

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah unsur fundamental pada interaksi manusia, komunikasi digunakan untuk berbagai tujuan baik itu untuk berbagi informasi, mempengaruhi orang lain, membangun hubungan sosial, maupun untuk mencapai tujuan tertentu (Habibi et al., 2022). Tujuan dari proses komunikasi adalah terciptanya saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak yang menjalin komunikasi. Gaya komunikasi ini mencerminkan bagaimana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain, serta bagaimana pesan tersebut diterima dan dipahami (Li & Yin, 2018). Di era digital yang serba cepat ini, komunikasi publik mengalami transformasi besar. Tokoh-tokoh publik tidak lagi terbatas pada politisi atau birokrat formal, tetapi juga merambah ke figur-figur populer dari dunia hiburan, seperti selebritas atau aktor. Penting untuk memahami bahwa gaya komunikasi tidak hanya berlaku dalam komunikasi pribadi, tetapi juga dalam konteks komunikasi publik, seperti yang dilakukan oleh para artis, politisi, atau tokoh masyarakat lainnya (Hidayat et al., 2022). Gaya komunikasi publik dan artis merupakan bentuk komunikasi yang sering kali disorot oleh media massa dan memiliki dampak besar terhadap audiens. Hal

ini juga berkaitan dengan citra dan pengaruh yang dapat ditimbulkan melalui cara berkomunikasi yang dibangun (Bungin, 2018).

Gaya komunikasi yang efektif memungkinkan pemimpin untuk menyampaikan pesan dengan jelas, membangun hubungan yang kuat dengan audiens, dan mempengaruhi opini publik secara positif. Konteks dalam kepemimpinan, gaya komunikasi mencerminkan karakter dan strategi yang diterapkan oleh pemimpin dalam berinteraksi dengan publik. Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda, yang dipengaruhi oleh faktor kepribadian, budaya, pengalaman hidup, serta lingkungan sosial (Street, 2019). Berbeda dengan konteks komunikasi publik, terutama di kalangan artis atau figur publik, gaya komunikasi menjadi sangat penting karena memiliki dampak langsung terhadap citra dan reputasi mereka di mata publik (Littlejohn et al., 2017). Artis, politisi, atau tokoh masyarakat lainnya sering berinteraksi dengan khalayak melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media massa dan media sosial. Oleh karena itu, gaya komunikasi mereka akan memengaruhi bagaimana mereka dipandang oleh masyarakat. Komunikasi yang efektif dan autentik bisa membangun hubungan yang kuat dengan penggemar atau audiens, sementara komunikasi yang tidak tepat atau tidak sesuai dengan ekspektasi publik bisa merusak reputasi mereka (Ramadhan et al., 2022).

Kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk

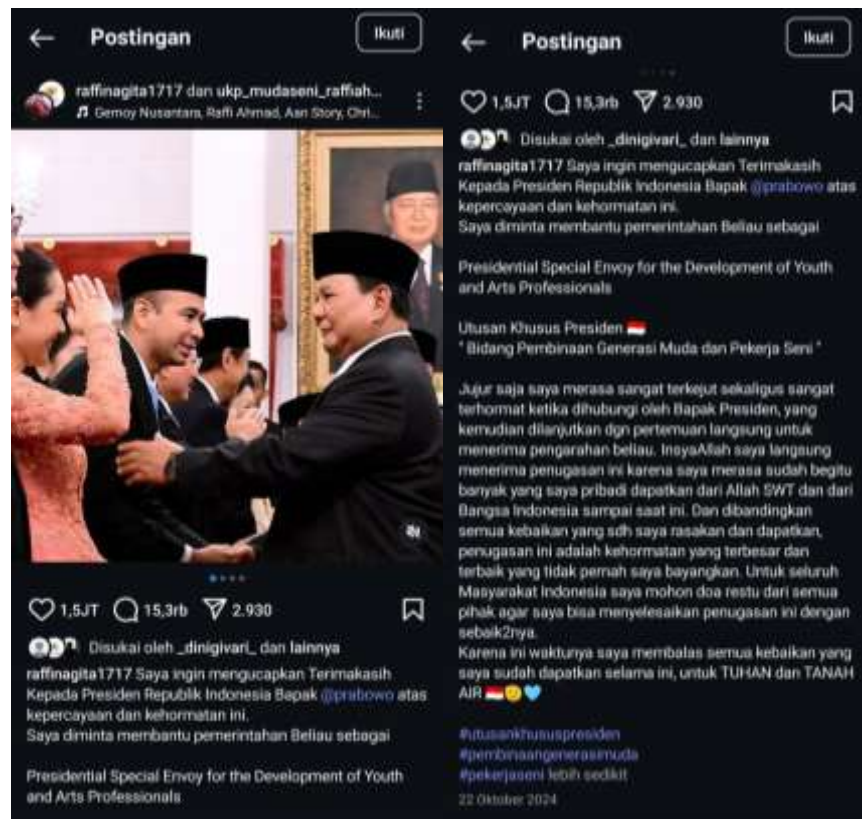
mewakilkkan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Selain itu, media sosial tempat realitas sosial terjadi dan ruang waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara komunikasi publik berlangsung, khususnya melalui media sosial (Moreno-Sandoval et al., 2021). *Platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube bukan hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi saluran komunikasi yang strategis bagi pejabat publik dalam menjangkau masyarakat luas.

