukkan bahwa hal tersebut tidak hanya mempromosikan acara, tetapi salah satu upaya membangun citra paslon sebagai figur yang religius, peduli dan dekat dengan masyarakat. Terkadang citra yang berada di media sosial tidak sepenuhnya mencerminkan realitas sesungguhnya, akan tetapi menciptakan realitas baru yang diterima oleh publik melalui media sosial (Mulyani, 2024).

Dalam konsep simulasi, Baudrillard menjelaskan bahwa media menciptakan realitas yang hiper-real (lebih nyata dari kenyataan) (Baudrillard, 1981). Unggahan tersebut adalah bagian dari simulasi yang dibangun untuk membentuk persepsi publik tentang Paslon SAE, dengan menampilkan pamflet yang berisi ajakan untuk istighosah bersama dan pembagian hadiah melalui pengundian kupon. Baudrillard juga mengemukakan dalam konsep hiperrealitas terdapat batas antara realitas dan simulasi menjadi kabur (Baudrillard, 1981). Komentar dalam unggahan tersebut menunjukkan bahwa hiperrealitas, dimana Paslon SAE tidak hanya dilihat sebagai calon pemimpin, tetapi juga dilihat sebagai simbol nilai-nilai religius dan suka berbagi. Di Media sosial, citra dan persepsi lebih dominan daripada fakta. Komentar negatif maupun positif dari masyarakat juga merupakan bagian dari simulasi, komentar-komentar tersebut tidak hanya menjadi ungkapan opini individu tetapi bentuk dalam memperkuat citra yang ingin dibangun. Komentar-komentar tersebut menjadi bukti nyata dari popularitas dan penerimaan masyarakat meskipun belum tentu mewakili seluruh masyarakat.

Platform Instagram menjadi ruang simulasi politik yang efektif dalam Pilkada Sidoarjo 2024, terutama karena kesesuaian demografinya dengan basis pemilih potensial. Berdasarkan data, 39,9% pengguna Instagram di Indonesia berada pada rentang usia 25-34 tahun pada Desember 2024, sementara di Sidoarjo sendiri, 67,42% penduduknya merupakan usia produktif yakni 15-59 tahun (Darmawan, 2024; Wolff, 2025). Intensitas Generasi muda Indonesia mengakses informasi politik di media sosial sebanding dengan partisipasi mereka dalam pemilu (Saudi, Ida, Mashud, Yousaf, & Ashfaq, 2023). Hal tersebut menciptakan ruang simulasi yang unik, Dimana kedua calon dapat membangun hiper-realitas politik mereka. Melalui konten visual yang dibuat dan kemudian diunggah, mereka menciptakan simulacra yang mudah dipahami oleh pengguna, terutama generasi muda di platform ini. Fitur-fitur yang tersedia di platform Instagram seperti feed, reels, story, dan kolom komentar memperkuat efek simulasi. Mekanisme engagement yang

tinggi, di mana setiap like, share, dan komentar dapat memperluas jangkauan audiens dan memvalidasi realitas buatan yang diciptakan. Pola konsumsi konten generasi muda yang cenderung visual dan instan membuat platform ini menjadi media yang efektif, di mana citra dan tanda-tanda politik lebih berpengaruh daripada substansi kebijakan. Dengan demikian, Instagram bertransformasi tidak hanya menjadi media sosial, tetapi juga menjadi arena kontestasi hiper-realitas politik, di mana kemampuan mengkonstruksi dan menyebarkan simulacra menentukan keberhasilan meraih dukungan pemilih muda yang melek digital.

Identitas islam kultural merupakan aset kuat dalam politik yang rentan terhadap komodifikasi. Identitas berulang kali dimodifikasi dengan ekstrem untuk menampilkan kesamaan identitas dengan pemilih potensial, sehingga menciptakan perlawanan terhadap identitas yang lain di beragam platform media sosial. Mosco mengemukakan bahwa komodifikasi adalah perubahan dari nilai guna (use value) ke nilai tukar (exchange value) (Mosco, 2009). Komodifikasi adalah salah satu Entry process untuk memahami bagaimana fenomena media yang ada dimaknai dari perspektif ekonomi politik kritis (Subandi & Sadono, 2018).

