

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Anies - Imin adalah salah satu tokoh yang menjadi pasangan calon pada pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024. Berdasarkan hasil undian yang dilakukan oleh KPU melalui laman resminya, pasangan calon Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar (Cak Imin) berada di nomor urut 1, diikuti oleh Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka pada nomor urut 2 dan Ganjar Pranowo-Mahfud Md. pada nomor urut 3. Anies Baswedan merupakan tokoh memulai karir politiknya sejak bergabung bersama KPK pada tahun 2009, kemudian menjadi Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 2013, dan kemudian menjadi Gubernur DKI Jakarta bersama dengan Sandiaga Uno sebagai wakilnya pada tahun 2017. Pada penelitian yang berjudul Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan, ditemukan kesimpulan bahwa stigma masyarakat terhadap kepemimpinan Anies Baswedan dengan komunikasi digitalnya cenderung ke arah positif. Keberhasilan dalam membangun citra positif di media digital ini kemudian membuat pesta demokrasi PEMILU (Pemilihan Umum) dan kegiatan kampanye yang dimulai sejak tanggal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024 lalu menjadi hal yang sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Kampanye menurut Rogers dan Storey adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan suatu akibat tertentu terhadap sasaran secara berkelanjutan dalam periode tertentu (Ruslan, 2008). Gabungan dari unsur komunikasi dan unsur politik kemudian membuat

sebuah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menyukseskan kegiatan suatu partai melalui kampanye politik. Dalam kampanye politik, aspek yang paling penting adalah pesan yang disampaikan oleh para kandidat. Setiap kandidat berupaya untuk membawa tema atau topik tertentu yang mereka tawarkan kepada Masyarakat (Fatimah, 2018). Mengingat realitas yang sering kita saksikan dalam perkembangan sosial, penting bagi kita untuk memahami esensi sebenarnya dari kampanye politik.

Dalam politik modern, fokus utama kampanye politik adalah pada pemilihan umum dan kandidat untuk posisi kepala negara atau kepala pemerintahan, seperti pemilihan presiden. Dalam konteks ini, kita sering melihat setiap calon dan pendukungnya melakukan kampanye aktif untuk memperoleh dukungan dari masyarakat. Muslimin (2019) menjelaskan bahwa kampanye politik merupakan usaha untuk memengaruhi keyakinan dan perilaku orang lain melalui komunikasi yang persuasif. Kampanye politik menjadi bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok individu, seseorang, atau organisasi politik pada waktu tertentu dengan tujuan untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Pada pertengahan masa kampanye yang dilakukan oleh Anies sebagai kandidat calon presiden Indonesia, terdapat fenomena unik yang terjadi dengan munculnya akun @aniesbubble di media sosial X yang dikemas seperti akun penggemar idol kpop dengan melakukan *update* serta informasi tentang kegiatan Anies Baswedan.

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform paling signifikan dalam komunikasi politik. Media sosial mengacu pada berbagai aplikasi dan situs web yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi

konten atau berpartisipasi dalam jaringan sosial. Platform ini mencakup berbagai bentuk seperti jejaring sosial (Facebook, Twitter), berbagi foto dan video (Instagram, YouTube), blog, dan forum diskusi. Media sosial memungkinkan interaksi real-time, distribusi informasi yang cepat, serta penyebaran ide dan opini kepada audiens yang lebih luas. (Suwarno, 2022). Di Indonesia, penggunaan media sosial telah berkembang pesat dalam dekade terakhir. Berdasarkan data yang diperoleh We Are Social (2023), Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar untuk platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan WhatsApp dengan lebih dari 175 juta pengguna internet dan penetrasi media sosial yang tinggi. Media sosial telah menjadi alat utama bagi masyarakat Indonesia untuk berkomunikasi, mendapatkan berita, dan terlibat dalam diskusi publik. Perkembangan ini didukung oleh peningkatan aksesibilitas internet dan penggunaan perangkat mobile, yang memungkinkan akses ke media sosial dari berbagai lokasi dan waktu.