Instagram dikenal masyarakat luas sebagai aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial (Nasrullah, 2015). Selain itu, Instagram saat ini digunakan sebagai tempat untuk berjualan atau berbisnis. Maraknya pengguna Instagram yang ada membuat setiap individu berlomba menampilkan dirinya dengan kelebihannya agar pengguna Instagram lainnya mampu menarik kesimpulan bahwa mereka memiliki citra yang positif. Fenomena individu memperlihatkan segala sesuatu yang terbaiknya saja di Instagram dan menutupi hal-hal yang buruk darinya menunjukkan adanya kecenderungan dramaturgi yang dilakukan (Ichsan et al., 2023). Selain itu, Instagram pun dijadikan media untuk menampilkan diri melalui foto, video maupun *caption* yang menarik dengan tujuan memperlihatkan eksistensinya di dunia maya sehingga individu berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin. Tidak hanya

itu, melalui *update* Instagram, setiap individu berusaha memperlihatkan citra positif di Instagram. Tanpa memerlukan keahlian khusus sehingga hampir semua kalangan pun menjadi familiar dengan Instagram.

Popularitas dan jaringan media sosial Instagram yang luas, serta kemampuan membangun kedekatan emosional dengan masyarakat, membuat selebritas menjadi sosok ideal dalam proses penyampaian pesan-pesan strategis pemerintah (Marshall, 2010). Presentasi diri melalui media sosial Instagram memberikan kesempatan yang luas bagi penggunaanya yang difungsikan sebagai revitalisasi hubungan sosial diantara sesama pengguna. Presentasi diri ini dilakukan ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain dan mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya, melalui sebuah pertunjukan diri yang mengalami *setting* di hadapan khalayak seperti ciri khas berpakaian, *make-up*, bahasa tubuh dan lainnya. Seiring dengan berkembangnya zaman, Instagram menjadi salah satu media sosial yang cukup diminati untuk mempresentasikan diri. Salah satu peristiwa penting yang mencerminkan pergeseran tersebut adalah penunjukan Raffi Ahmad sebagai Utusan Khusus Presiden Republik Indonesia Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni pada tahun 2024. Penunjukan Raffi Ahmad menuai berbagai reaksi, mulai dari dukungan antusias hingga kritik skeptis. Sebagai figur publik yang sangat aktif di media sosial, Raffi Ahmad dikenal memiliki gaya komunikasi yang santai, personal, dan dekat dengan generasi muda. Beliau kerap menggunakan bahasa informal, visual yang atraktif, dan pendekatan naratif yang ringan.