Pada konteks politik identitas, elemen-elemen identitas seperti agama, etnis dan budaya diubah menjadi “produk politik” yang dikemas dengan sedemikian rupa agar dapat menarik dukungan publik. Platform media sosial seperti Instagram menjadi media yang efektif untuk membagikan konten visual yang menarik dan mudah untuk dibagikan. Faktor-faktor keagamaan terutama Islam, sangat mempengaruhi perilaku pemilih; oleh karena itu, mereka sering digunakan untuk konten marketing politik di media sosial. Identitas politik dieksploitasi dengan menggunakan agama sebagai komoditas yang berpotensi mengancam perpecahan sosial, terutama di kalangan pemilih pemula yang mendominasi pada penggunaan platform Instagram. Pemilih pemula rentan terhadap gangguan isu-isu politik karena oposisi yang bertentangan dibangun dengan politik identitas (Hariyanto, Dharma, Yussof, & Muharram, 2024). Elit politik bersaing untuk menggambarkan diri mereka sebagai orang-orang saleh dalam konteks agama tertentu (Karman, Hamad, & Rusadi, 2023). Selain itu, rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia menyebabkan munculnya politik identitas di media sosial (Syahputra, Riyanto, Pratiwi, & Virga, 2024)

Dalam produksi hiperrealitas, segala sesuatu dianggap lebih nyata daripada kenyataan. Mengenai penelitian ini, kunjungan ke kegiatan tahlil, maulid dan istighosah menunjukkan bahwa mereka dekat dengan islam kultural adalah sebuah simulakra, yang tidak selalu nyata dan disimulasikan melalui simbol-simbol yang dianggap mewakili dunia nyata di dunia maya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kedua unggahan tersebut menciptakan citra dan realitas hiper-real yang menarik bagi pemilih. Namun, strategi dan citra yang dibangun berbeda. Achmad Amir Aslichin lebih mengandalkan skala acara besar dan partisipasi massa untuk menciptakan kesan keberkahan dan kebersamaan, sementara Subandi fokus pada nilai-nilai religius dan moral melalui kegiatan yang lebih intim. Perbedaan ini menunjukkan bagaimana simulasi media dapat digunakan dengan cara yang berbeda untuk mencapai tujuan yang sama, yaitu memenangkan dukungan masyarakat dalam kontestasi pilkada. Dominasi pengguna Instagram usia 25-34 tahun di Sidoarjo (67.42% penduduk produktif) menjadikan platform instagram menjadi ruang pertarungan tanda atau simbol politik yang efektif sebagai kontestasi citra. Penelitian menyoroti bahaya komodifikasi agama dalam politik digital serta kerentanan pemilih muda terhadap konstruksi realitas virtual.

Saran

Ranah politik adalah hal yang kompleks, oleh karena itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk meneliti mengenai hiperrealitas yang dibangun di media sosial. Analisis ini masih terbatas, karena hanya berfokus pada satu platform media sosial; yakni Instagram, maka perlu adanya pembandingan dengan media lain seperti Tiktok, Twitter, telegram dll, dalam fokus yang sama. Sehingga terdapat sudut pandang yang beragam dari berbagai platform media tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- @achmadamiraslichin. (2024). Kunjungan Achmad Amir Aslichin Pada Kegiatan Tahlil Kubro. Retrieved February 6, 2025, from Instagram website: https://www.instagram.com/p/DBTIOVktSG/?img_index=1&igsh=bTFwbWo2MXhwdXV5
- @Achmadamiraslichin. (2024). Postingan Instagram Achmad Amir Aslichin. Retrieved November 4, 2024, from Instagram.com website: https://www.instagram.com/p/DAGc_D4Tgi8/?igsh=ZmpoenNpbjllaGw0
- @cakband1. (2024a). Tahlil dan Do'a Bersama untuk keBA1Kan Almarhumah Ibunda H. Basuki WAPD Sukodono. Retrieved February 6, 2025, from Instagram website: <https://www.instagram.com/reel/DAub36BRoHK/?igsh=ZjBybnhiZzg4Y2tn>
- @cakband1. (2024b). Unggahan Instagram. Retrieved March 14, 2025, from Instagram.com website: <https://www.instagram.com/reel/DAMpeL4BHGb/?igsh=MW1tdHdydG1kY3lybg==>
- Andreas, R. (2020). *Instagram Dalam Perspektif Masyarakat Tontonan “Gejayan Memanggil.” Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 43. doi: 10.38043/jids.v4i1.2259
- Asharudin, R. (2023). *Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital. Gunung Djati Conference Series*, 24, 906-921. Retrieved from <https://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/1682/1205>
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation: The Precession of Simulacra*. Ann Arbor: The University of Michigan Press. Retrieved from https://books.google.co.id/books/about/Simulacra_and_Simulation.html?hl=id&id=9Z9biHaoLZIC&redir_esc=y
- Boyer, L., Brunner, B. R., Charles, T., & Coleman, P. (2006). *Managing Impressions in a Virtual Environment: Is Ethnic Diversity a Self-Presentation Strategy for Colleges and Universities? Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 136-154. doi: 10.1111/j.1083-6101.2006.00318.x
- Darmawan, A. D. (2024). Jumlah Penduduk Kabupaten Sidoarjo 2 Juta Jiwa Data per 2024. Retrieved March 26, 2025, from databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/f523a8a662297a7/jumlah-penduduk-kabupaten-sidoarjo-2-juta-jiwa-data-per-2024>
- DataIndonesia.id. (2024). 8 Negara Pengguna Instagram Terbesar. Retrieved December 21, 2024, from Instagram website: https://www.instagram.com/dataindonesia_id/p/DCLU_MmpV95/
- Detikjatim. (2024). Subandi Buka Suara Usai Dinonaktifkan PKB negara Maju Pilbup Sidoarjo Baca artikel detikjatim. Retrieved from detik.com website: <https://www.detik.com/jatim/pilkada/d-7522987/subandi-buka-suara-usai-dinonaktifkan-pkb-gegara-maju-pilbup-sidoarjo>
- Dharma, F. A., Hariyanto, D., & Muharram, F. (2023). *Construction of Political Identity on Instagram: Unveiling the Kadrun Hashtag Movement in Indonesia's 2024 Presidential Election. Academia Open*, 8(2), 1-18. doi: 10.21070/acopen.8.2023.6922
- Fajri, P. C. (2023). *Dominasi Politik Identitas dalam Kontestasi Politik Indonesia serta Mitigasinya Jelang Pemilu 2024*. Jurnal Demokrasi Dan