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform paling signifikan dalam komunikasi politik. Media sosial mengacu pada berbagai aplikasi dan situs web yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten atau berpartisipasi dalam jaringan sosial. Platform ini mencakup berbagai bentuk seperti jejaring sosial (Facebook, Twitter), berbagi foto dan video (Instagram, YouTube), blog, dan forum diskusi. Media sosial memungkinkan interaksi real-time, distribusi informasi yang cepat, serta penyebaran ide dan opini kepada audiens yang lebih luas. (Suwarno, 2022). Di Indonesia, penggunaan media sosial telah berkembang pesat dalam dekade terakhir. Berdasarkan data yang diperoleh We Are Social (2023), Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar untuk

platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan WhatsApp dengan lebih dari 175 juta pengguna internet dan penetrasi media sosial yang tinggi. Media sosial telah menjadi alat utama bagi masyarakat Indonesia untuk berkomunikasi, mendapatkan berita, dan terlibat dalam diskusi publik. Perkembangan ini didukung oleh peningkatan aksesibilitas internet dan penggunaan perangkat mobile, yang memungkinkan akses ke media sosial dari berbagai lokasi dan waktu.

Twitter, yang sekarang dikenal sebagai Media Sosial X, adalah salah satu platform yang menonjol di Indonesia. Platform ini digunakan oleh politisi, tokoh publik, dan masyarakat umum untuk berbagi informasi, mengemukakan pendapat, dan berinteraksi secara langsung. Dengan realitas berikut maka kegiatan kampanye yang biasanya melalui media cetak seperti pamflet dan baliho, kini juga merambah ke media sosial, dimana sebagian besar penggunaanya berada pada usia produktif dan akan aktif pada kegiatan politik yaitu pemilihan umum eksekutif dan legislatif. Kegiatan berkampanye melalui media sosial ini kemudian memunculkan kelompok masyarakat atau pendukung yang ikut meramaikan melalui akun pribadi atau terlibat langsung menyuarakan dukungannya melalui komunitas virtual. Dalam konteks politik, Twitter memungkinkan komunikasi dua arah antara politisi dan konstituen mereka, menciptakan ruang untuk dialog yang lebih terbuka dan transparan. Akun @haveaniesday, yang mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar (Imin), menjadi salah satu contoh penting bagaimana media sosial dapat digunakan untuk membangun komunitas pendukung yang aktif dan terlibat. Akun ini tidak hanya menyebarkan

informasi mengenai kampanye Anies-Imin tetapi juga memfasilitasi diskusi, mengorganisir acara, dan mobilisasi massa secara efektif.

Perkembangan media sosial di Indonesia juga dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya dan sosial. Masyarakat Indonesia, yang cenderung kolektif dan memiliki budaya gotong royong, memanfaatkan media sosial untuk memperkuat solidaritas dan kebersamaan. Dalam konteks politik, media sosial telah mengubah cara kampanye dilakukan, dari metode tradisional seperti rapat umum dan pemasangan poster menjadi kampanye digital yang lebih dinamis dan interaktif. Akun @haveaniesday sendiri ada di beberapa platform sosial media, seperti instagram dan telegram. Pemilihan X media yang diteliti disebabkan karena @haveaniesday lebih banyak melakukan update melalui X, sedangkan di instagram hanya untuk branding dan informasi inti seperti website dan merchandise. @haveaniesday berhasil memanfaatkan kekuatan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, melibatkan pendukung dalam diskusi aktif, dan membangun jaringan dukungan yang kuat dan terkoordinasi.

Media sosial memberikan ruang bagi partisipasi politik yang lebih inklusif dan dinamis. Kehadiran media sosial telah merevolusi cara politisi dan pendukung mereka berinteraksi, dengan kemampuan untuk menjangkau audiens yang luas secara real-time. Platform seperti X, yang dikenal sebagai salah satu media sosial paling berpengaruh di dunia, memungkinkan distribusi informasi yang cepat dan luas. Ini membuka peluang bagi politisi untuk langsung berkomunikasi dengan konstituen mereka, memotong jalur komunikasi tradisional seperti media cetak dan televisi. Melalui media sosial, politisi dapat berbagi informasi mengenai kebijakan,

kegiatan kampanye, dan pandangan mereka secara langsung kepada jutaan pengguna dalam hitungan detik. Fitur-fitur seperti postingan, komentar, likes, retweets, dan direct messages di platform X memungkinkan interaksi dua arah yang tidak hanya meningkatkan transparansi tetapi juga memperkuat hubungan antara politisi dan pendukung mereka. Pengguna dapat berpartisipasi dalam diskusi, mengajukan pertanyaan, memberikan dukungan, atau bahkan mengkritik kebijakan yang diusulkan, yang semuanya dapat dilakukan dalam waktu nyata. (Pratomo, 2022)