Raffi Ahmad lahir pada 17 Februari 1987 di Bandung, Jawa Barat, adalah seorang aktor, presenter, penyanyi, pengusaha, dan produser film di Indonesia. Raffi memulai kariernya sebagai model pada tahun 2001 dan kemudian merambah ke dunia akting, *presenting*, dan bisnis. Sebagai figur publik yang dikenal luas, Raffi Ahmad mendapatkan julukan "Sultan Andara" karena kesuksesannya di berbagai bidang (Kompas.tv, 2024). Konteks penunjukan Raffi Ahmad yang merupakan seorang selebriti papan atas sekaligus sebagai seorang pengusaha dan pengangkatan beliau sebagai Staf Khusus Presiden untuk Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni merupakan langkah komunikasi politik yang menarik. Tidak hanya membawa popularitasnya, tetapi juga pendekatan komunikatif yang khas dalam menyampaikan pesan-pesan pemerintah. Pada 22 Oktober 2024, Presiden Prabowo Subianto melantik Raffi Ahmad sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni (Kompas.tv, 2024). Berikut gambar unggahan atau postingan Raffi Ahmad pada akun Instagramnya setelah dilantik sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni.



Gambar 1. 1 Postingan Raffi Ahmad Setelah Pelantikan Sebagai Utusan Khusus Presiden Prabowo

Penunjukan ini menempatkan Raffi Ahmad dalam peran strategis untuk menjembatani komunikasi antara pemerintah dan komunitas anak muda serta pekerja seni. Raffi Ahmad sebagai Utusan Khusus Presiden diharapkan mampu mendengar dan menyimak berbagai pandangan dua segmen masyarakat yang krusial dari pelaku seni dan generasi muda, serta menyampaikan aspirasi mereka kepada pemerintah. Perannya sebagai Utusan Khusus Presiden, kemampuan komunikasi Raffi Ahmad menjadi faktor kunci dalam keberhasilannya menjalankan tugas. Gaya komunikasi yang efektif akan membantunya dalam menyampaikan pesan, membangun hubungan dengan audiens,

dan mempengaruhi kebijakan publik terkait generasi muda dan pekerja seni. Oleh karena itu, gaya komunikasi yang digunakan oleh Raffi Ahmad sebagai figur otoritatif sekaligus populer menjadi sangat penting untuk dikaji dalam konteks kepemimpinannya sebagai Utusan Khusus Presiden. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa gaya komunikasi pemimpin publik memiliki dampak signifikan terhadap efektivitas kepemimpinan dan kinerja organisasi.

Raffi Ahmad dalam kapasitasnya selaku pejabat negara seringkali banyak hal-hal yang kemudian menjadi pusat perhatian. Fokus berlebihan pada popularitas dan hiburan sebagai selebritas, Raffi Ahmad memanfaatkan media sosial dengan baik, namun dominasi konten hiburan dan promosi pribadi membuat pesan pembangunan dan edukasi menjadi kabur. Kritik muncul karena belum ada diferensiasi peran antara Raffi sebagai entertainer dan sebagai pejabat negara. Terdapat beberapa kajian media yang mengkritisi Raffi Ahmad selama menjabat sebagai Staf Khusus Utusan Presiden Bidang Generasi Muda dan Pekerja Seni yang sebagian besar berkaitan dengan ketidaksesuaian antara gaya komunikasi yang ditampilkan dan tuntutan komunikasi publik yang efektif, partisipatif, dan empatik. Selama masa menjabat kurang lebih 100 hari, Raffi Ahmad menuai banyak kritikan karena gaya komunikasinya dinilai terlalu seremonial dan tidak menunjukkan kontribusi nyata berupa program kerja yang terkomunikasikan secara jelas kepada publik (VOI, 2025). Media juga menyoroti minimnya respons dan empati Raffi Ahmad terhadap isu-isu yang menjadi keresahan publik, seperti munculnya tagar viral #KaburAjaDulu gaya komunikasinya dalam

