

PENDEKATAN PUBLIC RELATIONS POLITIK DI MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN CITRA POLITIK

Masri Yanti Sahputri¹, Husrina Huwaida², Esa Dwi Andika³, Nabila Alfauziah⁴, Ainur Fadhilah⁵, Nurul Fidaris⁶, Muhammad Rahmatul Burhan⁷

Abstrak: Penelitian mengenai komunikasi politik dalam membentuk citra politik dengan menggunakan media sosial masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui fenomena politisi yang menggunakan media sosial dalam membentuk citra politiknya. Menilik pola interaksi netizen dan politisi dalam konteks ini, kita menemukan Anies Rashid Baswedan terpilih sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2017 hingga 2022, di akun Instagram @aniesbaswedan berjumlah 4.444 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mendukung pengambilan konten dalam bentuk gambar dan teks yang relevan serta teknik wawancara untuk membuat narasi yang menggambarkan hubungan yang terjalin antara pengguna Internet dan pemerintah atau politisi. Temuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Tiga tema utama yang membentuk citra Anies: reputasi kinerja, agama (Islam), dan politik pribadi. Hal inilah yang membentuk pola hubungan komunikasi Anies Baswedan dengan netizen (pengguna media sosial). Media Sosial Tergolong Instagram atau pola komunikasi sekunder, dapat digolongkan ke dalam lima tipologi pengguna internet yang masing-masing memiliki karakteristik tersendiri, berdasarkan 4.444 unggahan Anies. Di dalamnya juga menggambarkan pendekatan PR politik yang dilakukan Anies dalam membentuk citra diri dengan mengunggahnya ke akun @aniesbaswedan.

Kata Kunci: Humas Politik, Komunikasi Politik, Media Sosial.

Abstract: Research on political communication in forming political images using social media is still very limited. Therefore, this research was conducted to determine the phenomenon of politicians using social media to shape their political image. Looking at the interaction patterns of netizens and politicians in this context, we find that Anies Rashid Baswedan was elected as Governor of DKI Jakarta for the period 2017 to 2022, on the Instagram account @aniesbaswedan numbering 4,444 people. The method used in this research supports content retrieval in the form of relevant images and text as well as interview techniques to create narratives that describe the relationship that exists between Internet users and the government or politicians. The findings of this research are as follows: Three main themes shape Anies' image: performance reputation, religion (Islam), and personal politics. This is what forms Anies Baswedan's communication relationship pattern with netizens (social media users). Social Media, including Instagram or secondary communication patterns, can be classified into five typologies of internet users, each of which has its own characteristics, based on Anies' 4,444 uploads. It also describes the political PR approach that Anies took in forming his self-image by uploading it to the @aniesbaswedan account.

Keywords: Political Public Relations, Political Communication, Social Media.

PENDAHULUAN

Pendekatan Public Relations (PR) dalam konteks politik telah berkembang pesat, terutama sejak munculnya media sosial sebagai platform komunikasi utama. Media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan YouTube kini menjadi alat strategis dalam kampanye pemilu politik dan membangun citra politisi dan partai politik. Melalui media sosial, politisi dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat, membentuk narasi politik yang diinginkan, dan mengelola opini publik dengan lebih efektif. Hal ini sesuai dengan teori humas kontemporer yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah antara politisi dan masyarakat dalam membangun hubungan

yang berkelanjutan (Grunig & Hunt, 1984).

Pendekatan PR politik melalui media sosial berbeda dengan media tradisional karena sifatnya yang interaktif, real-time, dan langsung. Politisi dapat merespons dengan cepat isu-isu publik, menanggapi kritik, dan berbagi keberhasilan serta rencana mereka. Proses ini memungkinkan terciptanya citra politik dinamis yang memungkinkan politisi membentuk persepsi positif, menggalang dukungan, dan membangun loyalitas melalui konten yang diunggah secara rutin. Di sisi lain, media sosial juga mempunyai potensi risiko, seperti penyebaran berita palsu (misinformasi) dan kontroversi viral, yang dapat dengan cepat mencoreng citra politik seseorang (Kruikemeier, 2014).

Strategi PR politik dalam konteks ini fokus tidak hanya pada penyampaian pesan yang tepat, namun juga pada manajemen krisis, analisis kelompok sasaran, dan penggunaan influencer dan selebriti untuk memperkuat pesan. Media sosial juga memungkinkan politisi untuk menargetkan khalayak tertentu melalui algoritma yang dibangun dalam platform, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pesan kepada kelompok pemilih yang berbeda berdasarkan usia, lokasi, atau preferensi politik (Enli, 2017).

