

Komunikasi Politik Anies Baswedan dalam Membentuk Opini Publik Melalui Media Sosial Menjelang Pemilihan Presiden 2024

Fadhel Azmi¹, Boanerges Yoah Amiel², Arale Balqis³, Intan Maulida Nabila⁴, Frisca Arindah⁵
Prodi Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta¹⁻⁵

ABSTRACT

Political communication is a crucial element that must exist among political actors because political communication can build the image of political actors in the eyes of society. Moreover, the presidential election in Indonesia will take place in about two years. Various issues regarding who will become the candidate pair in the 2024 Presidential Election have been frequently discussed by the media and the public. Various names of political figures are predicted to run for office in 2024. Various responses and public opinion regarding political actors also varied. Some voluntarily supported and some even openly disapproved of the issue of the intended political actor nominating himself in the 2024 presidential election. One example of such a political actor is Anies Baswedan. Anies himself is an example of a political actor who often uses social media to convey his political communications. Social media was chosen because it is the most accessible platform for two-way communication. Therefore, here we will analyze Anies Baswedan's style of political communication on social media and public opinion given by the public.

Keywords: *Political Communication, Social Media, Public Opinion*

ABSTRAK

Komunikasi Politik adalah salah satu elemen yang sangat penting yang harus ada di dalam para aktor politik, karena dengan adanya komunikasi politik dapat membangun citra aktor politik di mata masyarakat. Terlebih lagi pemilihan Presiden di Indonesia akan berlangsung sekitar dua tahun lagi. Berbagai isu mengenai siapa saja yang menjadi pasangan calon di Pilpres 2024 nanti sudah sering dibicarakan oleh para media maupun masyarakat. Berbagai nama tokoh politik digadang-gadang bakal jadi mencalonkan diri di 2024 mendatang. Berbagai respon dan opini masyarakat mengenai para aktor politik pun bermacam-macam, ada yang mendukung dengan sukarela bahkan ada yang terang-terangan tidak menyetujui adanya isu aktor politik yang dituju akan mencalonkan diri pada pemilihan Presiden 2024 nanti. Salah satu contoh aktor politik tersebut adalah Anies Baswedan, Anies sendiri merupakan salah satu contoh aktor politik yang sering menggunakan media sosial sebagai salah satu cara untuk menyampaikan komunikasi politiknya. Media sosial dipilih karena merupakan *platform* paling mudah untuk melakukan komunikasi dua arah. Maka dari itu, kami disini akan menganalisis bagaimana gaya komunikasi politik Anies Baswedan di media sosial serta opini publik yang diberikan oleh masyarakat.

Kata Kunci: *Komunikasi Politik, Media Sosial, Opini Publik*

Pendahuluan

Pesta demokrasi rakyat di Indonesia diadakan setiap lima tahun sekali. Pada tahun 2024 mendatang, Indonesia akan mengadakan pemilihan umum (pemilu), salah satunya adalah pemilihan presiden (pilpres). Pemilihan presiden dan wakil presiden diatur di dalam Undang Undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang “Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden”. Media dulunya sebatas sebagai perantara untuk pertemanan, namun beralih fungsi menjadi perantara para aktor politik dalam meningkatkan elektabilita, kekuasaan pemerintah juga didukung oleh media, serta mencegah berbagai bentuk penyimpangan lewat media. Perkembangan setiap tahunnya, dimana teknologi dibuat semakin canggih terutama dalam bidang komunikasi yang membuat hal ini tentu saja memberikan pengaruh yang baik terutama dalam proses politik. Kemajuan komunikasi digital bisa dilihat dengan e-mail yang memberikan sebuah revolusi dan membawa semangat dalam era demokrasi digital. Komunikasi politik memiliki cara pandang dimana memberikan sebuah komunikasi politik tanpa ada sebuah aksi nyata guna untuk lebih banyak dilihat masyarakat. Oleh karena itu semakin berkembangnya suatu sistem dalam demokrasi, maka sesungguhnya komunikasi politik menjadi ilmu yang banyak pengaruh dan bermain dalam istilah belaka. Berbagai asumsi dalam masyarakat baik dari dalam maupun luar timbul serta pendapat orang awam bisa berkomentar sesuai dengan apa yang diberitakan.¹

Menjelang pilpres di tahun 2024 mendatang, banyak partai politik yang sudah memenuhi syarat, sedang sibuk mencari calon terbaik mereka untuk maju di pilpres 2024 mendatang. Salah satu partai politik yang sudah mengumumkan capres mereka adalah Partai Nasional Demokrat atau Nasdem. Pada 3 Oktober 2022 yang lalu, Surya Paloh, selaku Ketua Umum Partai Nasdem, mengumumkan bahwa mereka mengusung Anies Baswedan sebagai capres dari Partai Nasdem. Anies yang tidak menggabungkan diri ke dalam partai politik manapun, akhirnya dinobatkan sebagai capres oleh Nasdem, setelah sebelumnya terdapat beberapa nama calon yang didiskusikan oleh Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Nasdem, yaitu Ganjar Pranowo dan Andika Perkasa. Alasan partai ini akhirnya memutuskan untuk mengusung Anies Baswedan pada pilpres mendatang, karena Anies dinilai memiliki pemikiran yang sejalan dengan partai ini, yang didukung dengan tingginya tingkat elektabilitas beliau.

