

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam sebuah lingkup Wilayah daerah di Negara Kesatuan Republik Indonesia terdapat satu orang pemimpin untuk menjalankan pemerintahan. Pemimpin yang berperan dalam mencapai tujuan dalam Visi dan Misi. Pemimpin dalam sebuah daerah berjalan untuk memprakarsai tingkah dan laku sosial dengan mengatur, mengarahkan dan mengorganisir pada upaya/usaha orang lain, melalui usaha dan oposisi. Pada saat perjalanan suatu bentuk pemerintahan wilayah, memiliki Visi dan Misi untuk mampu melakukan pembudayaan, nilai, dan komitmen bersama berdasarkan kepercayaan dari masyarakat. Pemimpin adalah orang yang mampu untuk mempengaruhi dan mengorganisir untuk mencapai suatu tujuan. Pemimpin mempunyai kuasa terhadap masyarakat untuk mengikuti dan mengakuinya. Pemimpin memiliki tujuan berdasarkan Visi dan Misi atau pandangan yang berasal dari dalam diri Sehingga, apa yang terjadi dalam Visi dan Misi tersebut diakui dan diikuti oleh Masyarakat. Secara *etimologi* kata pemimpin mengandung arti mempelopori mengambil langkah atau pemrakarsa pertama (Johannes, 2020).

Kepemimpinan pemerintahan secara geografis Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu Wilayah Provinsi Jawa Timur yang terletak posisi antara $112,5^{\circ} - 112,9^{\circ}$ BT dan $7,3^{\circ} - 7,5^{\circ}$ LS dengan luas wilayah 63.438,53 Ha atau 634,34 km². Ditunjukkan bahwa secara administrasi Wilayah Sidoarjo memiliki batasan meliputi:



Gambar 1. 1 Peta Wilayah Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo

(Sumber: www.Sidoarjokab.go.id)

Wilayah Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo berbatasan langsung dengan:

- Sebelah Utara : Kota Surabaya dan Kabupaten Gresik
- Sebelah Selatan : Kabupaten Pasuruan
- Sebelah Barat : Kabupaten Mojokerto
- Sebelah Timur : Selat Madura

Dilansir dari *website* Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo. Memiliki 18 kecamatan dengan jumlah penduduk sebanyak 1.036.668 laki laki dan 1.027.500 perempuan. Total penduduk Wilayah Sidoarjo berjumlah 2.064.168 (Dua Juta Enam Puluh Empat Ribu Seratus Enam Puluh Delapan). Jumlah penduduk tersebut mewakili Sidoarjo menjadikan sebagai pemerintahan wilayah kabupaten. Memiliki sistem pemerintahan yang sah dengan kabupaten atau kota. Wilayah dipimpin oleh seorang bupati dan wakil bupati yang terbagi menjadi 18 kecamatan untuk secara administrasi kekuasaan. Secara administrasi kecamatan terdapat Desa/Kelurahan. Terdapat 322 Desa dan 31 Kelurahan. (Kab. Sidoarjo Kominfo, 2022).

Kondisi Politik Kabupaten Sidoarjo pada saat diselenggarakan pemilihan kepala daerah. Peralihan kewenangan kepala daerah dari periode sebelumnya ke periode baru dilaksanakan melalui Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) Secara demokrasi. Pada pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sidoarjo yang dilaksanakan pada tahun 2020. Diikuti oleh tiga pasangan calon dari berbagai pengusung partai politik. Seperti pasangan nomor urut satu yaitu Haryo Seokartono dan M. Taufiqulbar pengusung partai Gerindra, Golkar, Demokrat, PPP dan PKS. Pasangan calon nomor urut dua yaitu Ahmad Muhdlor Ali dan Subandi yang diusung dari partai politik fraksi PKB. Pasangan calon nomor urut tiga yaitu Kelana Aprilianto dan Dwi Astutik diusung oleh partai politik PDIP dan PAN. Pada saat pemilihan kepala Daerah Kabupaten Sidoarjo kondisi kepemimpinan mengalami kekosongan karena bupati sebelumnya mengalami kasus korupsi sehingga, terkena operasi tangkap tangan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi. Sedangkan untuk Wakil Bupati Sidoarjo yaitu Nur Ahmad Syaifuddin meninggal karena terkena Covid-19. Pada tahun 2019 - 2020 kepemimpinan bupati dan wakil bupati dengan sistem Penanggung Jawab atau disingkat PJ (Taufiqurrachman & Fauzi, 2021).