Politik Lokal, 5(2), 1-14. Retrieved from <http://jdpl.fisip.unand.ac.id/index.php/jdpl/article/view/436%0Ahttp://jdpl.fisip.unand.ac.id/index.php/jdpl/article/download/436/80>

Fajri, Pujangga Candrawijayaning. (2024). POLITEIA: Jurnal Ilmu Politik **Dominasi Politik Identitas dalam Kontestasi Politik Indonesia dan Mitigasinya Jelang Pemilu 2024**. 16(02), 66-73.

Fitria Hendriany. (2023). Personal Branding Content Creator Vina Muliana Di Media Sosial Tiktok @Vmuliana. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Haboddin, M. (2012). **Menguatnya Politik Identitas Di Ranah Lokal**. *Journal of Government and Politics*, **3(1)**, 109-126. doi: 10.18196/jgp.2012.0007

Hariyanto, D., Dharma, F. A., Yussof, I., & Muharram, F. (2024). The Hyperreality of Identity Politics on Social Media. Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(June), 20. doi: 10.15575/cjik.v8i1.28356

Iriyani Astuti Arief, Indra Lestari, & Yunita Simatupang. (2023). Kontestasi Wacana Politik Identitas Dalam Ruang Digital Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara. *Journal Publicuho*, 6(4), 1311-1324. doi: 10.35817/publicuho.v6i4.272

Jatimupdate. (2024). **Mas lin dan Mas Edi Usung Tagline SAE Daftar Paling Akhir ke KPU Sidoarjo**. Retrieved March 14, 2025, from [jatimupdate.id website: https://jatimupdate.id/baca-8705-mas-iin-dan-mas-edi-usung-tagline-sae-daftar-paling-akhir-ke-kpu-sidoarjo](https://jatimupdate.id/baca-8705-mas-iin-dan-mas-edi-usung-tagline-sae-daftar-paling-akhir-ke-kpu-sidoarjo)

Karman, Hamad, I., & Rusadi, U. (2023). Commodification of instrumental Islamic piety in Indonesian political contestation 2019. Asian Journal of Communication, 1-19. doi: https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2295871

Khamdan, M. (2022). Kontestasi dalam Politik Elektoral di Indonesia (Wiharyani, Ed.). Serang: A-Empat.

KominfoJatim, D. (2024). KPU Sidoarjo Pleno Terbuka Tetapkan Nomor Urut Paslon Pilkada 2024. Retrieved from [https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/kpu-sidoarjo-pleno-terbuka-tetapkan-nomor-urut-paslon-pilkada-2024#:~:text=Jatim Newsroom - KPU Kabupaten Sidoarjo,Kepala Daerah \(Pilkada\) 2024](https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/kpu-sidoarjo-pleno-terbuka-tetapkan-nomor-urut-paslon-pilkada-2024#:~:text=Jatim%20Newsroom%20-%20KPU%20Kabupaten%20Sidoarjo,Kepala%20Daerah%20(Pilkada)%202024.).

Lestari, D. (2019). Pilkada DKI Jakarta 2017: Dinamika Politik Identitas di Indonesia. JUPE: Jurnal Pendidikan Mandala, 4(4), 12. doi: 10.58258/jupe.v4i4.677

Mosco, V. (2009). The Political Economy of Communication: Second Edition. London: Sage.