Sebelum dipilih oleh Nasdem, citra yang dibangun Anies Baswedan melalui media sosial sangat baik. Pasalnya, mantan orang nomor satu di DKI Jakarta ini membangun citra yang baik selama beliau menjabat sebagai gubernur, melalui program-program kerjanya. Walaupun pada masa jabatannya, beliau sempat mendapat komentar pedas terkait Formula E. Menjelang pilpres 2024 mendatang, Anies Baswedan perlu melakukan langkah-langkah yang tepat dalam membangun citranya sebagai capres yang dapat dipercayai oleh masyarakat Indonesia. Di dalam komunikasi politik, membangun opini publik yang baik merupakan salah satu strategi yang perlu dilakukan oleh pejabat publik dalam membangun citra yang diterima oleh masyarakat. Salah satu media yang efektif dalam membangun opini publik yang baik pada era ini adalah melalui sosial media. Anies Baswedan sendiri menyadari hal tersebut, sehingga jika kita menilik akun pribadi beliau, kita dapat melihat unggahan tentang kinerja beliau selama menjabat menjadi Gubernur DKI Jakarta, kunjungan beliau ke DPW partai Nasdem, hingga unggahan tentang relawan Indonesia Anies. Menjelang pilpres di 2024, kita dapat melihat Anies sedang melakukan komunikasi politik untuk membangun citranya melalui opini publik di sosial media pribadinya. Maka dari itu kami disini tertarik untuk meneliti dan membahas bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan khususnya komunikasi politik Anies yang dilakukan di media sosial dan bagaimana tanggapan opini publik akan aktivitas politik yang dijalankan oleh Anies Baswedan.

Landasan Teori

Opini Publik

Menurut Anwar Arifin, beliau berpendapat bahwa opini publik bisa dikatakan sebagai kajian yang dibahas dan dibincangkan banyak orang yang ditemukan dari dialog hasutan sebagai jawaban terhadap permasalahan juga pertanyaan terkait kepentingan khalayak umum. Permasalahan yang telah terjadi menjalar luas di media massa. Pendapat masyarakat bisa diartikan sebagai peroleh rata-rata individu dalam masyarakat sebagai hasil musyawarah permasalahan yang sedang terjadi dan menjawab permasalahan juga pertanyaan terkhusus yang berpusar di media massa, maka dari itu pendapat masyarakat hanya akan muncul jika ada isu yang dibangun oleh media massa.¹

¹ Indrawan, R. M. J. (2017). Dampak komunikasi politik dan opini publik terhadap perilaku masyarakat. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 16(2), 171-179.

Sementara menurut Suwandi, opini publik terbentuk dari adanya publik atau kelompok orang yang mempunyai tingkat kesejajaran seperti kepentingan juga minat dalam suatu rumor. dalam hal ini, penduduk tidak sama dengan umum karena penduduk bisa dikenali dengan adanya permasalahan atau pun rumor yang dibicarakan pada kelompok kepentingan yang menciptakan lahirnya sebuah opini tentang rumor yang sedang diperbincangkan. Pendapat masyarakat bisa dikatakan sebagai proses gabungan ide-ide, usulan-usulan, dan perasaan-perasaan yang dinyatakan oleh pribadi masyarakat negara terhadap kebijakan yang diperoleh dari mereka yang ada di pemerintahan yang bekerja dalam terciptanya keteraturan sosial dalam kondisi kasus sengketa, ketidaksepatan, juga konflik terhadap bagaimana cara yang dilakukannya dan apa yang harus dilakukan.²

Media Sosial

Menurut Siagian, beliau berpendapat bahwa media sosial merupakan alat yang bisa menghubungkan seorang individu dengan individu lainnya dengan berbagi komunikasi maupun informasi melalui dunia maya. dalam hal ini, hampir seluruh masyarakat Indonesia yang tidak hanya tinggal di perkotaan saja akan tetapi masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan sudah memiliki media sosial seperti Instagram, dan Twitter. Media sosial bisa dikatakan sebagai media baru karena kebanyakan media sosial bersifat transparan dan tanpa adanya batasan-batasan. media sosial bisa diakses dimana saja dan kapan saja seseorang dapat memberikan atau memperoleh informasi kepada individu lain secara praktis dengan menggunakan media sosial sebagai sarana dan juga bisa dimanfaatkan untuk kegiatan berkampanye atau juga bisa digunakan oleh masyarakat untuk mengungkapkan opini mereka.³

Sementara menurut Syarief, media sosial adalah sebuah media yang berbasis *online* dengan menggunakan aplikasi yang harus dibuka melalui internet yang memiliki berbagai macam manfaat seperti mudah berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan isi meliputi jejaringan sosial, forum, dan dunia virtual yang merupakan bentuk sosial yang

² Indrawan, R. M. J. (2017). Dampak komunikasi politik dan opini publik terhadap perilaku masyarakat. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 16(2), 171-179.

³ Siagian, H. F. (2015). Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. Jurnal Al-Khitabah, 2(1).

umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. dalam hal ini, media sosial mendukung interaksi sosial yang menggunakan teknologi berbasis menggunakan platform yang bisa mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, yang dikatakan situs yang dimana setiap orang bisa berkomunikasi dan bertukar informasi dengan waktu yang cepat dan tidak terbatas.⁴

Komunikasi Politik

Menurut Soyomukti, beliau berpendapat komunikasi politik mempunyai hubungan yang sangat erat dengan masalah yang dihadapi manusia dan juga hubungan sosial yang dimana kedekatan antara politik dan komunikasi merupakan sebuah hal yang tidak akan pernah terpisahkan dalam kehidupan bernegara. Politik sendiri merupakan suatu kebijakan untuk mengetahui nilai-nilai oleh pihak yang berwenang, maka dari itu soyomukti berpendapat bahwa kebijakan dirumuskan atas dasar pesan-pesan yang diteruskan ke orang lain agar kebijakan yang dibuat tidak memihak oleh siapapun dan menimbulkan konflik dari kepentingan yang berbeda. intinya adalah komunikasi politik merupakan sebuah fenomena sosial yang melahirkan kepentingan politik yang selanjutnya disalurkan melalui media dan juga tindakan yang lebih efektif dan tepat.⁵

Sedangkan menurut Shahreza, beliau mengungkapkan bahwa komunikasi politik adalah pembicaraan yang sudah mencapai tahap serius dan sungguh-sungguh karena sudah berkaitan dengan makro kehidupan bangsa negara yang dampak dan tujuannya mewujudkan masyarakat yang beradab moral, sejahtera, dan berkeadilan. komunikasi politik juga jika semakin ke bawah komunikasi politiknya maka tidak terlalu diperhatikan dengan masalah politik yang terjadi, apabila komunikasi politiknya semakin keatas maka semakin sedikit orang yang berperan dan terpanggil untuk masuk ke lingkaran kekuasaan atau oligarki. dalam hal ini, seperti piramida yang semakin keatas maka akan semakin adalah para elit lalu di pertengahan ada masyarakat yang aktif dan yang paling bawah adalah masyarakat umum.⁶

⁴ Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby). *Jurnal Komunikasi*, 8(3)

⁵ Santoso, D. H. (2018). *Media dan Komunikasi Politik (Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik)*.