Dengan berbagai data di atas dapat dikatakan bahwa media sosial memfasilitasi penyebaran ide, visi misi dan menggunakan strategi komunikasi yang canggih untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat. Konten visual seperti gambar, video, dan infografis dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami dan menarik. X menyediakan berbagai fitur seperti like, reply, bookmark, dan topik yang dapat dipilih pengguna sesuai minat dan keinginan mereka sendiri. Penggunaan tagar (#) memungkinkan penyebaran pesan yang lebih luas dan mempermudah pengguna untuk menemukan informasi terkait kampanye tertentu. Aksesibilitas X juga mudah, dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti smartphone dan PC. Mobilisasi dukungan melalui media sosial juga menjadi lebih efektif dan efisien. Kampanye digital dapat menggerakkan massa untuk berpartisipasi dalam acara-acara politik, menyumbangkan dana, atau bahkan hanya membagikan konten kampanye kepada jaringan mereka. Media sosial memungkinkan koordinasi yang lebih baik dan cepat antara tim kampanye dan para pendukung.

Namun, tidak semua akun yang mendukung kandidat politik adalah bagian dari strategi tim sukses resmi. Beberapa akun dibuat secara organik oleh para pendukung yang ingin menyuarakan dukungan mereka. Salah satu contohnya adalah akun @haveaniesday, yang mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar (Imin). Akun ini diciptakan secara organik oleh para pendukung Anies-Imin untuk menyuarakan dukungan mereka, berbagi informasi, dan memobilisasi dukungan secara mandiri. Akun ini memperlihatkan bagaimana masyarakat dapat menggunakan media sosial untuk terlibat secara aktif dalam proses politik tanpa arahan langsung dari tim kampanye resmi. Perkembangan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai platform yang mengubah lanskap politik secara fundamental. Dengan kemampuan untuk menjangkau, berinteraksi, dan memobilisasi secara real-time, media sosial telah menjadi komponen vital dalam strategi komunikasi politik modern..

Selain akun personal, media x juga memiliki beberapa jenis, salah satunya yaitu akun Base. Kegunaan dari akun base ini adalah untuk mempermudah penyebaran serta pertukaran informasi antara pengguna yang memiliki minat yang sama. Pada umumnya aktivitas sebuah komunitas melalui media X berpusat pada satu akun yang kemudian lebih dikenal dengan akun base. Akun base adalah forum media sosial yang mengelola informasi terkini terkait aktivitas salah satu topik atau tokoh tertentu dalam hal ini khususnya adalah untuk memberikan segala informasi terbaru dari calon presiden indonesia Anies dan Imin. Fenomena yang sedang marak saat ini terjadi di media sosial X adalah pesta politik yang terjadi di

Indonesia. Pemilihan umum calon presiden dan wakil presiden pada tahun 2024, mengundang banyak perhatian dari berbagai kalangan pengguna aktif platform X. Platform X menjadi media dengan antusiasme yang tinggi bagi kampanye calon presiden dan wakil presiden Indonesia pada tahun 2024, terutama pasangan calon nomor 01 yakni Anies-Imin.

Fenomena yang terjadi pada masa kampanye lalu yaitu munculnya pendukung salah satu paslon yang membuat akun khusus untuk mendukung kegiatan kampanye paslon 01 yaitu @aniesbubble yang memiliki akun sub @haveaniesday. Komunitas pendukung ini kemudian terbentuk dan melakukan kegiatan kampanye seperti menunjukkan dukungan melalui videotron, membuat merchandise, mengirimkan truk makanan pada saat program kampanye paslon 01 dilaksanakan sampai muncul nama panggilan yang berunsur korea yaitu “Park Ahn Nies” dan “Cha I Min”. Dengan memanfaatkan popularitas budaya Korea yang eksis di Indonesia, kampanye ini bertujuan untuk menarik perhatian dan mendapatkan dukungan dari segmen pemilih yang aktif di media sosial dan terpengaruh oleh tren budaya populer. Penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi utama juga menjadi kunci dalam menguatkan daya tarik kampanye ini, sejalan dengan perubahan pola komunikasi politik yang mengarah ke arah digitalisasi (Alvin & Kom, 2022).