Kemenangan pemilihan kepala Daerah Kabupaten Sidoarjo tahun 2020 dimenangkan oleh pasangan nomor urut 2 yaitu Muhdlor Ali dan Subandi. Berdasarkan data rekapitulasi suara yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum Sidoarjo. Pasangan calon nomor urut satu mendapatkan 373.516 suara. Pasangan calon nomor urut dua mendapatkan 387.766 suara. Pasangan nomor urut tiga memperoleh suara sebanyak 212.594. Dilansir dari KOMINFO penetapan pasangan Bupati dan Wakil Bupati Sidoarjo yang telah terpilih pada tahun 2020.

Sehingga, kemenangan pasangan nomor urut 2 yaitu Muhdlor Ali dan Subandi memiliki suara terbanyak dan secara sah memimpin Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo. Pembingkai dalam pemberitaan bupati terpilih Muhdlor Ali berlatar belakang seorang akademisi pendidikan. Dikenal pada masyarakat seorang organisasi pada bidang Gerakan Pemuda Anshor yang merupakan badan otonom dari Nahdlatul Ulama. Muhdlor Ali merupakan anak keenam dari seorang tokoh Nahdlatul Ulama yaitu Agoes Ali Masyhuri (Kab. Sidoarjo Kominfo, 2022).

Pengertian visi berdasarkan Pasal 1 Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 54 Tahun 2010 tentang pelaksanaan peraturan pemerintah nomor 8 tahun 2008 tentang Tahapan, Tata Cara Penyusunan, Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah adalah rumusan mengenai keadaan yang diinginkan pada akhir periode perencanaan. Berangkat dari data dan informasi saat ini, Serta analisis isu-isu strategis yang berkembang dengan memperhitungkan potensi sumber daya dan faktor strategis yang dimiliki oleh masyarakat Kabupaten Sidoarjo, maka, Visi Kabupaten Sidoarjo yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2021- 2026 Kabupaten Sidoarjo ditetapkan sebagai berikut :

Perencanaan kepemimpinan Bupati Sidoarjo Muhdlor Ali dan Wakil Subandi memiliki Visi yaitu terwujudnya Kabupaten Sidoarjo yang Sejahtera, Maju, Berkarakter dan Berkelanjutan. Sedangkan dalam Misi untuk memimpin terdapat Lima Visi dalam kepemimpinan Bupati Sidoarjo tahun 2021-2024 yaitu:

1. Mewujudkan tata pemerintahan yang bersih transparan dan tangkas melalui digitalisasi untuk meningkatkan kualitas publik dan kemudahan berusaha.
2. Membangkitkan pertumbuhan ekonomi dengan fokus pada kemandirian lokal berbasis UMKM, Koperasi, Pertanian, Perikanan, Sektor jasa dan Industri untuk membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan.
3. Membangun infrastruktur ekonomi dan sosial yang modern dan berkeadilan dengan memperhatikan keberlanjutan lingkungan.
4. Membangun SDM unggul dan berkarakter melalui peningkatan akses pelayanan dan bidang pendidikan, kesehatan serta kebutuhan dasar lainnya.
5. Mewujudkan masyarakat religius yang berpegang teguh pada nilai nilai keagamaan serta, mampu menjaga kerukunan sosial antar warga. Visi dan Misi pada dasarnya ditujukan dalam pengaplikasian manajemen strategik dalam melakukan akomodasi peningkatan antara masyarakat terhadap pimpinan.

Menurut R. David dalam keikutsertaan Visi dan Misi pihak yang wajib dilibatkan dalam proses adalah keanggotaan yang terlibat secara langsung yaitu seluruh masyarakat Sehingga, dapat ditetapkan harapan untuk dicapai oleh pemerintahan (Anisa & Rahmatullah, 2020).