⁶ Shahreza, M. (2018). *Pengertian Komunikasi Politik*.

Saluran Komunikasi Politik

Dalam komunikasi politik sendiri, terdapat beberapa macam saluran komunikasi. saluran-saluran ini merupakan media bagi aktor politik untuk menyampaikan kepada publik yang dituju. Saluran sendiri merupakan para individu yang mempergunakan berbagai simbol untuk bertukar pesan. Terdapat tiga jenis saluran dalam saluran komunikasi politik, yaitu komunikasi massa, komunikasi interpersonal, dan komunikasi organisasi.⁷ Terdapat dua jenis dalam komunikasi massa tatap muka yaitu aktor politik melakukan komunikasi secara langsung di tempat dengan publik, dan komunikasi yang menggunakan perantara, perantara itu misalnya media sosial, dan alat komunikasi lainnya.⁸ Selain itu pada komunikasi interpersonal, hubungan komunikasi yang terjadi hanya antara aktor politik dan satu individu saja, misalnya ketua partai A melakukan kunjungan dan rapat secara pribadi dengan Ketua Partai B. lalu saluran komunikasi yang terakhir adalah saluran komunikasi organisasi, yang dimana pada saluran ini merupakan gabungan saluran komunikasi massa dan komunikasi interpersonal.⁹ Apabila melihat ketiga penjelasan saluran komunikasi politik, maka gaya saluran komunikasi politik Anies Baswedan sendiri yaitu saluran komunikasi politik massa melalui perantara dimana Anies berkomunikasi dengan banyak individu, yaitu masyarakat, dan menggunakan perantara yaitu media sosial.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Secara sederhana, metode penelitian deskriptif kuantitatif dapat dideskripsikan sebagai suatu metode yang bertujuan untuk membuat suatu gambaran yang objektif tentang suatu keadaan dengan menggunakan angka - angka, yang dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data dan penampilan serta hasil.¹⁰ Dalam penelitian kali ini, kami melakukan pengumpulan data dengan mengambil *profile* serta

⁷ Gunawan, R. H. (2020). Saluran Komunikasi Politik dalam Pembangunan Demokrasi pada Pemilu Legislatif DPR-RI di Kota Bogor 2019. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 141-151

⁸ Gunawan, R. H. (2020). Saluran Komunikasi Politik dalam Pembangunan Demokrasi pada Pemilu Legislatif DPR-RI di Kota Bogor 2019. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 141-151

⁹ Himso.id. (2021). Saluran atau Media Komunikasi Politik. Diakses pada 5 Desember 2022, dari <https://himso.id/saluran-atau-media-komunikasi-politik/>

¹⁰ Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.

salah satu postingan yang diunggah oleh Anies Baswedan yang diunggah ke dalam media sosialnya yaitu, *instagram* dan *twitter*. Kemudian menilai berdasarkan komentar yang ada pada masing-masing sebuah postingan di kedua media sosial yang berbeda tersebut. Dengan kata lain kami mengambil data dengan cara menganalisis dengan bentuk deskriptif.

Hasil dan Pembahasan

Bentuk Komunikasi Politik yang Dilakukan Oleh Anies Baswedan

Di era digital seperti sekarang ini salah satu media komunikasi politik yang memiliki peran yang besar adalah media sosial. Sebab dengan menggunakan media sosial yang tidak mengenal waktu dan ruang, sosialisasi politik dan partisipasi politik dapat dilakukan dan diterima oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Menggunakan media sosial dalam bidang politik memberikan keuntungan sebab menjadi faktor terwujudnya keterbukaan dan transparansi dalam proses perpolitikan.

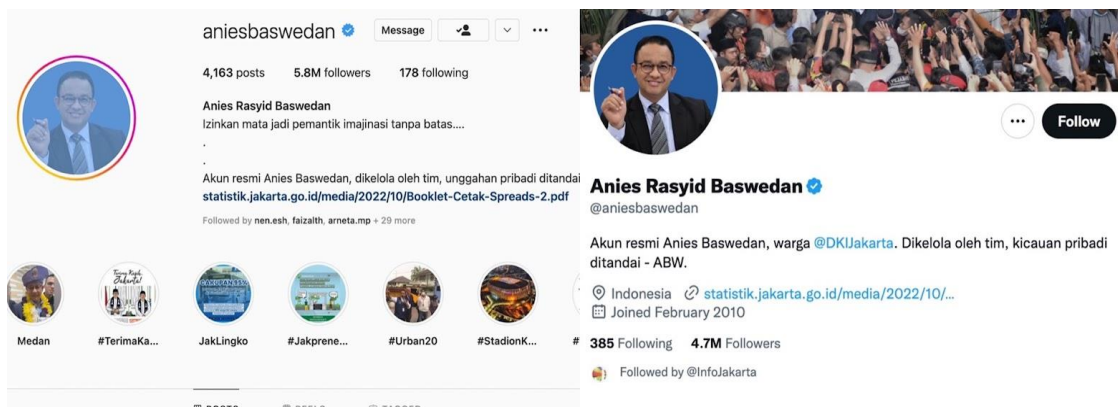
Ross Tapsell dalam bukunya yang berjudul *Kuasa Media di Indonesia*, membahas jika kasus-kasus yang terjadi di Indonesia sangat pas digunakan untuk mencari tahu bagaimana media sosial dapat mempengaruhi orang banyak.¹¹ Masyarakat Indonesia masuk kedalam golongan pengguna media sosial paling aktif di dunia, Berdasarkan laporan *We Are Social*, pada Januari 2022 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebesar 191 juta orang, dimana jumlah tersebut meningkat sebesar 12,35% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang.¹² Adapun Indonesia memiliki pengguna aktif platform media sosial Instagram sebanyak 99,9 juta orang dan pengguna *Twitter* sebanyak 18,45 juta pada 2022. Dengan jumlah pengguna media sosial yang besar tentu membuat pertukaran informasi lebih mudah dilakukan melalui platform platform media sosial secara online dibanding menggunakan media cetak, Masyarakat pengguna media sosial dapat dengan leluasa mendapatkan *insight insight* baru dari media sosial, ataupun dalam menyalurkan hak berbicara dan partisipasinya. Sehingga dapat dikatakan jika media sosial berpartisipasi secara masif dalam pembentukan opini publik.

