

## **KAMPANYE POLITIK ANIS BASWEDAN MELALUI TWITTER SEBAGAI CALON PRESIDEN PADA GENERASI Z**

<sup>1</sup>Sugeng Wahyudi, <sup>2</sup>Ahmad Fadel

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, Jakarta

<sup>2</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional, Jakarta

### **Abstrak**

Menjelang pemilihan presiden pada tahun 2024, para kandidat calon presiden mulai melaksanakan kampanye politik. Kampanye yang dahulu hanya bisa dilaksanakan secara konvensional seperti tatap muka dan melalui media elektronik kini dapat dilakukan melalui media sosial. Anies Baswedan adalah salah satu tokoh politik yang memanfaatkan twitter sebagai media untuk kegiatan kampanye politik. Twitter dimanfaatkan sebagai media kampanye dibandingkan media sosial lainnya karena penggunaannya yang mudah dan sederhana sehingga lebih cepat dalam penyampaian informasi. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang kampanye politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan sebagai calon presiden melalui twitter kepada generasi Z yang notabene adalah pengguna twitter yang paling banyak dan berpengaruh. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sementara teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan kampanye politik melalui twitter @aniesbaswedan menggunakan komunikasi persuasive pada konten konten yang diunggah diantaranya, konten kegiatan safari politik, rekam jejak kinerja dan konten simpati empati. Kampanye politik yang dilakukan mempersuasi generasi Z untuk memberikan dukungan kepada Anies Baswedan sebagai calon presiden pada tahun 2024. Dari 6 Informan Generasi Z, 4 setuju bahwa kampanye politik anies baswedan melalui twitter berhasil dan 2 informan menyatakan tidak berhasil.

Kata kunci: Kampanye, Politik, Twitter, Anies Baswedan, Citra

### **Abstract**

*Ahead of the presidential election in 2024, presidential candidates have begun to carry out political campaigns. Campaigns that previously could only be carried out conventionally such as face-to-face and through electronic media can now be carried out through social media. Anies Baswedan is one of the political figures who utilizes Twitter as a medium for political campaign activities. Twitter is used as a campaign media compared to other social media because of its easy and simple use so that it is faster in delivering information. This study aims to examine the political campaign conducted by Anies Baswedan as a presidential candidate through Twitter to generation Z, which is the most numerous and influential twitter users. The research method uses descriptive qualitative. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. While data analysis techniques use data reduction, data presentation and conclusion. The results of this study indicate that political campaign activities through twitter @aniesbaswedan use persuasive communication in the uploaded content, including the content of political safari activities, performance track records and sympathy and empathy content. The political campaign carried out persuaded Generation Z to provide support to Anies Baswedan as a*

*presidential candidate in 2024. Of the 6 Generation Z informants, 4 agreed that the political campaign of Anies Baswedan through Twitter was successful and 2 informants stated that it was not successful.*

*Keywords: Campaign, Politics, Twitter, Anies Baswedan, Image*

## **PENDAHULUAN**

Menjelang pemilihan presiden Republik Indonesia pada tahun 2024 mendatang, para kandidat calon presiden mulai melaksanakan kampanye politiknya. Dalam kajian ilmu komunikasi, kampanye adalah penyebaran informasi atau ide atau gagasan sementara dalam kajian komunikasi politik, kampanye dilakukan untuk memobilisasi dukungan terhadap suatu hal atau seorang kandidat. (Fatmawati, 2017) Kampanye politik dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut: 1) melakukan persuasi pihaklain untuk dapat menerima, memodifikasi atau menolak ide, sika, tindakan praktis dan perilaku tertentu; 2) Upaya propaganda terhadap mpemberi suara yang potensial 3)menciptakan efek tertentu padasejumlah besar dan memengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan. (Wahid, 2016). Pada dasarnya kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi, yaitu mengajak dan mendorong publik untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan dapat secara sukarela maupun melibatkan unsur paksaan.