Komunikasi politik terdapat 3 hal menurut McNair, 2017. Pertama berbagai bentuk komunikasi dengan seorang peran aktor untuk berperan secara khusus

kepada khalayak untuk mendapatkan perhatian dan pengenalan terhadap dirinya. Kegiatan pengenalan diri secara khusus pada Pemerintahan adalah bupati terpilih untuk memimpin wilayah dan hasil usaha yang diinformasikan kepada masyarakat. Pengenalan diri Bupati Sidoarjo Muhdlor Ali dikenal sebagai seorang anak dari tokoh masyarakat dan keturunan pemuka agama dalam hal ini adalah Agoes Ali Masyhuri sebagai penggerak pondok pesantren Bumi Sholawat. Masyarakat mengetahui latar belakang dan pengenalan diri sebagai identitas pemimpin. Kedua komunikasi yang mendapatkan sebuah pengenalan diri oleh anggota politikus dan *non* politikus yang saling mendukung untuk melakukan pengenalan diri dari seorang aktor. Bupati terpilih Muhdlor Ali mendapatkan banyak simpatisan organisasi dari kalangan Nahdlatul Ulama yaitu dari Gerakan Pemuda Anshor Sidoarjo menjabat sebagai sekretaris pada tahun 2017 - Hingga sekarang dan menjabat sebagai Wakil Ketua Pengurus Wilayah Jawa Timur 2018 – Hingga sekarang. Ketiga Politikus pada aktivitasnya di pemberitaan media sehingga, terdapat penonjolan identitas dalam bentuk diskusi lain mengenai Politik. Pada pemimpin Bupati Sidoarjo kegiatan untuk menarik simpatisan melalui media dan pemberitaan adalah dengan menciptakan sekumpulan masyarakat yaitu Muhdlor Ali sebagai *CEO* Sido Resik bermula pada tahun 2018 hingga sekarang. Semua aktivitas komunikasi yang berkaitan dengan menyebarkan bentuk dan identitas pada satu *aktor* secara *aktual* dan mengatur masyarakat di bawah dalam suatu kondisi untuk mempercayai (McNair, 2017).

Pengetahuan dinamika dalam perpolitikan bahwa wilayah Kabupaten Sidoarjo memiliki beragam karakteristik. Sebagaimana partai politik terdapat 3

koalisi calon pada saat pemilihan kepala daerah. Pemenang secara Sah dari hasil rekapitulasi komisi penyelenggara pemilihan umum yaitu Ahmad Muhdlor Ali sebagai bupati dan Subandi sebagai wakil bupati. Kemenangan Muhdlor Ali menjadi perhatian nasional karena posisi Sidoarjo menjadi jembatan dengan kota besar yaitu wilayah Surabaya. Perhatian nasional kemenangan Muhdlor Ali sebagai pengusung partai politiknya yaitu Partai Kebangkitan Bangsa melawan berbagai partai politik lain dan dimenangkannya. Sebagaimana dalam pemeran aktor politik yang akan memberikan informasi anggapan dalam pemberitaan media. *Figur* dalam pemeran Ahmad Muhdlor Ali pada tahun 2021 hingga Sekarang, sebagai Bupati Sidoarjo dengan latar belakang nama pengenalan dalam organisasi yaitu Nahdlatul Ulama dan tokoh agama nasional Agoes Ali Masyhuri. Pada saat kemenangannya tidak terlepas dengan organisasi dan tokoh agama tersebut Sehingga, menjadikan suatu bentuk suara kepercayaan masyarakat terhadap tokoh politik Muhdlor Ali. Keberhasilan pemeran aktor menggunakan politik identitas untuk melakukan penyebaran informasi untuk menarik simpatisan suara masyarakat dengan identitas yang sama (Lestari, 2019).

Sebagai pemberitaan politik identitas dan latar belakang Bupati Sidoarjo mempunyai sebuah tantangan bahwa di wilayahnya terdapat berbagai organisasi masyarakat sehingga, perlu adanya sikap adil dalam memimpin untuk mencegah timbulnya kelompok identitas yang merasa terpinggirkan oleh kebijakan-kebijakan pemerintah. Pengelolaan kesan dan penyebaran informasi penting dilakukan dalam masa kepemimpinan, karena akan dianggap sebagai hasil masa pemerintahan dan menjawab *ekspektasi* masyarakat. Penyampaian informasi dapat dilakukan dalam

bentuk media sosial dengan bantuan teknologi informasi. Berdasarkan buku yang berjudul *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Menerangkan bahwa media sosial merupakan suatu fenomena yang beriringan dengan perkembangan teknologi dan internet. Posisi media sosial sebagai media baru dalam melakukan interaksi dan bersosialisasi kepada khalayak dalam pemanfaatannya dari bidang *jurnalisme*, *public relations* dan pemasaran. Beberapa tahun terakhir pada saat pemilihan presiden 2019 sampai sekarang kampanye politik melibatkan pemanfaatan media sosial. Pengelola media sosial dalam perkembangan jumlah pengguna memberikan fakta bahwa pemanfaatan teknologi informasi media sosial dalam menyampaikan informasi telah merepresentasikan segala aspek roda kepengurusan yang dijalani salah satunya oleh pemerintahan (Nasrullah, 2017).