¹¹ Ross Tapsell. (2017). *Kuasa Media Di Indonesia*. Jakarta: Marjin Kiri.

¹² Mahdi M.(2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Diakses pada 29 November 2022 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

Adapun studi kasus yang kami ambil terkait salah satu aktor politik yang aktif menggunakan media sosial *Instagram* yaitu Anies Baswedan, penggunaan media sosial bertujuan untuk menyalurkan komunikasi politiknya kepada masyarakat dengan memposting foto, video ataupun tulisan yang berkaitan dengan perpolitikan. Dimana dengan adanya postingan tersebut membuat masyarakat tahu bagaimana kinerja, *Personal Branding*, maupun ideologi dari Anies Baswedan yang akan berpengaruh pada citra, opini publik, dan popularitas Anies Baswedan dalam kacamata masyarakat Indonesia. Berdasarkan Akun pribadi media sosial Instagram, Mantan Gubernur DKI Jakarta dengan nama pengguna @aniesbaswedan dalam *Platform* media sosial *Instagram* memiliki 5,8 Juta pengikut .

1.1 Instagram dan Twitter Anies Rasyid Baswedan



Sumber: Dokumen Pribadi

Terkait komunikasi politik Anies baswedan dapat dilihat jika ia merupakan aktor politik yang cukup aktif dan intens dalam bersosial media. Setelah ia resmi menjadi mantan Gubernur DKI Jakarta, melalui akun instagram pribadi miliknya ia sering membagikan postingan terkait foto, video, maupun tulisan yang berisikan kegiatan kegiatannya yang berkaitan dengan politik maupun yang tidak. Seperti video kegiatannya yang sedang mengurus hewan peliharaan, video atau foto terkait kunjungannya ke provinsi Sumatera Utara yang disebutkan sebagai bentuk silaturahmi kebangsaan.

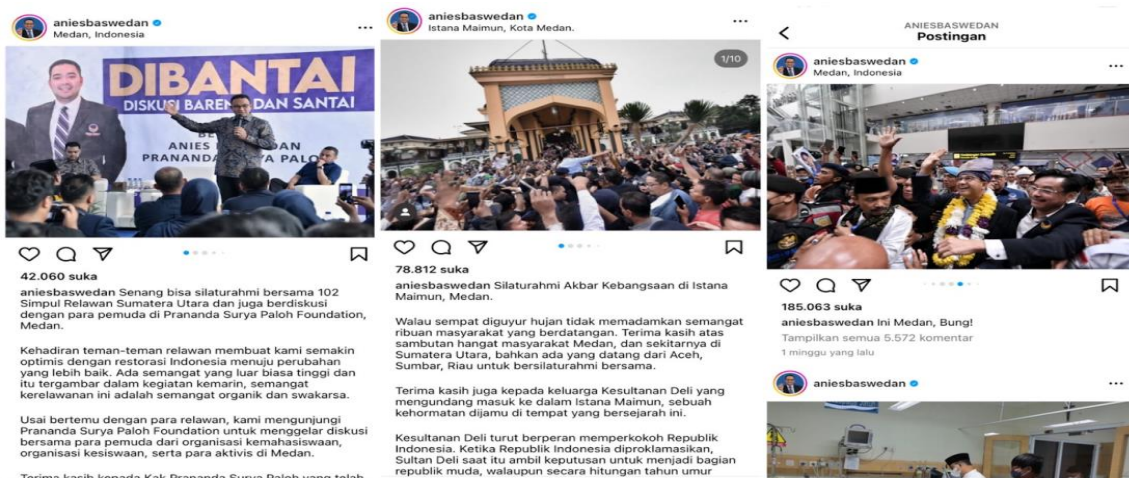
1.2 Postingan Instagram dan twitter Anies Baswedan tentang Rutinitasnya Mengurus Hewan Peliharaan



Sumber: Dokumen Pribadi

Berikut Postingan Anies di Platform *Instagram* dan *Twitter* yang membagikan kegiatannya mengurus hewan peliharaan, memberikan kesan seseorang aktor politik yang santai, telaten dan merakyat. Dengan postingan seperti ini membuatnya lebih dekat dengan masyarakat karena membahas topik yang ringan yaitu seputar merawat dan mengoleksi burung peliharaannya yang tentu kegiatan tersebut juga merupakan kegiatan yang digemari oleh masyarakat.

