



Commodification of Identity in Local Political Contests on Instagram

Komodifikasi Identitas pada Kontestasi Politik Lokal di Instagram

Fara Putri Amalia¹, Ferry Adhi Dharma^{2*}

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

OPEN ACCESS

ISSN 2541-2841 (online)

ISSN 2302-6790 (print)

Edited by:

Didik Hariyanto

*Correspondence:

feryadhidharma@umsida.ac.id

Citation:

Fara Putri Amalia dan Ferry

Adhi Dharma (2025).

Komodifikasi Identitas pada

Kontestasi Politik Lokal di

Instagram. 14(1)

Doi:10.21070/kanal.v14i1.1926

Abstract

Identity politics, such as ethnicity, religion, and local traditions, are often exploited to win political competition. Social media platforms like Instagram have become strategic media for building image and mobilizing support through visual content. This study examines the construction of political hyperreality 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 the commodification of cultural Islamic identity in the local political contestation in Sidoarjo through the digital space, namely the Instagram platform during the Sidoarjo 2024 regional election. This research is a type of qualitative study using analysis through the theoretical perspective of Baudrillard. 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. This study shows that the 2024 Sidoarjo regional election is undergoing a digital transformation, where both candidates are utilizing cultural Islamic identity to build a religious image and closeness with voters, particularly Nahdliyyin residents.

Keywords: *Comodification of Identity, Simulacra, Instagram, Hyperreality, Sidoarjo Regional Election.*

Abstrak

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 hiperrealitas 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 komodifikasi identitas Islam kultural 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 perspektif teori 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. Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik politik pada Pilkada Sidoarjo 2024 telah mengalami komodifikasi melalui platform digital, yakni Instagram. Identitas Islam kultural seperti tahlilan, istighosah, dan Maulid Nabi yang sejatinya merupakan ekspresi keagamaan, digunakan sebagai alat strategis oleh kedua pasangan calon untuk membangun citra religius dan kedekatan emosional dengan pemilih, khususnya warga Nahdliyyin.

Kata Kunci: Komodifikasi identitas, Simulacra; Instagram, Hiperrealitas, Pilkada Sidoarjo

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”* (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. Konten visual merupakan jenis-jenis materi yang disampaikan secara visual seperti gambar, grafik maupun video. Konten visual memiliki peran penting menarik minat audiens (Nurahma & Fikri, 2025). 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 (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 mempolitikasi simbol-simbol identitas Islam kultural. Identitas Islam kultural merupakan bentuk pemahaman dan ekspresi ajaran Islam yang berpadu dengan unsur budaya setempat. Pendekatan ini tidak hanya berlandaskan pada norma-norma agama, melainkan juga mengedepankan keselarasan antara prinsip-prinsip Islam dengan kebiasaan, tradisi, dan kesenian yang hidup dalam masyarakat (Susilawati et al., 2025). Contoh-contoh ekspresi Islam kultural ini dapat ditemukan dalam tradisi tahlilan, istighosah, peringatan Maulid Nabi yang dikemas dalam bentuk selawatan dan barzanji, dan tradisi lokal seperti nyadran yang dilakukan komunitas nelayan sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kelimpahan rezeki (Al-Aliyah et al., 2020)

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 sebagai berikut :



Gambar 1. Postingan Instagram Subandi
Sumber: (@cakband1, 2024)

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 keBAIKan Almarhumah Ibunda H. Basuki WAPD Sukodono Semoga Diterima disisinya dan Kekuarga diberi Kesabaran” dengan hastag [#sidoarjobaik](#)[#sidoarjo](#)[#subandimimik2024](#)[#pilkadasidoarjo2024](#)[#pilbupsidoarjo2024](#)[#calonbupatisidoarjo](#)[#pilihyanterbaik](#) (@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:



Gambar 2. Postingan Instagram Achmad Amir Aslichin
Sumber: (@achmadamiraslichin, 2024)

Pada postingan foto 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 et al., 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. Pakaian 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 komodifikasi Identitas 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 ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis melalui lensa teori simulacra dan hipperrealitas 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 DAN PEMBAHASAN

Politik identitas di Indonesia, bukanlah sesuatu yang baru, identitas seperti etnis, agama, dan tradisi lokal seringkali dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan politik (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.