Di era kemudahan teknologi informasi dan komunikasi saat ini ini banyak dimanfaatkan oleh para kandidat calon pemimpin untuk melaksanakan kampanye di mata masyarakat melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twiter, Whatsapp dan lain sebagainya. (Febri, Suryanef, Hasrul, & Irwan, 2022) . Melalui media sosial kelompok-kelompok masyarakat yang berjumlah besar dan longgar mampu Bersatu untuk melakukan gerakan massa seperti gerakan politik atau kampanye tanpa harus membentuk organisasi formal. (Ardha, 2014). Twitter merupakan sebuah media sosial yang memiliki fitur tweet (menyiarkan status mereka) retweet (menyiarkan ulang status seseorang), mempromosikan tautan yang dapat membaawa ke URL lain, hastag dan line yang dapat digunakan untuk membangun hubungan antar individu, berkomunikasi dua arah, serta sebagai tempat diskusi secara lebih cepat dibandingkan dengan fecebook dan media sosial lainnya. (Emeraldien, Sunarsono, & Alit, 2019)

Anies Baswedan adalah salah satu politikus yang menggunakan sosial media khususnya twitter sejak bulan Februari tahun 2010. Dengan adanya twitter ini, masyarakat dapat melihat langsung kegiatan yang dilakukan oleh Anies baswedan Akun dengan nama @aniesbaswedan jumlah pengikut sebanyak 4,8 juta.

Gambar 1 Akun Twitter Anies Baswedan



Tokoh politik Anis Baswedan menarik diteliti karena menurut riset kata data pada tahun 2020. Anies Baswedan menjadi tokoh yang paling populer di media online, dimana Namanya disebut sebanyak 361.329 kali (Ousparisa, 2020). Sementara menurut hasil riset *Institute Continuum for Development of Economics and Finance* (Indef) selama bulan Juli hingga September 2022 data tokoh paling populer yang sering diperbincangkan di media sosial adalah Anies Baswedan, yakni sebanyak 276.202 dibandingkan para politik lainnya. Sementara tokoh yang paling banyak diperbincangkan sebagai capres di medsos twitter adalah Anies Baswedan sebanyak 9.024 paling tinggi dibandingkan nama lainnya. Namun Indef mencatat bahwa dari persentase perbincangan yang positif di media sosial tersebut mencatat bahwa Anies Baswedan mempunyai presentasi yang sangat rendah dibandingkan capres lainnya. (Satryo, 2022)

Dilihat dari persentase tersebut, dapat disimpulkan bahwa Anies Baswedan merupakan salah satu tokoh politik yang ramai diperbincangkan di media sosial, namun perbincangan tersebut bukan perbincangan yang positif. Karena perbincangan positif yang dibangun di media sosial untuk Anies Baswedan sendiri masih sangatlah rendah.

Sementara itu pengguna twitter di indonesia saat ini didominasi oleh generasi Z dengan presentase sebesar 43%. (Nisriyana, 2022). Hasil Survei Litbang Kompas periode Januari 2023 menunjukkan bahwa antusiasme generasi Z dalam partisipasi politik di ada di angka 67%, menggunakan hak pilih pada pemilihan presiden sebanyak 8,6%, dan tidak menjadi bagian dari kelompok antipasti terhadap proses pemilu. (Harsono, 2023) Generasi Z dapat berperan aktif dalam menggunakan sosial media twitter, seperti memberikan opini mengenai kinerja Anies Baswedan, menganalisis mengenai opini warganet serta dapat berinteraksi langsung antar sesama warganet. Interaksi tersebut merupakan interaksi dua arah, dimana adanya komunikasi antara komunikator dan komunikan. Interaksi yang terjadi dapat membentuk sebuah citra dari masyarakat mengenai Anies Baswedan. Citra positif sangatlah penting untuk anggota politik dan partai politiknya itu sendiri, Oleh karena itu akun twitter @aniesbaswedan dapat dijadikan sebagai media kampanye ke masyarakat untuk mendapatkan citra baiknya dan mendapat dukungan masyarakat generasi Z.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menghasilkan data deskriptif karena peneliti menganggap bahwa permasalahan pada penelitian ini cukup dinamis, sehingga data yang diperoleh oleh narasumber dapat disaring dengan metode ulang lebih alamiah yakni dengan wawancara secara langsung maupun secara daring dengan para narasumber.

Teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik tersebut diharapkan akan menghasilkan data yang didapatkan dari informan akan terkumpul lebih maksimal. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel ini berdasarkan dengan tujuan. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang tepat pada pemilihan informan. Peneliti memilih generasi Z yang mengikuti perkembangan sosial media twitter @aniesbaswedan.. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 27.94% penduduk di dalam negeri berasal dari generasi kelahiran 1997-2012. Oleh karena itu peneliti

memutuskan untuk memilih informan generasi Z dan mengerucutkan kembali kepada mahasiswa Universitas Nasional, Universitas Indraprasta, Universitas Negeri Jakarta, angkatan 2019-2022. Khususnya mahasiswa DKI Jakarta dan mengikuti akun twitter @aniesbaswedan dan followers akun twitter @aniesbaswedan.