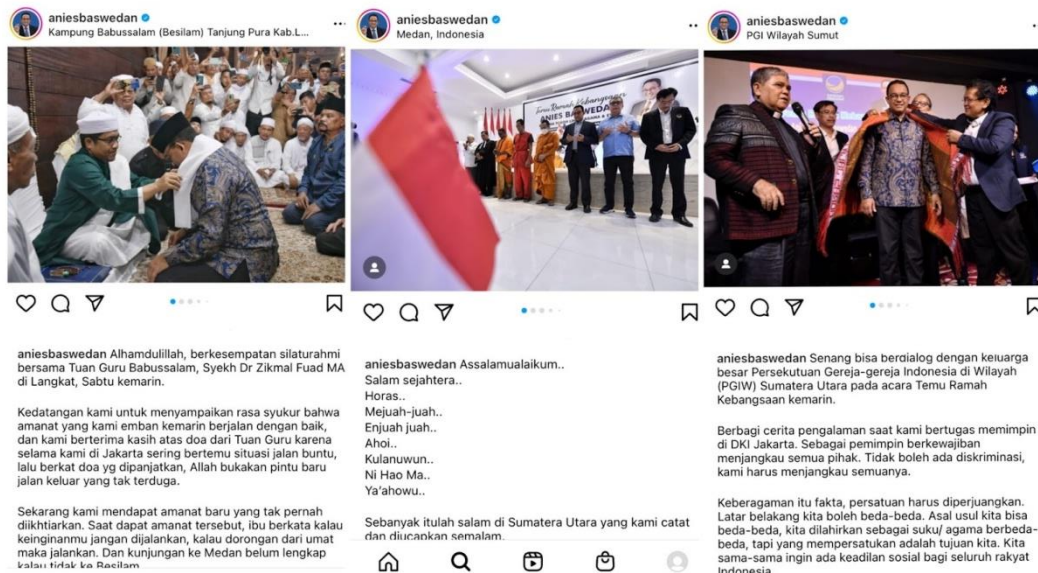
1.3 Postingan Instagram Anies Baswedan ketika bersilaturahmi ke Provinsi Sumatera Utara



Sumber: Instagram @aniesbaswedan

Selanjutnya postingan di Instagramnya terkait kunjungannya ke Medan, Sumatera Utara. Dimana dalam foto foto tersebut diketahui ia melakukan beberapa rangkaian kegiatan seperti kegiatan diskusi dan silaturahmi bersama simpul relawan Sumatera Utara dan Para pemuda dari berbagai organisasi kemahasiswaan, kesiswaan dan aktivis di Prananda Surya Paloh *Foundation*, Medan, Lalu kegiatan silaturahmi kebangsaan ke istana Maimun. Jika dilihat dari postingan *instagramnya* selama berkunjung ke Medan dapat dilihat jika Kunjungan Anies Baswedan mendapat sambutan yang antusias dari Masyarakat terbukti dari ramainya masyarakat yang datang untuk menyambut keberadaan Anies. Hal jika dilihat dari sudut pandang masyarakat yang melihat dari Media sosial memberikan kesan jika Anies merupakan sosok aktor politik yang memiliki citra yang baik terbukti dengan keberadaannya yang diterima baik oleh masyarakat Medan dan sosok yang mengayomi karena memberikan arahan yang baik kepada masyarakat dengan melakukan diskusi bersama para relawan untuk membahas restorasi Indonesia menuju perubahan yang lebih baik

1.4 Postingan Instagram Anies Baswedan ketika melakukan kegiatan silaturahmi keagamaan



Sumber: Instagram @aniesbaswedan

1.5 Tweet Anies Baswedan dalam akun pribadinya di Twitter ketika melakukan kegiatan silaturahmi keagamaan



Sumber: Instagram @aniesbaswedan

Lalu postingan di Instagramnya yang masih berkaitan dalam kunjungannya ke Medan, Sumatera Utara. Dimana diketahui jika Anies melakukan silaturahmi dengan mengunjungi tokoh NU di Salah satu Pondok pesantren di Medan, lalu mengunjungi PGWI yang merupakan persekutuan gereja-gereja Indonesia di wilayah Sumatera Utara, dan juga membuat kegiatan Temu Ramah Kebangsaan yang dihadiri oleh tokoh lintas agama dan etnis yang ada di Sumatera Utara. Postingan ini membangun citra Anies sebagai aktor politik yang memiliki toleransi yang tinggi terhadap perbedaan agama dan etnis serta seseorang yang mendukung terwujudnya persatuan dari keberagaman yang ada untuk menciptakan keadilan. Hal itu dibuktikan dengan *Tweet-an* nya yang mengatakan jika keberagaman merupakan sebuah fakta dan persatuan merupakan hal yang harus diperjuangkan, walaupun masyarakat Indonesia berbeda beda asal usulnya tetap memiliki tujuan yang sama yaitu persatuan dan keadilan.

1.6. Collaboration Post antara @aniesBaswedan dengan @PartaiNasdem di Platform media sosial Instagram



Sumber: Instagram @aniesbaswedan

Adapun salah satu postingan yang menarik perhatian kami adalah salah satu *collaboration Post* antara @aniesBaswedan dengan @PartaiNasdem di *Platform* media sosial *Instagram*. Dimana dalam postingan tersebut menampilkan video Anies yang sedang berbicara di hadapan masyarakat dalam sebuah acara di Sumatera Utara, Anies berdialog dengan masyarakat dengan mengajukan pertanyaan “Siapa Presidennya?” dan serentak masyarakat yang ada dalam acara tersebut menjawab “Anies!” dan pertanyaan “Apa partainya?” dengan kompak masyarakat menyaut “Nasdem!” Postingan tersebut secara tersurat menyampaikan Anies bersinergi dengan Partai Nasdem untuk maju menjadi Kandidat di Pilpres 2024

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan jika di masa seperti ini Penggunaan platform Instagram dan Twitter oleh Anies untuk menyalurkan informasi dinilai sangat tepat, perubahan Komunikasi politik menjadi lebih modern dengan menggunakan sosial media membuat apa yang disampaikan oleh para aktor politik,

khususnya Anies Baswedan menjadi jauh lebih efektif. Sebab bagi Anies Baswedan selaku aktor politik media sosial bertujuan untuk melakukan *branding politic* dan mencari simpati masyarakat. Disisi lain juga memberikan masyarakat ruang diskusi politik yang dapat berpengaruh pada pembuatan opini publik terhadap Anies menjelang Pilpres yang akan berlangsung di tahun 2024.