Mulyani, R. (2024). Dampak hiperealitas terhadap perilaku mahasiswa. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Republikjatim.com. (2024). Usung Tagline BAIK, Paslon Subandi dan Mimik Idayana Resmi Mendaftar ke KPU Sidoarjo. Retrieved March 14, 2025, from [republikjatim.com website: https://republikjatim.com/news-11765-usung-tagline-baik-paslon-subandi-dan-mimik-idayana-resmi-mendaftar-ke-kpu-sidoarjo](https://republikjatim.com/news-11765-usung-tagline-baik-paslon-subandi-dan-mimik-idayana-resmi-mendaftar-ke-kpu-sidoarjo)

Sari, N. (2017). Kaleidoskop Kasus Hukum Ahok: Aksi 212 hingga Tangisan Veronica dan Djarot. Retrieved December 16, 2024, from [kompas.com website: https://megapolitan.kompas.com/read/2017/12/20/10143611/kaleidoskop-kasus-hukum-ahok-aksi-212-hingga-tangisan-veronica-dan-djarot?lgm_method=google&google_btn=oneta](https://megapolitan.kompas.com/read/2017/12/20/10143611/kaleidoskop-kasus-hukum-ahok-aksi-212-hingga-tangisan-veronica-dan-djarot?lgm_method=google&google_btn=oneta)

Saud, M., Ida, R., Mashud, M., Yousaf, F. N., & Ashfaq, A. (2023). Cultural dynamics of digital space: Democracy, civic engagement and youth participation in virtual spheres. International Journal of Intercultural Relations. doi: https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2023.101904

Saumantri, T., Hidayatulloh, T., & Meghatruh, D. D. (2023). Konsumerisme Beragama di Era Digital: Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Beragama Umat Islam di Indonesia. Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam, 24(2), 273. doi: 10.30595/islamadina.v0i0.14961

Sonny. (2019). Peta Politik Identitas Di Indonesia: Sebagai Bakal Cawapres Bakal Capres Inkumben Joko Widodo Pada Pilpres 2019. Renaissance, 4(01), 443-455. Retrieved from www.ui.ac.id.

Subandi, Z. E., & Sadono, T. P. (2018). KOMODIFIKASI, SPASIALISASI, DAN STRUKTURASI DALAM MEDIA BARU DI INDONESIA (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). National Conference of Creative Industry, (September), 5-6. doi: 10.30813/ncci.v0i 0.1297

Syahputra, I., Riyanto, W. F., Pratiwi, F. D., & Virga, R. L. (2024). Escaping social media: the end of netizen's political polarization between Islamists and nationalists in Indonesia? Media Asia, 62-80. Retrieved from https://doi.org/10.1080/01296612.2023.2246726

Tempo. (2018). Ahok Bakal Bebas Januari 2019, Begini Kilas Balik Kasusnya. Retrieved from [tempo.co website: https://www.tempo.co/hukum/ahok-bakal-bebas-januari-2019-begini-kilas-balik-kasusnya-789846?in=1&n_token=eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJ0b2t1b2l6IjY0YWM0NGE2YWM3Njg5M2YzMjBINTk4YTQ5OTVjMGNiIn0.HolmL3fvHzeCGx27uZoPTkn12f3o10KJKfVR7FNnE8](https://www.tempo.co/hukum/ahok-bakal-bebas-januari-2019-begini-kilas-balik-kasusnya-789846?in=1&n_token=eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJ0b2t1b2l6IjY0YWM0NGE2YWM3Njg5M2YzMjBINTk4YTQ5OTVjMGNiIn0.HolmL3fvHzeCGx27uZoPTkn12f3o10KJKfVR7FNnE8)

Wardani, L. D. K. (2023). Simulacra and Hyperreality in Lorcan Finnegan 's Vivarium (2019). *LITERA KULTURA: Journal of Literary and Cultural Studies*, 11(2), 1-7.

Wolff, H. N. (2025). Pangsa Pengguna Instagram di Indonesia 2024, Berdasarkan Kelompok Usia. Retrieved March 26, 2025, from [statista.com website: https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/#:~:text=According to information from NapoleonCat,female and 45.8 percent male](https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/#:~:text=According to information from NapoleonCat,female and 45.8 percent male)

Wulandari, C. D. (2023). **Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik. Avant Garde, 11(1), 134. doi: 10.36080/ag.v11i1.2380**

Zulkarnain, A. (2024). Diusung Sembilan Partai, Achmad Amir Aslichin-Edi Widodo Daftar di Detik Terakhir: Target 80 Persen Suara. Retrieved from [suaraIndonesia.co.id website: https://suaraIndonesia.co.id/news/politik/66d11826f10f7/Diusung-Sembilan-Partai-Achmad-Amir-Aslichin-Edi-Widodo-Daftar-di-Detik-Terakhir-Target-80-Persen-Suara](https://suaraIndonesia.co.id/news/politik/66d11826f10f7/Diusung-Sembilan-Partai-Achmad-Amir-Aslichin-Edi-Widodo-Daftar-di-Detik-Terakhir-Target-80-Persen-Suara)