**Tabel 1 : Informasi Informan Penelitian**

Nama	Status	Latar Belakang	Usia
Jamaludin Septian	Mahasiswa Universitas Indraprasta	Sebagai mahasiswa universitas Indraprasta	23
Muhamad Ainul Hikam	Mahasiswa Universitas Nasional	Sebagai mahasiswa Universitas Nasional jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	24
Raka	Pengikut Akun twitter @aniesbaswedan	Sebagai Pengikut akun twitter @aniesbaswedan	22
Irvan Arfiyanto	Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta	Sebagai mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, dengan jurusan sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial	24
Faizal Baihaqi	Mahasiswa Universitas Nasional	Sebagai mahasiswa Universitas Nasional jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	22
Tiorigan	Pengikut Akun twitter @aniesbaswedan	Sebagai Pengikut akun twitter @aniesbaswedan	23

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa informan terdiri dari berbagai mahasiswa dari beberapa universitas dan pengikut akun twitter @aniesbaswedan. Para informan tersebut mempunyai umur yang bervariasi antara 21 hingga 25. Dimana usia tersebut merupakan usia yang memasuki kategori Generasi Z, Dimana generasi Z merupakan generasi kelahiran tahun 1995 hingga 2010. (Sing & Dangmei, 2016) Oleh karena itu, informan ini cukup relevan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman, model ini terdapat terdiri dari 3, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. (Salim & Syahrums, 2016)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Kampanye Politik Menggunakan Komunikasi Persuasif melalui akun Twitter @aniesbaswedan**

Komunikasi persuasif merupakan salah satu upaya untuk mendapatkan dukungan seseorang kepada seorang yang ingin dituju. Komunikasi persuasif tersebut dapat terjadi apabila, komunikasi strategis yang dibangun dapat berjalan dengan sesuai rencana yang telah dibentuk. Salah satu bentuk untuk mendapatkan komunikasi persuasif yang diinginkan ialah dengan cara mengunggah kegiatan Anies Baswedan secara masif.

Setiap unggahan yang diunggah oleh akun twitter @aniesbaswedan ini dapat membangun agar Anies Baswedan tidak tenggelam oleh fenomena-fenomena yang terjadi pada saat ini. Dari hasil penelitian yang didapatkan, bahwa unggahan yang diberikan oleh akun twitter @aniesbaswedan mempunyai unggahan yang berkualitas, unggahan yang dimaksud berkualitas ialah, unggahan yang menjelaskan mengenai kegiatan dan hasil rekam jejak Anies Baswedan.

Unggahan rekam jejak tersebut dapat mempersuasif seseorang untuk memberikan dukungan kepada Anies. Dari data yang didapatkan melalui hasil wawancara dengan informan, Unggahan rekam jejak tersebut dapat membangun kepercayaan terhadap kinerja beliau terlebih masyarakat di luar Jakarta yang tidak merasakan perubahan secara langsung di Jakarta. Rekam jejak tersebut dijadikan sebagai senjata untuk maju menjadi calon presiden 2024.

Dari hasil observasi yang didapatkan bahwa akun twitter @aniesbaswedan melakukan unggahan secara masif setiap harinya dan rata-rata setiap harinya unggahan yang diunggah oleh akun twitter @aniesbaswedan mencapai dua sampai tiga kali.

Postingan akun twitter @aniesbaswedan tersebut merupakan unggahan yang menarik untuk informan. Dimana unggahan tersebut meliputi kegiatan Anies baswedan, rekam jejak Anies Baswedan, Ucapan mengenai moment-moment tertentu, melakukan retweet dan melakukan verifikasi apabila mendapatkan hoax di media sosial mengenai Anies Baswedan. Menurut hasil penelitian yang didapatkan,

unggahan tersebut mempunyai daya tarik yang tinggi, karena komunikasi dapat melihat mengenai apa saja yang dilakukan oleh Anies Baswedan dan komunikasi dapat berpikir secara interpretatif terhadap unggahan yang diunggah Akun twitter @aniesbaswedan mengunggah mengenai kegiatan Anies Baswedan, sebagai berikut:

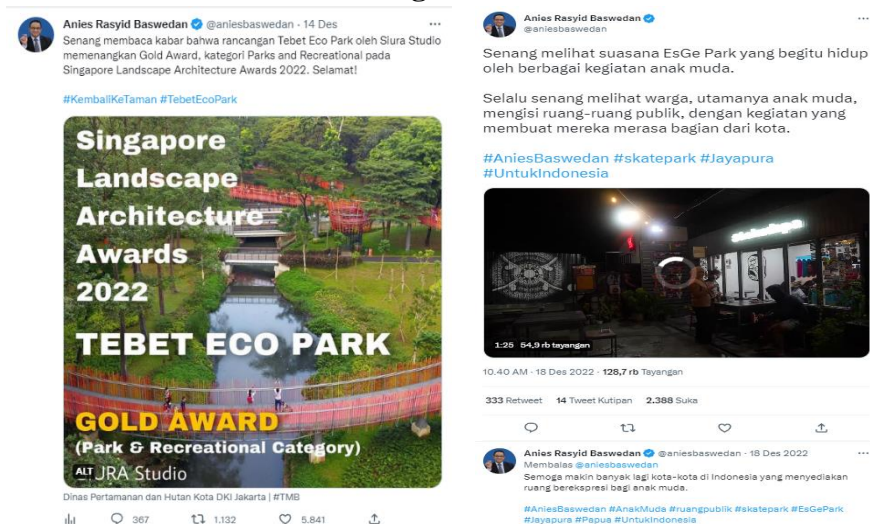
### 1. Kegiatan Safari Politik Anies Baswedan

**Gambar 2. Postingan twitter @aniesbaswedan**



### 2. Rekam Jejak Kinerja Anies Baswedan ketika menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta.

**Gambar 3. Postingan twitter @aniesbaswedan**



3. Ucapan seperti belasungkawa atau kebahagiaan ketika ada moment tertentu.

**Gambar 4 Postingan twitter @aniesbaswedan**



4. Melakukan retweet dari akun twitter lain yang mengunggah kegiatan Anies Baswedan.
5. Untuk melakukan verifikasi ketika ada postingan hoax yang menyudutkan Anies Baswedan.

Unggahan akun twitter @aniesbaswedan tersebut dapat memunculkan kredibilitas atau kepercayaan masyarakat terhadap sesuatu yang dilihatnya. Kepercayaan tersebut dapat terbangun dari apa yang dia lihat pada unggahan tersebut, bagaimana foto, video atau caption yang dibangun oleh akun twitter @aniesbaswedan tersebut. Akun twitter @aniesbaswedan cukuplah menarik untuk diikuti. Generasi Z saat ini cukup berperan aktif dalam menggunakan twittemya pada akun twitter @aniesbaswedan tersebut, keaktifan tersebut meliputi menyukai unggahan tersebut, berkomentar pada unggahan tersebut, dan meretweet unggahan tersebut.

Keaktifan generasi Z dalam menggunakan twitter dapat dikatakan bahwa secara tidak langsung mereka akan membuat Anies Baswedan menjadi topik yang sedang hangat diperbincangkan. Dengan kata lain akun twitter @aniesbaswedan berhasil dalam mempersuaf masyarakat untuk mendukung Anies Baswedan



khususnya generasi Z, karena mereka berperan aktif mengenai unggahan-unggahan yang diunggah oleh akun twitter @aniesbaswedan tersebut.

Paradigma-paradigma yang dibangun oleh akun twitter @aniesbaswedan, dengan cara mengunggah unggahan yang realistis atau kehidupan nyata dari sisi Anies Baswedan dapat dikatakan berhasil, keberhasilan tersebut dapat memberikan sudut pandang generasi Z sendiri terhadap Anies Baswedan, sudut pandang yang terbentuk ialah sebagai berikut;

1. Anies Baswedan mempunyai rekam jejak yang cukup baik untuk maju menjadi Calon Presiden
2. Anies Baswedan mempunyai peran banyak di perkembangan Jakarta dalam berbagai hal
3. Anies Baswedan merupakan sosok yang intelektual dan berintegritas tinggi
4. Dengan unggahan-unggahan ketika Anies Baswedan sedang blusukan membuat citra Anies Baswedan tidak menutup mata dari keadaan sekitar.