A. Analisis terhadap salah satu postingan akun pribadi Anies Baswedan pada media sosial Instagram dan Twitter



Sumber: Instagram @aniesbaswedan

Gambar di atas merupakan salah satu postingan di Instagram Anies Baswedan saat beliau berkunjung ke Medan, Sumatera Utara. Dimana diketahui jika Anies melakukan silaturahmi dengan membuat kegiatan Temu Ramah Kebangsaan di DPW Partai Nasdem Sumatera Utara yang dihadiri oleh tokoh lintas agama dan etnis, serta komponen masyarakat kota Medan. Postingan ini membangun citra Anies sebagai aktor politik yang memiliki toleransi yang tinggi terhadap perbedaan agama dan etnis serta seseorang yang mendukung terwujudnya persatuan dari keberagaman yang ada untuk menciptakan keadilan. Hal itu dibuktikan dengan caption dalam postingan tersebut yang mengatakan jika keberagaman merupakan sebuah fakta dan persatuan merupakan hal yang harus diperjuangkan, walaupun masyarakat Indonesia berbeda beda asal usulnya tetap memiliki tujuan yang sama yaitu persatuan dan keadilan. Adapun postingan tersebut menghadirkan

respon dari masyarakat, dimana terdapat 612 dalam kolom komentar postingan tersebut. Berikut persentase opini keseluruhan dari postingan Anies terkait Temu Ramah Kebangsaan di Medan pada media sosial Instagram:

Tabel 1 Persentase opini keseluruhan postingan Temu Ramah Kebangsaan Anies Baswedan pada media sosial instagram

No	Opini Keseluruhan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pro	588	96 %
2.	Kontra	7	1,2 %
3.	Netral	17	2,8 %

Pada postingan tersebut, terdapat 612 komentar yang diberikan oleh warga net. Dari 612 komentar tersebut, terdapat 588 komentar atau sebanyak 96 persen yang mendukung kunjungan Anies Baswedan ke Sumatera Utara, bahkan mendukung Anies untuk maju di dalam pilpres 2024 mendatang, sedangkan terdapat 7 komentar yang negatif kepada Anies Baswedan atau sekitar 1,2 persen, dan yang terakhir terdapat 17 komentar netral ataupun komentar yang tidak berkaitan dengan postingan Anies Baswedan atau sekitar 2,8 persen komentar. Jadi, dapat disimpulkan, pada postingan ini, warga net memiliki kecenderungan mendukung Anies Baswedan untuk maju pada pilpres 2024 mendatang.



Sumber: Instagram @aniesbaswedan

Gambar di atas merupakan postingan yang sama, yang diunggah di akun Twitter pribadi beliau. Postingan ini membangun citra Anies sebagai aktor politik yang memiliki toleransi yang tinggi terhadap perbedaan agama dan etnis serta seseorang yang mendukung terwujudnya persatuan dari keberagaman yang ada untuk menciptakan keadilan. Adapun postingan tersebut menghadirkan respon dari masyarakat, di mana terdapat 344 dalam kolom komentar postingan tersebut. Berikut persentase opini keseluruhan dari postingan Anies terkait Temu Ramah Kebangsaan di Medan pada media sosial Twitter:

Tabel 2 Persentase opini keseluruhan postingan Temu Ramah Kebangsaan Anies Baswedan pada Media Sosial Twitter

No	Opini Keseluruhan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pro	56	16,3 %
2.	Kontra	283	82,3 %
3.	Netral	5	1,4 %

Berbanding terbalik dengan postingan yang sama yang diunggah di Instagram. Lewat postingan ini, warga net Twitter justru memberikan respon sebaliknya. Dapat dilihat pada tabel di atas, dari 344 komentar, terdapat 283 komentar kontra atau sebanyak 82,3 persen yang memberikan komentar negatif. Dari 283 komentar tersebut, warganet berpendapat Anies memakai politik identitas, mencuri *start* kampanye, dan berkomentar terkait pilgub tahun 2017. Sedangkan, komentar positif terdapat 56 komentar atau sekitar 16,3 persen. Sama seperti pada postingan di Instagram, komentar positif yang ada Twitter mengarah pada harapan untuk Anies menjadi RI 1 pada 2024 mendatang. Sisanya, sebanyak 5 komentar atau sebanding dengan 1,4 persen dari komentar secara keseluruhan bersifat netral atau membahas isu yang tidak berkaitan dengan Anies Baswedan.

Berdasarkan analisis pada kedua media sosial tersebut, dapat disimpulkan jika respon yang diberikan oleh masyarakat pengguna instagram dengan masyarakat pengguna twitter terhadap postingan Anies sangatlah berbeda. Jika dalam media sosial Instagram komentar positif lebih banyak ditemukan dan berbanding terbalik dengan media sosial twitter yang menunjukkan lebih banyak komentar negatif.

B. Respon Masyarakat terhadap Berita Anies Baswedan Menjadi Kandidat Presiden 2024

Indonesia merupakan salah satu negara yang terbentuk dengan pemerintahan yang berlandaskan demokrasi, tidak heran setiap lima tahun sekali, masyarakat dan media sering kali menduga-duga siapa saja yang bakal akan menjadi calon kandidat pasangan calon Presiden di periode selanjutnya. Indonesia pada saat ini sudah melaksanakan pemilihan umum sebanyak 12 kali. Dan pemilu terakhir yang dilaksanakan pada tahun 2019 tersebut menghasilkan pasangan calon Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Ma'ruf Amin dinyatakan sebagai pemenang dalam pemilihan tersebut. Karena Jokowi sudah menjabat menjadi Presiden sebanyak 2 periode, maka, sesuai dengan pasal 7 UUD 1945, tertulis bahwa "Presiden dan Wakil Presiden memegang jabatan selama lima tahun, dan sesudahnya dapat dipilih kembali".¹³ Maka dari itu Presiden Jokowi yang sudah menjabat dari tahun 2014 hingga 2024 mendatang sudah tidak bisa lagi mendaftarkan diri dalam pemilihan Presiden. Maka dari itu, media dan masyarakat sering menerka-nerka siapa saja calon bakal paslon di 2024 nanti, mulai dari Ridwan Kamil, Ganjar Pranowo, Anies Baswedan hingga Puan Maharani pun digadang-gadang akan maju dalam Pemilihan presiden 2024 nanti.