Dengan berkembangnya teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pola komunikasi politik pun mengalami perubahan. Penggunaan media sosial seperti X dan Twitter telah menjadi salah satu saluran komunikasi utama dalam kampanye politik modern, dan penggunaan elemen-elemen Korean Wave dapat memperkuat

daya tarik kampanye tersebut di media sosial (Indrawan *et al.*, 2020). Dalam komunikasi politik Anies-Imin, pesan politik berunsur Korea menjadi salah satu daya tarik yang kuat untuk menarik perhatian dan mendapatkan dukungan pemilih. Mengadopsi nama panggilan seperti "Cha Imin" dan "Ahn Nies" dari budaya Korea bertujuan untuk menciptakan kedekatan dan kesan yang lebih menarik bagi pemilih. Selain itu, penggunaan simbol populer dari budaya Korea, seperti love sign yang menggambarkan persatuan dan dukungan, turut menguatkan narasi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan calon Anies-Imin. Penggunaan lightstick, yang biasanya terkait dengan konser K-pop, juga digunakan sebagai simbol identifikasi dan kesatuan bagi pendukung Anies-Imin (cnbcindonesia.com, diunduh pada tanggal 28 April 2024).

Dengan berkembangnya teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pola komunikasi politik juga mengalami perubahan. Tidak hanya itu, strategi pemasaran yang kreatif seperti penggunaan food truck bertujuan untuk menarik perhatian pemilih dan mendapatkan dukungan dari segmen pemilih yang terpengaruh oleh tren budaya populer. Banner dan videotron yang mungkin terinspirasi dari desain K-pop atau K-drama digunakan untuk mempromosikan citra Anies-Imin dengan cara yang menarik secara visual (voaindonesia.com, diunduh pada tanggal 24 April 2024). Penggunaan media sosial seperti X menjadi saluran komunikasi utama dalam kampanye politik modern, dan pesan politik dengan menggunakan elemen-elemen Kpop memperkuat daya tarik kampanye tersebut di media sosial (Boestam *et al.*, 2023).

Akun @haveaniesday bukan hanya platform informasi, tetapi juga ruang interaksi bagi para pendukung Anies Baswedan. Akun ini memfasilitasi diskusi, berbagi konten, dan mobilisasi pendukung, yang memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan memperkuat basis dukungan. Munculnya akun @haveaniesday di media sosial sebagai komunitas pendukung tanpa campur tangan dari tim sukses partai politik, menjadi contoh bagaimana media sosial digunakan untuk membangun komunitas pendukung yang aktif dan melibatkan masyarakat sehingga dapat berpartisipasi dan mengkespresikan diri dalam kampanye politik 2024. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana akun ini berfungsi dalam memfasilitasi interaksi antara pendukung Anies Baswedan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian etnografi virtual yang diperkenalkan oleh Christine Hine. Metode ini memberikan kerangka kerja yang mendalam dan komprehensif untuk memahami bagaimana budaya dan identitas politik pendukung Anies-Imin terbentuk dan berkembang dalam lingkungan digital. Metode penelitian ini dipilih karena peneliti juga terlibat dalam interaksi di media sosial X. Dengan mengkombinasikan pengamatan partisipatif dan analisis data digital, metode ini diharapkan dapat membantu untuk mengetahui bagaimana aktivitas serta interaksi dari pendukung pasangan calon Anies - Imin yang menggunakan pesan komunikasi politik dengan unsur kpop

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ingin diungkap dalam penelitian ini adalah bagaimana ekspresi dukungan simpatisan Anies-Imin pada akun @HaveAniesDay pada media sosia X?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam bagaimana penggunaan media sosial untuk komunikasi politik di era digital, khususnya pada interaksi antar pendukung pasangan calon Anies - Imin di media soaial X..

1.4 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian yang telah dijelaskan dalam sub-bab sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang bisa didapatkan dari penelitian ini adalah memperkaya literatur tentang teori komunikasi virtual melalui media sosial dengan menyediakan bukti empiris tentang bagaimana akun @haveaniesday beroperasi

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pembuat kebijakan dan regulator dalam merancang kebijakan yang mendukung penggunaan media sosial yang sehat dan demokratis, serta bagi masyarakat umum yang dapat belajar cara yang lebih efektif untuk berpartisipasi dalam diskusi politik dan kampanye melalui platform digital.