Pelaksanaan interaksi kesan (*impression management*) dalam pemanfaatan media sosial untuk suatu upaya menyampaikan informasi di hadapan khalayak luas secara langsung. Interaksi secara langsung melalui percakapan. pemikiran Goffman pengelolaan kesan atau manajemen kesan. (Picone, 2015) Merujuk pada keinginan untuk memanipulasi kesan orang lain terhadap seorang individu. Langkah awal adalah Pengaturan sosial, Penampilan dan Cara berinteraksi. Bertujuan membentuk sebuah kesan berdasarkan informasi yang disampaikan secara terstruktur dari Peran suatu tokoh. Pandangan pada pemikiran Goffman *Impression management* memperkenalkan kepada publik mengenai konsep Manajemen kesan melalui mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Berinteraksi dimana individu tokoh berperilaku secara teratur ketika melakukan interaksi dengan individu lain.

Penjelasan teori Pengelolaan Kesan adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh interaksi individu dengan individu lain. Dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan dari teori Pengelolaan Kesan penerimaan penonton dalam sebuah Karakter Sosial, bila seorang tokoh berhasil melakukan penerimaan yang sesuai dengan sudut pandang yang diperlihatkan oleh tokoh untuk mencapai tujuan berdasarkan pada konteks informasi (Goffman, 1959). Penulis memandang teori *Impression Management* sebagai teori untuk melakukan pembentukan kesan yang ingin disampaikan kepada khalayak melalui manajemen kesan pada saat berinteraksi di media sosial salah satunya media sosial Instagram.

Pembentukan Manajemen kesan pada Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo. Terdapat pengaturan sosial dari penarikan tokoh bupati berlatar belakang dari Gerakan Pemuda Ansor yang merupakan badan otonom dari organisasi masyarakat Nahdlatul Ulama. Selain itu, sebagai anak dari tokoh agama terkemuka yaitu Agoes Ali sebagai pendiri pondok Progresif Bumi Sholawat. Sebagai bentuk pendekatan kepada masyarakat melalui agama karena mayoritas Penduduk Sidoarjo mengikuti ajaran Agama Islam dan dikembangkan dalam penyampaian informasi sebagai anak ulama. Berinteraksi secara langsung kedalam dunia media sosial dilakukan oleh Bupati Sidoarjo dengan menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan kegiatan *Impression Management*. (Picone, 2015). Melakukan komunikasi dan memberikan interaksi kepada publik melalui pemanfaatan media sosial Instagram. Pada saat ini Pemerintah Kabupaten Sidoarjo menggunakan media sosial untuk berperan sebagai sumber informasi, relasi dan interaksi. Media sosial digunakan

dalam kepentingan saat ini maupun saat yang akan mendatang dengan menggunakan data berupa percakapan media sosial (Eriyanto, 2021).

Data dan percakapan pada media sosial dikelola berbentuk sebuah pesan yang disampaikan untuk menentukan kesan kepada khalayak. Penerima suatu identitas seorang tokoh bupati yaitu Muhdlor Ali. Sebagai tokoh pemimpin Kabupaten Sidoarjo perlu adanya *impression management* didalam diri yang harus dikenal dan berkesan pada masyarakat. Ketika pemimpin sudah memasuki suatu panggung atau ranah publik yang diperhatikan oleh masyarakat dengan melakukan suatu pemberitaan *postingan* melalui akun Instagram pribadinya. Meyakinkan khalayak dalam memerankan seorang pemimpin yang Tegak dan Peduli terhadap masyarakat. Konten yang diberitakan melalui akun Instagram pribadi melalui kegiatan sehari hari dalam menjalankan kinerja roda Pemerintahan. Mulai dari terjun langsung memantau pekerjaan yang berada di lapangan. seperti halnya melihat pembangunan jalan, mengikuti acara prestasi penghargaan, dan mengatasi permasalahan bencana alam banjir secara langsung kelokasi dengan melakukan pengaktifan pompa air secara langsung. Unggahan Instagram pribadi Bupati Sidoarjo Muhdlor Ali dalam media sosial pribadinya memiliki penyampaian informasi kepada masyarakat secara langsung berupa tulisan, foto, dan video untuk melakukan *impression management* dan *personal Branding* yang mengutamakan bahwa pemimpin berkesan kepada masyarakatnya (Tiara, 2021).