Berbagai respon dan opini masyarakat mengenai para aktor politik pun bermacam-macam, ada yang mendukung dengan sukarela bahkan ada yang terang-terangan tidak menyetujui adanya isu aktor politik yang dituju akan mencalonkan diri pada pemilihan Presiden 2024 nanti. Salah satu contoh aktor politik tersebut adalah Anies Baswedan, salah satu contoh isu tersebut dapat dilihat dalam cuitan salah satu akun berita yang menayangkan berita mengenai kondisi yang dihadapi Anies Baswedan dalam Pemilu presiden 2024 nanti, dalam judul berita tersebut disebutkan bahwa 'Pendukung Anies Sangat Kecil', Pengamat Sarankan NasDem Evaluasi Pengusungan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden. Dalam berita tersebut dijelaskan bahwa Partai Nasional Demokrat atau NasDem telah lama ingin menjadikan Anies Baswedan sebagai calon kandidat presiden 2024 pada 1 Oktober 2022. Informasi tersebut ditanggapi oleh salah satu pengamat politik, yaitu Fernando bahwa lebih baik Anies bergabung dengan PKS

¹³ Kurniawan, I. G. H., & Arianto, H. (2020). Polemik Pembatasan Masa Jabatan untuk Jabatan Publik di Indonesia Terkait dengan Demokrasi dan Pancasila. *Lex Jurnalica*, 17, 264-270.

atau Partai Keadilan Sejahtera hal ini ia katakana karena banyak pendukung Anies yang juga mendukung PKS. Hal ini diperkuat dengan kondisi Partai NasDem yang mengalami penurunan dalam Survei LSI Denny JA meski sudah mengusung Anies Baswedan. Selain itu Partai tersebut juga hanya memperoleh 3,9 persen suara yang dimana untuk masuk ke dalam parliamentary threshold DPR RI 2024, sebuah Partai setidaknya memiliki 4 persen suara agar dapat lolos.¹⁴



Sumber: Instagram @aniesbaswedan

Postingan tersebut kurang lebih mendapatkan sekitar 900 an masyarakat yang merespon dan beropini mengenai berita tersebut. Rata-rata publik berkomentar berpihak pro dan berpikir positif kepada Anies, yang dimana mereka yakin bahwa Anies Baswedan tetap mempunyai dukungan yang banyak, meskipun Anies diusung oleh Partai NasDem untuk kandidat Pemilihan Presiden 2024 nanti. Walaupun begitu, terdapat masyarakat

¹⁴ Gelora.Co, (2022). 'Pendukung Anies Sangat Kecil', Pengamat Sarankan NasDem Evaluasi Pengusungan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden Diakses pada 11 November 2022, dari <https://www.gelora.co/2022/11/pendukung-anies-sangat-kecil-pengamat.html?m=1>

yang memiliki perbedaan pendapat dan menyampaikan pendapatnya kepada masyarakat yang pro kepada Anies.

C. Perbandingan Media Sosial Anies Baswedan dalam Membangun Opini Publik

Pemberitaan politik dan bahkan postingan di media sosial Anies Baswedan sekarang banyak mengacu pada pemberitaan tentang kinerja dan kunjungan yang digunakan untuk meningkatkan elektabilitasnya. Saat sekarang media sosial sangat memiliki pengaruh terhadap kehidupan manusia. Media sosial dapat membuktikan bahwa apapun yang diberitakan dan disiarkan oleh media dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat. Salah satunya dimana kunjungan Anies Baswedan ke Medan, Sumatera Utara. Anies melakukan silaturahmi dengan mengunjungi mengunjungi PGWI yang merupakan persekutuan gereja-gereja Indonesia di wilayah Sumatera Utara. Kunjungan yang dilakukan Anies Baswedan merupakan hal positif untuk menyatukan dan meningkatkan persatuan Indonesia. Dalam postingannya di Twitter tertulis juga, keberagaman itu fakta harus diperjuangkan. Rakyat Indonesia memang plural, dan harus disatukan agar dapat meningkatkan kesejahteraan sosial. Hal ini juga membuktikan bahwa elite politik bisa membuat pengaruh yang besar terhadap keberagaman. Namun, dari kedua postingan ini opini publik sangat berbanding terbalik antara pengguna Instagram dan Twitter.

Pengguna media sosial mencerminkan Twitter sebagai ruang publik digital yang sangat dinamis, eskalasi konflik bisa terjadi begitu cepat. Hal ini juga karena pengguna di media sosial Twitter lebih kritis dalam menilai suatu masalah atau konflik dari postingan suatu elite politik. Twitter memiliki karakteristik khusus yang membuatnya berbeda dari media sosial lainnya. Opini publik kemudian dibangun dan timbul dari postingan Anies tentang mengunjungi PGWI. Namun, ayat dan agama seringkali dibuat untuk meningkatkan elektabilitas oleh beberapa kepala pemerintahan seperti di Pilkada DKI Tahun 2017 jangan sampai terulang lagi di Pemilihan Presiden 2024 nanti.

Aplikasi Instagram banyak dimanfaatkan sebagai wadah bagi influencer untuk berbagi konten kreatif, terutama untuk para elite politik dalam meningkatkan elektabilitasnya seperti memposting banyak kegiatan yang dilakukan. Instagram bisa menjadi wadah untuk eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Tetap sumber utama yaitu postingan Anies Baswedan mengunjungi PGWI di Instagram. Bisa dilihat bahwa

ini sangat berbeda dari pengguna Twitter. Pengguna Instagram yang mengikuti atau tidak mengikuti banyak memberikan opini positif terhadap postingan Anies tersebut. Banyak respon masyarakat memberikan semangat kepada Anies Baswedan dan menyatakan siap mendukungnya. Bahkan ini menjadi postingan terhangat dan menimbulkan opini publik sangat positif di Instagram.