A. 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 et al., 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 et al., 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:



Gambar 3. Kunjungan ke MI Roudhotul Ulum

Sumber: (@cakband1, 2024)

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](#).

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. Simbol-simbol keislaman seperti perayaan Maulid Nabi dan penggunaan caption dengan frasa “akhlak mulia nabi” menjadi alat legitimasi politik. 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 hiperreal

yakni apa yang ditampilkan di media lebih nyata dari kenyataan.

Pada hierarki simulacra dari Baudrillard postingan ini berada pada tahap ketiga dimana realitas asli berupa aktivitas keagamaan masyarakat. a) tahapan pertama, mengalami distorsi melalui kunjungan politisi. b) kemudian pada tahap kedua, diubah menjadi tanda politik melalui konten yang diunggah di media sosial yakni, Instagram. c) pada tahap ketiga, unggahan tersebut menciptakan hiperrealitas dimana citra religus menjadi lebih nyata daripada citra sebagai politisi sesungguhnya. d) pada tahap keempat, penggunaan hastag tagar politik di media sosial berkembang menjadi gelombang massa hingga menjadi simulacrum, di mana tanda sosial (tagar, simbol) menggantikan realitas politik (Fadillah, 2019). Hastag [#SidoarjoBerkarakter](#) [#sidoarjoberakhlak](#) [#cakband1](#) merupakan contoh nyata produksi tanda kosong yang tidak memiliki referensi nyata dalam program politik konkret, sementara angka like dan views menciptakan ilusi popularitas yang mungkin tidak mencerminkan dukungan yang sesungguhnya. Postingan tersebut mendapat beragam komentar dari masyarakat. Berikut adalah komentar netizen dari unggahan tersebut:



Gambar 4. Percakapan Netizen di kolom komentar
Sumber: (@cakband1, 2024)

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).

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. Kemudian Subandi juga mengunggah kunjungan ke Ponpes Bahaudin di Ngelom, Sepanjang, berikut adalah unggahannya :

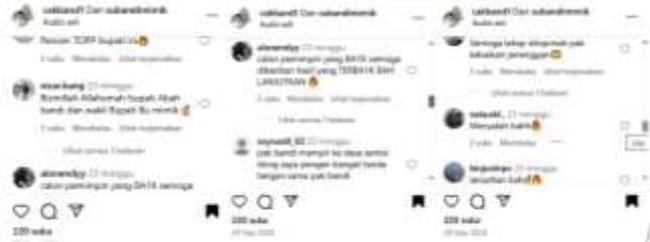


Gambar 5. Unggahan Kunjungan ke Pondok Pesantren
Sumber: (@cakband1, 2024)

Pada postingan video tersebut Calon Bupati nomor urut 1, yakni Subandi melakukan kunjungan ke KH Ahmad Jazuli Ponpes Bahauddin di Ngelom Sepanjang, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Postingan tersebut telah dilihat 4.676 kali, Like 221. Video tersebut diunggah dengan caption "Sebagai kader nahdliyyin, Calon Bupati Sidoarjo H Subandi, SH MKn terus merajut tali silaturahmi dengan para kiai Nahdlatul Ulama (NU). Sabtu malam (28/9/2024) Subandi sowan ke KH Ahmad Jazuli Ponpes Bahauddin, Ngelom Sepanjang, Kecamatan Taman Sidoarjo" Beliau menyertakan hastag [#sowankyai](#) [#kadernu](#) [#pilkadasejuk](#) [#subandi](#) [#cakband1](#).

Sowan ke Kiai atau silaturahmi dengan Kiai yang diunggah merupakan bentuk dari simulasi realitas politik yang dikemas sebagai bentuk kedekatan dengan islam kultural. Menurut Baudrillard, simulacra merupakan tanda yang menggantikan realitas asli dengan kenyataan yang lebih hyperreal. Subandi menciptakan citra sebagai kader NU yang taat melalui unggahan kunjungan tersebut. Penggunaan hastag [#sowankyai](#) dan [#kadernu](#) sebagai penanda/signifier yang mengarahkan pemilih untuk memaknai Subandi adalah bagian dari tradisi NU, meskipun secara faktual Subandi tidak

diusung oleh PKB, yakni partai yang berlatar NU. Simulasi dari kunjungan ini menunjukkan bahwa tanda/sign diciptakan untuk menggantikan realitas politik yang kompleks karena mungkin tidak utuh dalam praktik sehari-hari. Video Subandi bersalaman dengan Kiai dimaknai sebagai kedekatan dengan ulama. Caption yang menyertakan “Kader Nahdliyyin” ditafsirkan bahwa Subandi adalah bagian dari NU. Postingan tersebut mendapatkan beragam komentar dari warganet, berikut adalah komentarnya:



Gambar 6. Komentar Netizen mengenai unggahan Kunjungan ke Pondok Pesantren
Sumber: (@cakband1, 2024)

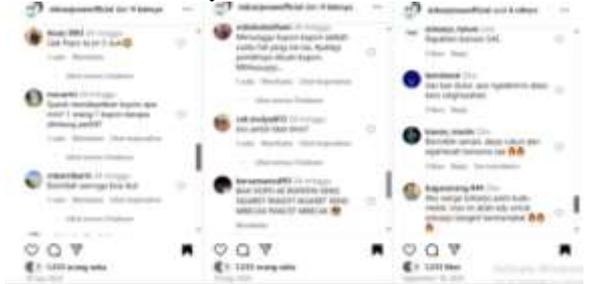
Pada Kolom komentar banyak yang memberikan dukungan kepada calon nomor urut satu. Masyarakat banyak yang berkomentar mendoakan Subandi atau yang sering disapa dengan Cak Bandi menjadi Bupati dan beberapa komentar menyertakan tagline Baik pada komentarnya. Views dan likes pada algoritma Instagram memperkuat penyebaran citra ini dan membuatnya tampak menjadi kebenaran yang dominan disbanding narasi lain, seperti tekait status keanggotaannya sebagai pengurus PKB. Kunjungan ke pesantren pada konteks ini bukan lagi dipandang aktivitas religious yang murni, tetapi hiperrealitas yang nyata daripada realitasnya itu sendiri. Masyarakat melihat Subandi sebagai calon pemimpin dari kader NU yang taat melalui medsos. Angka Likes yang mencapai 221 dan 4,676 views menciptakan ilusi dukungan massal yang mungkin tidak menunjukkan dukungan sesungguhnya di dunia nyata. Baudrillard menyebutnya sebaagai “*map that precedes the territory*” yang mempunyai makna peta yang mendahului wilayah. Komentar dukungan dari masyarakat memperkuat hiperrealitas yang dibangun, meskipun belum mewakili suara seluruh masyarakat. Unggahan berikutnya adalah unggahan dari akun official @achmadamiraslichin, berikut adalah unggahannya:



Gambar 7. Pamflet Istihosah dan Deklarasi SAE
Sumber: (@Achmadamiraslichin, 2024)

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 @sidoarjoofficial, @achmadamiraslichin, @sidoarjo.id, @abahedywidodo dan @dolordarjo. Postingan yang diunggah pada 19 September 2024 itu mendapatkan 1.233 likes pada 04 Maret 2025. 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. Selain itu postingan itu mendapat beragam komentar dari masyarakat berikut adalah komentarnya :



Gambar 8. Percakapan Netizen di Kolom Komentar
Sumber: (@Achmadamiraslichin, 2024)

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. 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. Kemudian Achmad Amir Aslichin juga mengunggah kunjungan ke tahlil kubro, berikut adalah unggahannya:



Gambar 9. Kunjungan Achmad Amir Aslichin ke Tahlil Kubro

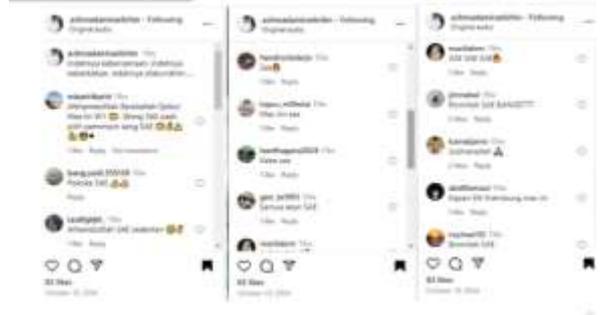
Sumber: (@achmadamiraslichin, 2024)

Pada unggahan video tersebut menampilkan kunjungan Achmad Amir Aslichin ke kegiatan Tahlil Kubro. Kegiatan tahlil tersebut dihadiri oleh anggota muslimat yang terlihat dari baju yang dikenakan. Pada video tersebut mereka kompak menyanyikan sholawat burdah yang diselingi dengan yel yel dukungan untuk calon bupati nomor urut 02 tersebut atau yang sering disapa dengan Mas Iin. Unggahan yang diposting pada 19 Oktober 2024 dengan caption “Indahnya kebersamaan, indahnya keberkahan, indahnya silaturahmi” itu mendapatkan 82 likes, 2.035 dilihat dan mendapatkan 19 komentar pada 02 Februari 2025.