Penggunaan data besar dan analisis media sosial semakin menyempurnakan strategi ini, sehingga memungkinkan para politisi untuk menyempurnakan kampanye mereka berdasarkan tanggapan langsung dari masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi politik melalui media sosial berperan penting dalam membentuk citra politik yang fleksibel dan interaktif serta mengubah cara politisi dan pemilih berkomunikasi di era digital.

METODE PENELITIAN

Metode literatur digunakan sebagai metode penelitian. Menurut Bungin (2008), bibliografi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sedangkan Sugiyono (2004) menyatakan bahwa sastra adalah catatan peristiwa masa lalu yang berupa teks, lukisan, dan karya monumental lainnya. Metode ini bertujuan untuk memberikan wawasan terhadap studi empiris yang dilakukan terhadap media pembelajaran yang menggunakan pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. (Setiawan et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hubungan resipokal

Bagi mereka yang mengandalkan rasionalitas dalam memilih pemimpin pemerintahan, hubungan antara kinerja, citra, dan reputasi politisi merupakan pertimbangan penting. Sekalipun mereka tidak didukung oleh citra kandidat yang positif, atau yang sering kita sebut dengan “rekam jejak” saat ini, mereka setidaknya diakui mampu memenuhi janjinya dan menyelesaikan pekerjaannya. Kandidat dapat dipilih selama kampanye pemilu dan kuncinya adalah memberikan informasi kepada pemilih. Sebab (sebelum menjamurnya media sosial berbasis internet) profil seorang kandidat tidak mungkin tercapai tanpa dukungan arus informasi yang kuat, banyak dan konsisten melalui media tradisional, baik media cetak maupun elektronik. Informasi mengenai rekam jejak calon juga tidak dicantumkan dalam profil calon, kecuali masyarakat umum yang sudah pernah mengalami langsung pemblokiran pembangunan pulau reklamasi di Teluk Jakarta jika di bawah kepemimpinan calon saya tidak melakukannya bahkan punya gambarannya. (Setiawan et al., 2021)

Pada 7 Juni 2018, media sosial ramai dengan konten termasuk keputusan penutupan pulau TPA di Teluk Jakarta, terutama di channel Instagram Anies yang membagikan aktivitas penutupan pulau TPA tersebut. Persepsi penutupan pulau reklamasi merupakan salah satu janji kampanye Anies saat Pilkada DKI Jakarta menuai beragam pendapat di kolom komentar. Meski sebagian masyarakat sangat bangga dengan pencapaian Anies, namun banyak juga yang bertanya-tanya apakah kebijakan tersebut hanya sekedar pencitraan belaka. Penggunaan material sisa dianggap sebagai sebuah pulau. Konsistensi struktural yang terjalin dalam unggahan ini berupa gambar spanduk besar yang dipasang di pulau reklamasi bertuliskan "PERINGATAN, LOKASI INI DITUTUP," yang ditulis Anies dalam unggahan tersebut. Anak besar, anak kuat, dan anak kecil semuanya harus mengikuti aturan dan itu tertutup rapat. Konsistensi penting yang terjalin dalam unggahan ini adalah bahwa apa yang dilakukan Anies dalam konteks ini merupakan pemenuhan janji kampanye yang diucapkan saat kampanye Pilgub DKI 2017. Anies menegaskan, reklamasi akan dihentikan, meski ada partai politik yang melakukan reklamasi. Saya menolak ini. (Artikel Muhammad Rafei, n.d.)

Meski unggahan ini memperkuat aspek konsistensi materi, namun jawaban sebaliknya beranggapan pengesahan Pergub DKI Nomor 58 Tahun 2018 dinilai bertentangan dengan hal di atas, kurang konsisten. Namun, perlu juga membaca secara komprehensif peraturan yang diterbitkan oleh pengguna internet. Peraturan Gubernur tersebut bukan berarti pulau-pulau reklamasi akan dikembangkan lebih lanjut, melainkan pulau-pulau reklamasi tersebut akan dimanfaatkan untuk kepentingan umum dengan pengawasan pemerintah Pemda DKI, bukan hak pengembang. Oleh karena itu, para penganjur kebijakan ini meyakini bahwa cerita yang disampaikan tidak lepas dari materi narasi yang dikonstruksi. Unggahan ini juga mengungkap konsistensi ketiga. Dengan kata lain, Anies secara karakter konsisten sebagai sosok yang patuh pada aturan dan mendampingi rakyat. Teks asli unggahan tersebut adalah sebagai berikut: "Ini adalah negara kami, dan perairan di bawah kami telah diambil alih " Jika Anda membangun di situs ini, Anda harus mematuhi semua undang-undang dan peraturan di negara asal Anda 932 bangunan didirikan tanpa IMB dan tanpa izin." Peralpnya, sosok Anies tidak pernah digambarkan atau digambarkan sebagai sosok yang melanggar aturan atau tidak menaati hukum, meski sedang berkampanye . Isu korupsi pada pameran buku di Jerman menimbulkan pertanyaan apakah Pak Agnes harus dicopot dari jabatan menteri. Kasus ini sebenarnya tidak berkembang. (Setiawan et al., 2021)