Instagram dan Twitter menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak, bahkan pengguna Instagram di Indonesia menjadi keempat di dunia. Opini publik terhadap kejadian di dunia bahkan di pemerintahan Indonesia khususnya untuk membangun citra politik bisa dibangun lewat Instagram dan Twitter. Bahkan ada beberapa elite politik menjadikan media sosial untuk politik pencitraan, dimana hanya membuat banyak janji namun kenyataannya ketika terpilih janji tersebut dilupakan. Anies Baswedan menjadikan media sosial Instagram dan Twitter untuk meningkatkan elektabilitasnya apalagi dia akan mencalonkan di pemilu presiden 2024 nanti. Dari kedua perbandingan opini masyarakat terhadap postingan Anies Baswedan tentang hal yang sama tersebut, bisa dilihat bahwa pengguna Twitter lebih relevan dan kritis dalam mencari latar belakang bahkan kejadian sebelumnya terhadap Anies. Namun, pengguna Instagram lebih memberikan komentar positif dan mengajak untuk memilih Anies di 2024 nanti bahkan tidak ada komentar negatif pada postingan itu. Opini ini berarti bisa dibangun ketika elite politik memberikan suatu pernyataan dan masyarakat kemudian akan melihat, berpikir, menganalisis, baru memberikan komentar seperti yang dilakukan oleh para pengguna Twitter.¹⁵

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penulis mengenai komunikasi politik Anies Baswedan dalam membentuk opini publik melalui media sosial, penulis menyimpulkan bahwa media sosial sangat penting dalam kehidupan politik, terutama dalam menjelang pemilihan Presiden 2024. Media sosial berperan sebagai penghubung antara masyarakat dengan elit politik. Anies Baswedan mengambil peluang tersebut untuk meningkatkan elektabilitasnya sebagai calon presiden 2024 nanti. Proses

¹⁵ Atmoko, Bambang Dwi. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita

menghimpun dan mempertahankan dukungan digunakan oleh Anies Baswedan dengan aktif dalam membuat postingan berbagai kegiatan yang dilakukannya dalam akun media sosial pribadi miliknya. Salah satu postingan Anies Baswedan di media sosial Instagram dan twitter ketika mengunjungi para pemuka agama menunjukkan hasil yang sangat berbeda. Dimana jika di media sosial Instagram postingan tersebut memberikan respon positif dari masyarakat yang banyak mendukungnya untuk Pilpres 2024, sebaliknya jika dalam media sosial twitter, komentar komentar negatif lebih banyak ditemukan dibanding komentar yang bersifat positif.

Adapun saran dari kami adalah sebagai publik, kita harus memberi opini yang lebih kritis dan sesuai kenyataan. Kita tidak hanya memberi komentar-komentar positif seperti menghibur saja, tetapi kita sebagai publik juga harus memberi saran dan pendapat walaupun bersifat negatif, hal tersebut dapat membantu para aktor publik mengetahui bagaimana kondisi masyarakat di lapangan. Sehingga kita dapat memberi masukan kepada aktor publik untuk kegiatan mereka selanjutnya. Selain itu dengan semakin banyaknya aktor politik yang berkampanye melalui media sosial kita juga harus tahu bahwa di setiap postingan para aktor politik mana yang memang benar-benar mereka lakukan dan mana yang hanya untuk cari muka saja, jika kita mengetahui perbedaan tersebut maka kita bisa mengetahui aktor politik yang memang kita pilih.

Referensi

Alim, A. S., & Rahmawati, D. E. (2021). KOMUNIKASI POLITIK ANIES BASWEDAN MELALUI SOSIAL MEDIA TWITTER. *Jurnal Academia Praja*, 4(2), 441-453.

Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.

Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita

Budiyono. 2016. *Media Sosial dan Komunikasi Politik: Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada DKI Jakarta 2017*. *Jurnal Komunikasi P-ISSN: 1907- 898X, E-ISSN: 2548-7647 Volume 11, Nomor 1, Oktober 2016*

Farisa, F. C. (2022, Oktober 4). *Perjalanan Nasdem Cari Capres 2024: Dari Ganjar Pranowo, Andika Perkasa, Berlabuh ke Anies Baswedan*. Kompas.com.

<https://nasional.kompas.com/read/2022/10/04/06000071/perjalanan-nasdem-cari-capres-2024-dari-ganjar-pranowo-andika-perkasa>

Gelora.Co , (2022). 'Pendukung Anies Sangat Kecil', Pengamat Sarankan NasDem Evaluasi Pengusungan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden Diakses pada 11 November 2022, dari <https://www.gelora.co/2022/11/pendukung-anies-sangat-kecil-pengamat.html?m=1>

Gunawan, R. H. (2020). *Saluran Komunikasi Politik dalam Pembangunan Demokrasi pada Pemilu Legislatif DPR-RI di Kota Bogor 2019*. Jurnal Komunikasi Pembangunan, 18(02), 141-151.

Himso.id. (2021). Saluran atau Media Komunikasi Politik. Diakses pada 5 Desember 2022, dari <https://himso.id/saluran-atau-media-komunikasi-politik/>
<https://eprints.uny.ac.id/18549/3/BAB%20II%2010401244034.pdf>

Indrawan, R. M. J. (2017). *Dampak komunikasi politik dan opini publik terhadap perilaku masyarakat*. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 16(2), 171-179.

Kurniawan, I. G. H., & Arianto, H. (2020). *Polemik Pembatasan Masa Jabatan untuk Jabatan Publik di Indonesia Terkait dengan Demokrasi dan Pancasila*. Lex Jurnalica, 17, 264-270.

Raharjo, A. (2022, Oktober 22). Pengamat: Anies Temui Jokowi Demi Hilangkan Citra
BerseberanganRepublika.co.id.
<https://www.republika.co.id/berita/rk4v64436/pengamat-anies-temui-jokowi-demi-hilangkan-citra-berseberangan>

Santoso, D. H. (2018). *Media dan Komunikasi Politik (Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik)*.

Shahreza, M. (2018). *Pengertian Komunikasi Politik*.

Siagian, H. F. (2015). *Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik*. Jurnal Al-Khitabah, 2(1).

Syarief, F. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby)*. Jurnal Komunikasi, 8(3).