Kegiatan keagamaan seperti tahlil kubro yang seharusnya bersifat spiritual dan non-politis, digunakan untuk medium pencitraan politik, kehadiran Achmad Amir Aslichin sebagai calon Bupati dan penggunaan sholawat yang diselingi yel-yel dukungan menjadikan ritual keagamaan menjadi simbol politik. Selain itu, Sholawat Burdah dan atribut muslimat yakni seragam organisasi menjadi simulacra, dimana tanda-tanda yang tidak lagi religius melainkan bermakna politis.

Kegiatan tahlil tersebut merupakan simulasi dari kedekatan dengan rakyat, kehadiran calon Bupati hadir bukan hanya bentuk partisipasi dalam acara keagamaan, namun membentuk narasi bahwa ia dekat dengan umat, religious dan mendapatkan dukungan massa khususnya di kalangan NU,

yang mana kegiatan yang dihadiri adalah kegiatan dari muslimat yang merupakan bagian dari NU. Postingan tersebut mendapatkan beragam komentar di Instagram. Berikut adalah komentar netizen pada unggahan tersebut:



Gambar 9. Komentar Netizen Pada Unggahan Kunjungan Achmad Amir Aslichin ke Tahlil Kubro

Sumber: (@achmadamiraslichin, 2024)

Pada kolom komentar netizen banyak memberikan dukungan kepada Calon Bupati dengan menyertakan tagline SAE pada komentarnya. Pasangan Calon Bupati-Wakil Bupati Sidoarjo, H. Achmad Amir Aslichin dan H. Edi Widodo menggunakan tagline SAE pada kontestasi Pilkada 2024. SAE sendiri merupakan singkatan dari Sidoarjo Achmad Amir Aslichin dan Edy Widodo.

Media sosial, seperti platform Instagram menjadi alat utama dalam menciptakan hiperrealitas. Engagment, mulai dari likes, views dan komentar yang didapatkan terlihat seperti bentuk dukungan publik, karena mungkin saja dukungan tersebut berasal dari pendukung maupun simpatisan dari Calon Bupati, sehingga tidak mencerminkan opini nyata masyarakat. Penggunaan caption “Indahnya kebersamaan... menciptakan narasi yang hiperreal yang mana acara ini menjadi momen “harmoni politik” yang sengaja dibangun untuk konsumsi publik.

Baudrillard mengkritik mengenai politik sebagai spektatel, dimana masyarakat modern yang terjebak dalam konsumsi tanda. Masyarakat tidak lagi berinteraksi dengan calon Bupati dengan individu, melainkan dengan citranya yang dibentuk dari unggahan baik foto maupun video, seragam, yel-yel dan likes. Penggunaan tagline #Ba1k dan #SAE adalah penyerdaran kompleksitas politik dan menjadi sebuah slogan yang mudah dikonsumsi dan diingat karena mirip dengan kata kata yang digunakan sehari-hari. Tentu saja hal ini menghilangkan substansi dari program politik dan terganti dengan identitas visual maupun symbol.

Baudrillard dalam Hariyanto et al., (2025) membagi proses simulasi menjadi tiga tahap, yaitu pemalsuan, produksi, dan simulasi. Pada dua tahap awal masih berkaitan dengan peniruan atau penciptaan ulang dari suatu model asli. Namun pada tahap simulasi, muncul bentuk simulakrum murni (pure simulacrum). Simulakrum murni terjadi ketika suatu representasi tidak lagi mengacu pada realitas aslinya, melainkan berdiri sendiri dan mereproduksi dirinya tanpa rujukan apa pun. Dalam tahap ini, simulasi tidak lagi meniru kenyataan, tetapi menciptakan kenyataan versi baru yang sepenuhnya terlepas dari realitas.

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 (Saud et al., 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).