2. Relasi Dengan Umat Muslim

Anis Baswedan sendiri kerap mengunggah konten yang menampilkan tokoh agama, khususnya tokoh Islam. Di akun Instagram @aniesbaswedan, Anies mengunggah aktivitasnya belajar (mengaji), mengikuti kegiatan keagamaan Islam seperti Tablighaqqbar, dan berteman dengan tokoh agama dari dalam dan luar negeri. Namun, berdasarkan wawancara peneliti dengan para pemangku kepentingan, yang paling diingat warganet adalah kegiatan keagamaan di Monumen Nasional (Monas) Jakarta pasca DKI memenangkan Pilkada Jakarta pada 2017. Kehadiran Anies dan inisiatif penataan kembali keputusan ini diapresiasi oleh masyarakat dan pengguna internet, hal ini terlihat pada acara Maulid Nabi Muhammad Salahullah Alaihi Wasallam yang diunggah oleh Habib Lutfiin Yahya pada 27 November 2017 disertai dzikir dan tausia. Unggahan tersebut menarik perhatian netizen dengan mendapat 51,2 ribu suka dan 1.364 komentar (10 Desember 2018). Dalam unggahan tersebut, Anies menyebut pada pemerintahan sebelumnya terdapat peraturan zonasi yang tidak memperbolehkan hal serupa dengan Surat Keputusan (SK) Gubernur, dan peraturan Pemda DKI Jakarta yang memperbolehkan Tugu Monas sebagai tempat ibadah. DKI Jakarta Nomor 150 Tahun 1994 tentang

Penempatan Iklan di Kawasan Taman Medan Merdeka. Selain itu, ada Keputusan Gubernur DKI Jakarta Nomor 14 Tahun 2004 tentang Penyelenggaraan Bentuk Reklame dan Reklame. (Anggraini et al., 2022)

Oleh karena itu, dukungan umat Islam terhadap Anies harus dibarengi dengan kebijakan yang juga bermanfaat bagi umat Islam salah satunya dengan membuka kawasan Monas sebagai tempat acara keagamaan. Namun tidak hanya diperuntukkan bagi umat Islam, namun juga terbuka bagi seluruh masyarakat yang berbeda agama yang diakui oleh negara Republik Indonesia atau pedoman lainnya. (Latuperissa, 2022)

3. Politik Personal, keluarga dan Citra

Kedekatan Anees Baswedan dengan keluarga kerap diunggah Anies di media social bukan hanya kedekatannya dengan anak dan istri (keluarga inti), tapi juga kedekatannya dengan orang tuanya, terutama ibu kandungnya, Profesor Dr. Aliya Rasyid Baswedan salah satunya diunggah pada 7 Mei 2018, bertepatan dengan hari ulang tahun Anies, unggahan ini menarik perhatian netizen dengan mendapat 110.000 suka dan 5.336.000 komentar (per 11 Oktober 2019). Ada beberapa unggahan lain soal kemesraan Agnes dan ibunya yang juga menyedot perhatian warganet, unggahan di bawah ini mendapat total 94.000 suka dan 2,54 komentar. Terlihat Anies berangkat kerja ditemani ibunya, alternatifnya, unggahan Agnes dan ibunya yang berbelanja di Pusat Perbelanjaan Thamrin City menjelang Idul Fitri kembali menarik perhatian netizen dengan 109.000 suka dan 3.676 komentar. Anies Baswedan membuat cerita tentang ibunya dan beberapa kali mengunggahnya di akun Instagram miliknya, bangun konsistensi dengan kunci kedua: konsistensi material. Kedekatan Anies dengan ibunya membentuk pengetahuan atau persepsi bahwa Agnes merupakan sosok yang dekat dengan keluarganya, termasuk ibunya. Hal ini menciptakan citra positif ibu sebagai sosok yang diagungkan dalam agama dan budaya Indonesia, seperti ungkapan terkenal, "Surga ada di telapak kaki ibu". Dengan konsistensi tersebut, Agnes pun membentuk konsistensi ketiga: konsistensi karakter, yang mengacu pada dapat dipercayanya tokoh-tokoh dalam cerita kepribadian Anise adalah sopan dan selalu menunjukkan rasa keakraban. (Enli, 2017)