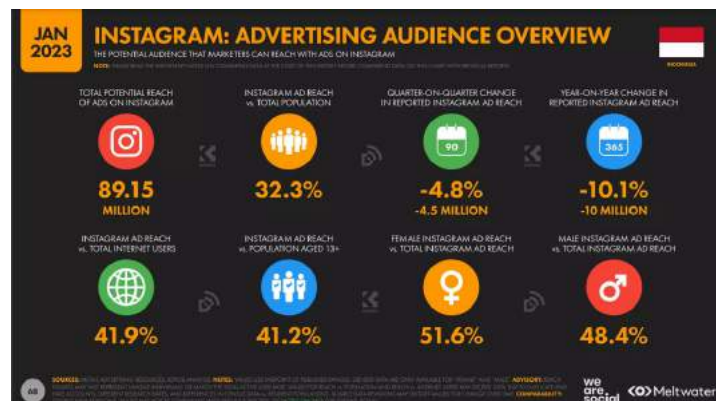
Masa digital kemajuan teknologi informasi mempunyai perkembangan yang cepat dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Media sosial merupakan jejaring media

dalam jaringan untuk kebutuhan komunikasi (Leary, M. R., & Kowalski, 1990). Interaksi antara pengguna satu dengan pengguna lain dapat dilakukan. Bermunculnya konten yang memberikan kesan bagi para pengikut dalam penciptaan pengelolaan kesan yang dilakukan oleh pengguna Instagram, yang merupakan suatu usaha individu dalam menciptakan kesan. Khalayak yang akan membentuk suatu kondisi dalam suatu interaksi yang memberikan makna Sehingga, setiap pengguna memperoleh kesan (Goffman, 1959). Konten dapat dimaknai positif oleh khalayak yang memiliki pengelolaan kesan. Diartikan dalam sebuah panggung yaitu media sosial Instagram. Suatu kajian yang memusatkan perhatian dalam fenomena sosial yang terdapat aktor. Memproyeksikan citra diri tertentu bertujuan bahwa aktor bersedia menerima citra diri dan memperlakukan sesuai citra dirinya. Berkomunikasi lebih efektif dengan orang dari budaya lain. Budaya masyarakat ikut berubah seiring dengan perjalanan waktu. Masyarakat Indonesia yang *multicultural* dan dikenal dengan budaya kolektif harus mengikuti perubahan zaman (Mulyana, 2019).



Gambar 1. 2 Data Jumlah Pengguna Internet Indonesia
(Sumber: We Are Social Media)

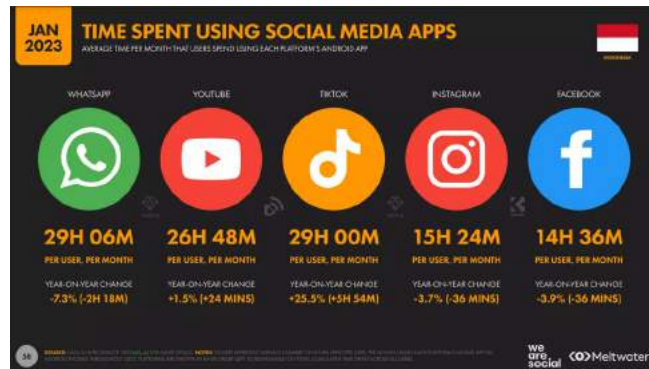
Menurut laporan terbaru pada tahun 2023 dari *We Are Social* Merupakan agensi marketing dari Amerika Serikat yang menyajikan data beserta tren dalam memahami internet, media sosial dan perilaku *e commerce*. Terdapat 212,9 Juta pengguna internet di Indonesia, 167,0 diantaranya pengguna media sosial dan sebanyak 353,8 juta sambungan seluler aktif sedangkan, pada jumlah penduduk Indonesia adalah 276,4 juta pada bulan Januari 2023. Artinya sudah 77% penduduk Indonesia telah menggunakan internet.