Konsep use value dan exchange value (nilai guna dan nilai tukar) menjadi alat untuk memahami komodifikasi dalam ranah politik digital. Use value merupakan nilai yang merujuk pada makna asli atau fungsi sejati dari suatu praktik atau simbol (Hariyanto, 2018). Kegiatan seperti tahlilan, istighosah dan Maulid nabi sebagai bentuk ekspresi keagamaan dan spiritualitas masyarakat bergeser menjadi exchange value yang digunakan untuk memperoleh dukungan politik. Nilai-nilai spiritual yang bersifat sakral dipasarkan sebagai komoditas politik untuk menciptakan daya tarik visual dan emosional di platform digital seperti Instagram. Perubahan dari real value ke exchange value inilah menunjukkan bagaimana simbol-simbol islam kultural mengalami komodifikasi.

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 et al., 2024).

Elit politik bersaing untuk menggambarkan diri mereka sebagai orang-orang saleh dalam konteks agama tertentu (Karman et al., 2023). Selain itu, rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia menyebabkan munculnya politik identitas di media sosial (Syahputra et al., 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

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik politik pada pilkada Sidoarjo 2024 telah mengalami komodifikasi melalui platform digital yakni instagram. Identitas islam kultural seperti tahlilan, istighosah, dan Maulid Nabi yang seharusnya sebagai ekspresi keagamaan, digunakan sebagai alat strategis oleh kedua pasangan calon untuk membangun citra religious dan kedekatan dengan pemilih, terutama warga Nahdliyyin. Citra yang ditampilkan di Instagram melalui unggahan foto, video, hastag menciptakan realitas baru yang tidak selalu mencerminkan kenyataan, tetapi membentuk simulacra yang lebih kuat dari realitas itu sendiri. Dengan demikian, media sosial seperti instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat kampanye, melainkan menjadi ruang produksi simulasi politik yang mana identitas islam kultural telah dikomodifikasi dan direduksi oleh kedua calon.

REFERENSI

- @achmadamiraslichin. (2024). *Kunjungan Achmad Amir Aslichin pada Kegiatan Tahlil Kubro*. Instagram. https://www.instagram.com/p/DBTI0VkJStSG/?img_index=1&igsh=bTFwbWo2MXhwdXV5
- @Achmadamiraslichin. (2024). *Postingan Instagram Achmad Amir Aslichin*. Instagram.com. https://www.instagram.com/p/DAGc_D4Tgi8/?igsh=ZmpoenNpbjllaGw0
- @cakband1. (2024a). *Kunjungan Ke Ponpes Bahaudin Sepanjang*. Instagram.com. <https://www.instagram.com/reel/Daf7k4Avvup/?igsh=MW93bG4xcXJib2N3OQ%3D%3D>
- @cakband1. (2024b). *Tahlil dan Do'a Bersama untuk keBAIKan Almarhumah Ibunda H. Basuki WAPD Sukodono*. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DAub36BRoHK/?igsh=ZjBybnhiZzg4Y2tn>
- @cakband1. (2024c). *Unggahan Instagram*. Instagram.com. <https://www.instagram.com/reel/DAMpeL4BHGb/?igsh=MW1tdHdydG1kY3Iybg==>
- Al-Aliyah, A., Abadi, T. W., & Dharma, F. A. (2020). Rite Communication in The Nyadran Traditionin in Sidoarjo Komunikasi Ritus dalam Tradisi Nyadran di. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 22–27.