merespons isu dinilai normatif. Hal ini menunjukkan lemahnya penerapan gaya responsif dalam komunikasi publik yang inklusi (Harian Batak Pos, 2025). Melalui perspektif analisis komunikasi politik, OriNews (2025) mengutip seorang analis yang menyarankan agar Presiden mengevaluasi kembali efektivitas komunikasi Raffi Ahmad. Hal ini didasari pada penilaian bahwa gaya komunikasi yang digunakan belum cukup direktif dan responsif, sehingga sulit membangun dialog konstruktif dengan kelompok sasaran seperti generasi muda dan pekerja seni. Selain itu, media koran *online* Kompasiana menerbitkan opini bahwa penunjukan Raffi Ahmad lebih banyak dipengaruhi oleh popularitas dibandingkan kapasitas komunikasi strategis seperti transisi signifikan ke gaya komunikasi yang diperlukan dalam tugas kenegaraan (Tiyar Mangulo, 2025).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai gaya komunikasi yang meneliti politikus maupun artis besar yang beralih menjadi politikus. Peran media sosial dalam mobilisasi politik memiliki kapasitas untuk membentuk opini publik dan memiliki pengaruh perilaku politik seorang Ridwan Kamil (Efendi et al., 2024). Keselarasan segala aspek menjadi kunci keberhasilan Ridwan Kamil dalam memanfaatkan media sosial sebagai strategis dalam bidang politik dan *personal branding*. Selain Ridwan Kamil, banyak politikus yang aktif memanfaatkan media sosial. Sebanyak 18 partai politik di Indonesia memanfaatkan media sosial untuk melakukan kampanye politik dengan strategi penggunaan media sosial (Fahruji & Fahrudin, 2023). Terdapat model seleksi fitur untuk klasifikasi profil selebriti berdasarkan penggunaan Twitter dengan

menganalisis fitur leksikal, sintaksis, simbolik, partisipasi, dan informasi pelengkap dari postingan artis untuk memperkirakan karakteristik demografis dan pengaruh mereka (Moreno-Sandoval et al., 2021). Hal ini menyoroti adanya perubahan dalam komunikasi politik dan budaya artis di era digital. Politisi dan selebriti menggunakan *platform* seperti Twitter dan Instagram untuk membangun citra publik yang lebih personal dan autentik yang pada gilirannya memengaruhi persepsi publik terhadap mereka (Manning et al., 2017).

Gaya komunikasi artis pada media sosial memiliki dampak signifikan terhadap keterlibatan masyarakat. Analisis teks otomatis untuk mengevaluasi bagaimana gaya linguistik dalam *tweet* selebriti memengaruhi komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) konsumen (Aleti et al., 2019). Studi ini menganalisis gaya naratif atau analitis, fokus internal atau eksternal, serta gaya emosional negatif/positif dalam *tweet* dari selebriti, pelatih pribadi, dan *blogger fashion*. Teori manajemen kesan dan komunikasi, serta pemahaman Kenneth Burke tentang retorika sebagai hal yang meresap dalam kehidupan, menunjukkan bagaimana strategi persuasi ini membentuk diskursus "*middle ground*" yang membuat pemahaman tanggung jawab sosial dan keberlanjutan yang berpusat pada bisnis tampak masuk akal dan membuat organisasi bisnis tampak dapat dipercaya dalam mengejar pembangunan berkelanjutan (Higgins & Walker, 2012). Selebriti menggunakan Twitter untuk membangun dan mempertahankan status mereka melalui praktik yang disebut "*celebrity practice*" (Alice E & Boyd, 2011). Penelitian tersebut menganalisis *tweet* dari 237 pengguna Twitter dengan jumlah

pengikut tinggi, selebriti menciptakan kesan keintiman dan akses "belakang panggung" melalui pengungkapan informasi pribadi, interaksi dengan penggemar, dan penggunaan bahasa serta referensi budaya tertentu. Studi ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan ilusi kedekatan antara selebriti dan penggemar, terdapat ketimpangan kekuasaan yang tetap ada dalam hubungan tersebut.