Gambar 1. 3 Data Jumlah pengguna Instagram Indonesia

(Sumber: We Are Social Media)

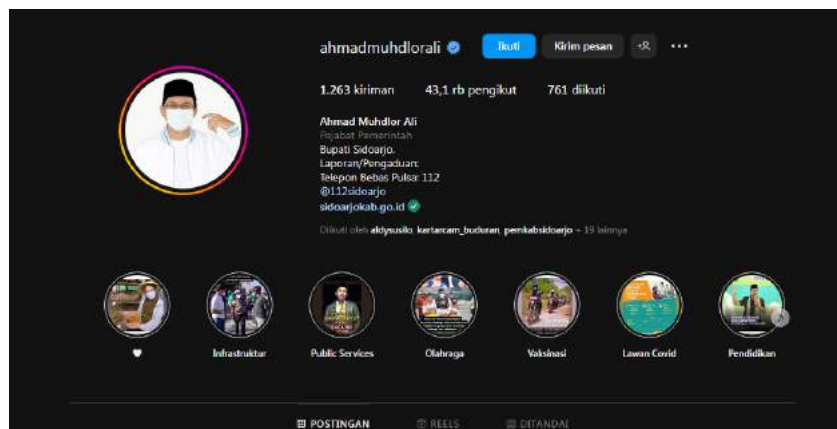
Menunjukkan pada bulan Januari 2023 pengguna media sosial Instagram di Indonesia mencapai 89,15 juta sehingga, dari total populasi penduduk Indonesia 32.3% diantaranya memiliki akun Instagram. Pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 51.6% dan pengguna laki laki sebanyak 48.4%. Sehingga, karakteristik pengguna media sosial Instagram lebih besar digunakan oleh perempuan untuk menemukan informasi, menemukan ide dan inspirasi baru, berhubungan dengan teman dan keluarga hingga mengisi waktu luang.



Gambar 1. 4 Data Waktu Penggunaan Aplikasi Media Sosial

(Sumber: We Are Social)

Pemahaman pengguna untuk menggunakan media sosial Instagram mendapat urutan ke- 4 setelah media sosial Tik Tok. Urutan pertama yaitu media sosial WhatsApp yaitu rata rata pengguna menghabiskan waktu sekitar 29 jam, 6 menit perbulan. Urutan kedua yaitu media sosial Youtube rata rata pengguna menghabiskan selama 26 jam 48 menit dalam sebulan, Urutan ketiga yaitu Tik Tok rata rata pengguna menghabiskan waktu 29 jam perbulan, urutan keempat yaitu Instagram dengan rata rata pengguna menghabiskan 15 jam 24 menit perbulan, urutan terakhir pada media sosial Facebook dengan rata rata penggunaan 14 jam 36 menit perbulan (Kemp, 2023).



(Sumber: Instagram @ahmadmuhdlorali digital report 2023)

Gambar 1. 5 Akun Instagram Bupati Sidoarjo

Webster's 1983: 221 to mark with a stencil, as a box, cask, etc. In order to give a description of the contents or the name of the manufacturer. Keseharian yang dilakukan merepresentasikan latar belakang seorang pemimpin. Personal branding memiliki disiplin yang tinggi untuk membangun *impression management*. Bupati Sidoarjo Muhdlor Ali melalui sosial media Instagram melakukan aktivitas didalam ruangan dan diluar ruangan (*above the line*). Berupa aktivitas secara langsung yaitu berbaur ke dalam lingkup masyarakat. Semua yang dilakukan dalam keseharian merupakan pemenuhan kebutuhan politik agar tetap dikenal dan berkesan. Interaksi politik dalam proses menciptakan *personal branding* dengan pendekatan fenomena masalah yang terjadi di dalam lingkup masyarakat (Bolino *et al.*, 2016). Seperti berkunjung ke lokasi banjir, memberikan bantuan secara langsung. Selanjutnya kegiatan tersebut diunggah di akun pribadinya. Akun Instagram pribadi telah mengunggah postingan konten sebanyak 1.263 unggahan dan memiliki pengikut sebanyak 43,1 ribu. Muhdlor Ali dalam unggahan kontennya melakukan kegiatan yang beragam untuk merepresentasikan dirinya dalam menyampaikan informasi. Berupa foto dan video. *home page* merupakan halaman utama yang berisikan foto dan video yang dapat dilihat oleh masyarakat. Terdapat fitur *comment* yang disediakan oleh Instagram sehingga, foto yang diunggah oleh Muhdlor Ali dapat dikomentari oleh pengguna lain dan dapat berinteraksi. Muhdlor Ali sejak menjabat Bupati Sidoarjo memiliki akun Instagram yaitu @ahmadmuhdlorali yang telah melakukan *postingan* informasi secara *massive*. Konten yang beragam terkait penyampaian informasi pembahasan program kerja yaitu Infrastruktur, *Public Service*, Olahraga, Vaksinasi, Lawan Covid dan Pendidikan.