- <https://doi.org/10.21070/kanal.v9i1.796>
- Andreas, R. (2020). Instagram dalam Perspektif Masyarakat Tontonan “Gejayan Memanggil.” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.38043/jids.v4i1.2259>
- Arief, I. A., Lestari, I., & Simatupang, Y. (2023). Kontestasi Wacana Politik Identitas dalam Ruang Digital Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara. *Journal Publicuho*, 6(4), 1311–1324. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i4.272>
- Asharudin, R. (2023). Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital. *Gunung Djati Conference Series*, 24, 906–921. <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*. The University of Michigan Press. 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 Communicatin*, 12(1), 136–154. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00318.x>
- Darmawan, A. D. (2024). *Jumlah Penduduk Kabupaten Sidoarjo 2 Juta Jiwa Data per 2024*. databoks.katadata.co.id. <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. Instagram. https://www.instagram.com/dataindonesia_id/p/DCLU_MmpV95/
- Detikjatim. (2024). *Subandi Buka Suara Usai Dinonaktifkan PKB gegara Maju Pilbup Sidoarjo Baca artikel detikjatim*. detik.com. <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. <https://doi.org/10.21070/acopen.8.2023.6922>
- Fadillah, D. (2019). Hyperrealitas Simulakra Tagar #2019GantiPresiden dalam Pemilihan Presiden Indonesia 2019 (Hyper Reality Simulakra Tagar #2019 President in the 2019 Indonesian Presidential Election). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 12(2), 249–260. <https://www.academia.edu/download/84179333/1387.pdf>
- 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. <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, P. C. (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 @Vmulliana*. 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. <https://doi.org/10.18196/jgp.2012.0007>
- Hariyanto, D. (2018). Commodification of Umrah Worship in Capitalism Umrah Travel in Indonesia. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 23(10), 77–86. <https://doi.org/10.9790/0837-2310047786>
- Hariyanto, D., Dharma, F. A., & Amalia, F. P. (2025). *Komodifikasi Bahasa Lokal Sebagai Simulakra : Studi Kasus Pojok Kampung JTV Case Study of Pojok Kampung JTV*. 10(1).
- 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. <https://doi.org/10.15575/cjik.v8i1.28356>
- Jatimupdate. (2024). *Mas In dan Mas Edi Usung Tagline SAE Daftar Paling Akhir ke KPU Sidoarjo*. Jatimupdate.Id. <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. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2295871>
- Khamdan, M. (2022). *Kontestasi dalam Politik Elektoral di Indonesia* (Wiharyani (ed.)). A-Empat.
- KominfoJatim, D. (2024). *KPU Sidoarjo Pleno Terbuka Tetapkan Nomor Urut Paslon Pilkada 2024*. Kominfo.Jatimprov.Go.Id. [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 Newsroom - KPU Kabupaten Sidoarjo,Kepala Daerah (Pilkada) 2024.)
- Lestari, D. (2019). Pilkada DKI Jakarta 2017 : Dinamika Politik Identitas di Indonesia. *JUPE : Jurnal Pendidikan Mandala*, 4(4), 12. <https://doi.org/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.
- Nurahma, A., & Fikri, M. A. (2025). Analysis of Instagram Visual Content @ desa _ kemiren in Building Kemiren Village Tourism Image Analisis Konten Visual Instagram @ desa _ kemiren dalam Membangun Citra Pariwisata Desa Kemiren. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 90–99. <https://doi.org/10.21070/kanal>.
- Republikjatim.com. (2024). *Usung Tagline BAIK, Paslon Subandi dan Mimik Idayana Resmi Mendaftar ke KPU Sidoarjo*. republikjatim.com. <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*. kompas.com. https://megapolitan.kompas.com/read/2017/12/20/10143611/kaleidoskop-kasus-hukum-ahok-aksi-212-hingga-tangisan-veronica-dan-djarot?lgn_method=google&google_btn=onetap
- 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*. *International Journal of Intercultural Relations*. <https://doi.org/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. <https://doi.org/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. 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. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1297>
- Susilawati, A., Kusuma, I. W., Nurzen, M., & Rifki, A. (2025). *Islam Kultural dan Islam Struktural Mempertahankan Identitas Budaya*.
- 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. <https://doi.org/10.1080/01296612.2023.2246726>
- Tempo. (2018). *Ahok Bakal Bebas Januari 2019, Begini Kilas Balik Kasusnya*. tempo.co. <https://www.tempo.co/hukum/ahok-bakal-bebas-januari-2019-begini-kilas-balik-kasusnya>.
- 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*. statista.com. <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. <https://doi.org/10.36080/ag.v11i1.2380>
- Zulkarnain, A. (2024). *Diusung Sembilan Partai, Achmad Amir Aslichin-Edi Widodo Daftar di Detik Terakhir: Target 80 Persen Suara*. suaraindonesia.co.id. <https://suaraindonesia.co.id/news/politik/66d11826f10f7/Diusung-Sembilan-Partai-Achmad-Amir-Aslichin-Edi-Widodo-Daftar-di-Detik-Terakhir-Target-80-Persen-Suara>

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest. Copyright © Fara Putri Amalia dan Ferry Adhi Dharma. This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.