### **Image Building Anies Baswedan sebagai bentuk keberhasilan kampanye di media sosial**

**Tabel 2 Hasil Wawancara dengan Informan**

Nama	Image Building
Informan 1	Citra anies baswedan yang dibangun di akun twitter @aniesbaswedan sudah berhasil.
Informan 2	Sebagai pembangun citra agaknya hal tersebut seperti sesuatu yang dipaksakan.
Informan 3	Membangun kepercayaan terhadap kinerja beliau.
Informan 4	Banyak hal yang dipaksakan untuk membentuk citra baiknya.
Informan 5	Pembentukan citra Anies melalui Twitternya berhasil
Informan 6	Berhasil dalam membangun citra Anies Baswedan

Hasil wawancara menunjukkan bawa empat responden diatas dapat akun twitter @aniesbaswedan sudah cukup berhasil dalam membentuk citra Anies

Baswedan sebagai calon presiden, keberhasilan akun tersebut dikarenakan unggahan-unggahan sebagai berikut:

- a. Rekam jejak kinerja merupakan sebuah bukti nyata mengenai hasil kinerja yang telah dilakukan
- b. Kegiatan blusukan ke masyarakat
- c. Tweet yang membangun kesan baik dan menyentuh hati masyarakat

Hal tersebut merupakan salah satu akselerasi strategi komunikasi yang dibangun untuk mendapatkan persuasif masyarakat dalam membentuk citra Anies Baswedan. Rekam jejak merupakan sebuah bukti nyata yang terpampang jelas didepan mata.

Namun peneliti mendapatkan dua informan yang kontra terhadap keberhasilan akun twitter @aniesbaswedan dalam membentuk citra Anies Baswedan. Informan berpendapat bahwa pembentukan citra yang dibangun oleh tim Anies Baswedan melalui akun twitter @aniesbaswedan ini terlalu dipaksakan karena banyak program kerja Anies Baswedan yang belum diselesaikan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan data penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan kampanye politik anies baswedan kepada generasi Z menggunakan komunikasi persuasive melalui konten-konten yang di unggah pada akun twitter @aniesbaswedan. Kampanye politik dengan strategi komunikasi persuasive pada akun twitter @aniesbaswedan turut membentuk citra positif dan mempersuasi generasi Z untuk memberikan dukungan kepada Anies Baswedan sebagai calon presiden pada tahun 2024. Dari 6 Informan Generasi Z, 4 setuju bahwa kampanye politik anies baswedan melalui twitter berhasil dan 2 informan menyatakan tidak berhasil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014. *Jurnal Visi Komunikasi*, 105-120.
- Ardianto, E. (2003). Public Relation Praktis. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Emeraldien, F. Z., Sunarsono, R. J., & Alit, R. (2019). Twitter Sebagai Platform Komunikasi Politik Di Indonesia. *SCAN*, 21-30.
- Fatmawati. (2017). Bunga Rampai Komunikasi Indonesia. In Fatmawati, *Strategi Komunikasi pada Kampanye Politik* (pp. 163-178). *Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta*.
- Febri, R., Suryanef, Hasrul, & Irwan. (2022). Kampanye Politik Melalui Media Sosial oleh Kandidat Calon Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan pada Pilkada Tahun 2020 . *Journal of Civic Education* , 269-277.
- Harsono, H. (2023). Politik Identitas Dan Partisipasi Politik Di Media Sosial: Analisis Model Struktural Pada Generasi Z Di Kota Malang. *Electoral Governance : Tata kelola Pemilu Indonesia*, 166-187.
- Nisriyana, N. A. (2022, October). *Gadgetdiva.id*. Retrieved from *Gadgetdiva.id*: <https://gadgetdiva.id/aplikasi/39225-pengguna-twitter-indonesiaterbanyak-genz/#:~:text=Persentasenya%20sebesar%2043%25.,beririsan%20dengan%20pertumbuhan%20pengguna%20internet>.
- Ousparisa, Y. (2020, Juni). *databoks.katadata*. Retrieved from *katadata*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/18/anies-baswedan-paling-ramai-diperbincangkan-di-media-daring>
- Salim, & Syahrums. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. *Bandung: Citapustaka Media*.
- Satryo, A. (2022, 10). *Republik Merdeka*. Retrieved from Kantor Berita Politik RepublikMerdeka: <https://politik.rmol.id/read/2022/10/31/552452/analisis-data-indef-anies-capres-terpopuler-tapi-citra-positifnya-di-medsos-masih-rendah>
- Sing, A., & Dangmei, J. (2016). Understanding The Generation Z: The Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studie*, 2.
- Wahid, U. (2016). Komunikasi Politik: Teori, Konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.