Pengunggahan konten pada akun Instagram pribadi pemimpin Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo @ahmadmuhdlorali memiliki berbagai tujuan dan motif. Motif pencitraan diri dalam ruang lingkup media sosial, menaikan *engagement* dan kepercayaan masyarakat pada program kinerja pemerintahan. Melalui postingan Instagram pribadi miliknya, mempunyai peranan penting bagi seorang pemimpin Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo untuk pemahaman *branding* dirinya sebagai pemimpin yang Religius, Berakhlak, Bersahabat dan membangun Etika *Moral*. Dibuktikan dengan unggahan informasi layanan masyarakat secara gratis. Sehingga, mempengaruhi persepsi masyarakat bahwasanya Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo bersih dan tidak ada indikasi Kolusi, Korupsi dan Nepotisme. Penelitian ini difokuskan berdasarkan penggunaan Instagram pribadi Bupati Sidoarjo untuk menyampaikan informasi terkait program kerja yang telah disusun.



Gambar 1. 6 Arah Kebijakan Umum RPJMD

(Sumber: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2021-2026.)

Dikutip dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Sidoarjo (RPJMD) tahun 2021-2026. Dimana letak fokus pembangunan pada tahun 2023 pembangunan infrastruktur dan penataan ruang meliputi: Jalan raya, Fasilitas

Kesehatan rumah sakit, Ruang terbuka dan fasilitas umum. Terdapat permasalahan Pendidikan, Kesehatan, Pekerjaan umum dan Penataan ruang: Perumahan Rakyat dan kawasan permukiman dan visinya memiliki komitmen berupa Sidoarjo sejahtera, Sidoarjo maju, Sidoarjo berkarakter, pembangunan berkelanjutan. Meliputi strategi pembangunan pada tahun 2023 Bupati Sidoarjo (berfokus peningkatan pelayanan publik, pembangunan kota dan sistem transportasi yang mendukung berkembangnya perindustrian dan perdagangan).

Proses *impression management* yang dilakukan oleh Bupati Sidoarjo dalam akun Instagram @ahmadmuhdlorali menjadi latar belakang penulisan ilmiah mengkaji dalam ruang lingkup ilmu komunikasi yaitu Analisis isi kualitatif. Penulisan ilmiah ini menunjukkan fenomena sosial di ruang lingkup media sosial Instagram. Sebagai bupati yang bertugas menjadi pemimpin pemerintahan wilayah, melalui akun pribadi media sosial Instagram. Dimana obyek penelitian ini yaitu akun pribadi Bupati Sidoarjo yang berusaha melakukan menyampaikan informasi dari kemampuan, keunikan, spesialisasi dan citra diri yang dimilikinya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dan penjelasan latar belakang. Terdapat rumusan masalah yaitu: Bagaimana *impression management* Ahmad Muhdlor Ali sebagai Bupati Sidoarjo pada akun media sosial Instagram @ahmadmuhdlorali?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah. Peneliti menentukan tujuan penulisan ilmiah yaitu mengetahui *Impression Management* yang dibentuk Ahmad Muhdlor Ali Sebagai Bupati dalam memimpin Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo pada media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian ilmiah pada bidang Ilmu Komunikasi melalui analisis isi dan mengetahui pemahaman *Impression Management* dalam obyek pejabat pemerintahan sehingga, mampu menunjang pemahaman alur komunikasi yang bersumber dari komunikator.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Berguna sebagai pengetahuan *literasi digital* bagi masyarakat dalam bersosial media yang berisikan informasi, dalam sebuah konten yang dilakukan pemimpin pada akun pribadinya.
2. Mengetahui *personal branding* pemimpin dalam menyampaikan informasi sebagai peningkatan kredibilitas, perkembangan internal pemerintahan, melalui interaksi secara langsung pada media sosial Instagram.
3. Sebagai tolak ukur implementasi *Impression Management* pada media sosial Instagram dengan pengelolaan kesan seorang pemimpin.