Meninjau dari beberapa hasil temuan penelitian terdahulu, kajian ini secara khusus bertujuan untuk mendapatkan gambaran hasil analisa gaya komunikasi publik politikus maupun artis yang terjun di dunia politik. Hal ini cukup menarik untuk di amati dan dikaji. Selain itu, hingga saat ini belum banyak penelitian akademik yang mengkaji gaya komunikasi pejabat negara yang berasal dari kalangan selebritas. Penelitian ini dilandasi oleh beberapa celah penting yang belum banyak disentuh dalam kajian komunikasi publik digital. Secara umum, studi sebelumnya masih terfokus pada figur resmi dalam pemerintahan seperti presiden, menteri, atau kepala daerah sementara tokoh non-konvensional yang diberi mandat kenegaraan belum banyak diteliti. Konteks ini, Raffi Ahmad sebagai figur hiburan yang ditunjuk sebagai Utusan Khusus Presiden, menjadi subyek kajian yang relevan untuk mengisi kekosongan kajian ilmiah tersebut. Dari aspek media yang digunakan, mayoritas penelitian terdahulu lebih mengandalkan *platform* berbasis teks seperti media cetak atau Twitter. Padahal, Instagram kini juga dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian informasi kebijakan secara visual dan interaktif. Oleh karena itu, studi ini memfokuskan analisis pada

Instagram terutama elemen foto, video, *caption*, hingga *story* untuk melihat bagaimana *platform* ini berfungsi sebagai medium komunikasi publik yang resmi.

Hal pendekatan teoritis, banyak studi hanya menggunakan kerangka kerja terkait citra atau fungsi media massa. Belum banyak yang mengeksplorasi gaya komunikasi teori dari Hamilton (Hamilton, 2011). Penelitian ini menawarkan kontribusi teoritis untuk memahami tujuan komunikasi publik dalam lingkungan digital. Berdasarkan segi metode, studi sebelumnya lebih sering menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini mengambil jalur berbeda dengan menerapkan analisis isi kuantitatif deskriptif berdasarkan metode Krippendorff, guna menangkap makna yang lebih dalam dan pola gaya komunikasi interpersonal dalam konten Instagram. Merujuk pada teori gaya komunikasi serta beberapa penelitian terdahulu dalam jurnal internasional bereputasi, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi analisis gaya komunikasi publik yang diterapkan oleh Raffi Ahmad setelah dilantik sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni yang ditampilkan dalam sosial media pada *platform* Instagram. Kebaruan utama penelitian ini adalah penentuan subyek penelitian ini adalah Raffi Ahmad, seorang aktor yang diberi posisi strategis sebagai Utusan Khusus Presiden di Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni. Pemberian posisi tersebut bukan karena latar belakang politik atau birokrasi melainkan pengaruh publiknya yang luar biasa. Hal ini membuka ruang baru untuk kajian gaya komunikasi dalam ranah media digital publik dengan menggunakan analisis isi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif

deskriptif dengan analisa data menggunakan analisis isi Krippendorff yang berjudul “Analisis Gaya Komunikasi Publik Raffi Ahmad Sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda & Pekerja Seni Melalui Akun Instagram.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan antara lain:

1. Bagaimana gaya komunikasi publik yang digunakan Raffi Ahmad sebagai Utusan Khusus Presiden berupa postingan visual foto, video, *reels*, dan *caption* Instagram @ukp_mudaseni_raffiahmad?
2. Apa saja dimensi gaya komunikasi yang dominan ditampilkan dan tujuan komunikasi Raffi Ahmad dalam menyampaikan pesan publik?
3. Bagaimana respons publik terhadap gaya komunikasi Raffi Ahmad sebagai Utusan Khusus Presiden di Instagram @ukp_mudaseni_raffiahmad?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah, menganalisis gaya komunikasi Raffi Ahmad setelah dilantik sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni melalui analisis isi yang tercermin pada mengidentifikasi tujuan komunikasi dan memetakan dimensi gaya komunikasi yang dominan berupa postingan visual foto, video, *reels*, dan *caption* yang digunakannya di Instagram resmi @ukp_mudaseni_raffiahmad.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

- 1) Menambah literatur dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai gaya komunikasi pemimpin publik.
- 2) Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait strategi komunikasi dalam kepemimpinan publik.

1.4.2. Manfaat Praktis

- 1) Memberikan wawasan bagi pemimpin publik dan figur publik mengenai pentingnya gaya komunikasi dalam membangun kepercayaan dan keterlibatan audiens.
- 2) Menjadi acuan bagi praktisi komunikasi, khususnya dalam merancang strategi komunikasi yang efektif bagi pemimpin muda dan figur publik.