4. Pola Komunikasi antara Anies dan Netizen

Dalam (Djamrah, 2004), pola komunikasi diartikan sebagai suatu bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih yang mengirim dan menerima dengan cara yang benar sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sedangkan dalam Kamus Online Bahasa Indonesia, pengertian timbal balik adalah timbal balik/re·sip·ro·kal/ /résiprokal/ karena Ling bersifat timbal balik (kbbi.web.id). Jika keduanya digabungkan, secara sederhana dapat digambarkan sebagai suatu bentuk hubungan antara dua orang atau lebih yang mengirim dan menerima dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti dan timbal balik. Dalam pemeriksaan ini, pengirim pesan tersebut adalah Anies Baswedan yang menggunakan akun @aniesbaswedan untuk mengirimkan pesan kepada netizen di media sosial Instagram dalam bentuk gambar dan konten teks media sosial Instagram dimanfaatkan warganet dan warganet untuk memberikan respon berupa like dan komentar terhadap unggahan yang dikirimkan dari akun @aniesbawedan. Komunikasi antara kedua pihak memungkinkan mereka bertukar peran sebagai pengirim dan penerima pesan keluar dari pemaparan hasil penelitian di atas secara sederhana pola hubungan yang terbentuk antara Anies dan Netizen dapat digambarkan melalui gambar dibawah ini.



Gambar 1 : Pola Hubungan Komunikasi resiprokal antara Anies Baswedan dengan Netizen di Akun Instagram @aniesbaswedan

Pola Hubungan Komunikasi resiprokal antara Anies Baswedan dengan Netizen di Akun Instagram @aniesbaswedan Sumber: Tesis: Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial (Analisis Pembentukan Citra Politik di Akun Instagram @aniesbaswedan), Universitas Muhammadiyah, Jakarta (2019) Dari pola komunikasi yang demikian, dapat diturunkan klasifikasi beberapa tipe (tipologi) dari netizen dari komentar-komentar yang disampaikan netizen di akun @aniesbaswedan, sebagai bentuk respon netizen terhadap unggahan yang disampaikan oleh Anies Baswedan pada akun @aniesbaswedan sebagai berikut: Tabel 4.1 Tipologi Netizen di akun @aniesbaswedan Sumber: Tesis: Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial (Analisis Pembentukan Citra Politik di Akun Instagram @aniesbaswedan).

KESIMPULAN

Pendekatan public relations (PR) politik melalui media sosial memainkan peran penting dalam pembentukan citra politik yang kuat dan konsisten. Dengan memanfaatkan interaksi langsung, konten visual dan emosional, microtargeting, serta manajemen krisis yang cepat dan tepat, media sosial memungkinkan politisi dan partai politik untuk lebih dekat dengan publik, mengendalikan narasi, serta mempengaruhi opini publik secara efektif. Selain itu, penggunaan data dan analisis sentimen publik memungkinkan tim PR politik untuk melakukan penyesuaian strategi secara real-time, memastikan bahwa citra politik tetap relevan dan positif di mata pemilih. Dalam konteks kampanye modern, penguasaan media sosial menjadi kunci dalam memenangkan hati dan suara publik.

DAFTAR PUSTAKA

- (Setiawan et al., 2021) Anggraini, D., Ariesta, A. W., & Wuryanta, A. G. E. W. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden Ri 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.1-12>
- Artikel Muhammad Rafei. (n.d.).
- Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50–61. <https://doi.org/10.1177/0267323116682802>
- Latuperissa, A. A. A. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 9–17. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1015>
- Setiawan, A., Rahmattullah, M., Ratumbusang, M. F. N. G., Rizky, M., & Mustofa, A. (2021). Peningkatan Efektivitas Pembelajaran dengan Moodle sebagai Media Pembelajaran: Metode Literatur. *PAKIS (Publikasi Berkala Pendidikan Ilmu Sosial)*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.20527/pakis.v1i2.3980>