

## Komunikasi Politik Anies Baswedan Menjelang Pilpres 2024: Perspektif Behavioral Approach

Leni Devinta<sup>1</sup>, M. Nur Rofiq Addiansyah<sup>2</sup>

Institut Agama Islam Negeri Kudus – Indonesia

### Abstract

As stated in Law Number 7 of 2017 and Law Number 10 of 2016 which mandates that in 2024 elections will be held simultaneously in one year including presidential elections, legislative elections, and regional head elections. This paper aims to discuss political communication carried out by one of the presidential candidates, namely Anies Baswedan ahead of the 2024 presidential election. The approach that the author uses in the further analysis is behavioral. This research is a study using a qualitative design. Because basically, this research was carried out through in-depth observation of the patterns of political communication carried out by a political actor, Anies Baswedan in welcoming his candidacy in the 2024 Presidential Election. The data obtained through intensive library research was then analyzed and elaborated on in the discussion as the findings in this study. In the end, this article finds that so far, Anies Baswedan has carried out various kinds of political communication to prepare himself to become a presidential candidate in the 2024 Presidential Election. In this research, it was found that among the many political communications that have been carried out by Anies, there are three that are prominent, namely through direct interaction with the masses, network of actors, and public relations politics.

Seperti yang telah tercantum dalam UU Nomor 7 Tahun 2017 dan UU Nomor 10 Tahun 2016 yang mengamanatkan bahwa pada tahun 2024 akan diadakan pemilu secara serentak dalam satu tahun meliputi pemilu presiden, pemilu legislatif, dan pemilihan kepala daerah. Tulisan ini bertujuan untuk membahas mengenai komunikasi politik yang dilakukan oleh salah satu calon presiden yaitu Anies Baswedan menjelang pilpres 2024. Adapun pendekatan yang Penulis gunakan dalam menganalisis lebih lanjut adalah melalui pendekatan *behavioral approach*. Penelitian ini merupakan suatu penelitian dengan menggunakan desain kualitatif. Karena pada dasarnya, penelitian ini dilaksanakan melalui pengamatan mendalam terhadap pola komunikasi politik yang dilakukan oleh suatu aktor politik, Anies Baswedan dalam menyongsong pencalonan dirinya dalam Pilpres 2024. Data yang didapat melalui penelitian kepustakaan intensif tersebut kemudian dianalisis dan dijabarkan dalam pembahasan sebagai temuan dalam penelitian ini. Pada akhirnya dalam tulisan ini ditemukan bahwa sejauh ini, Anies Baswedan telah melakukan berbagai macam komunikasi politik guna menyongsong dirinya menjadi bakal calon presiden dalam Pilpres tahun 2024. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa di antara banyaknya komunikasi politik yang telah dilakukan Anies, terdapat tiga yang paling menonjol, yaitu melalui interaksi langsung dengan massa, jejaring aktor, dan *public relations politics*.

**Keywords:** Political Communications; Anies Baswedan; 2024 Presidential Elections; Behavioral Approach

<sup>1</sup> **Korespondensi:** Leni Devinta (lenidevinta@gmail.com), Institut Agama Islam Negeri Kudus, Jalan Conge Ngembalrejo, Ngembal Rejo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59322

## Pendahuluan

Seperti yang telah tercantum dalam UU Nomor 7 Tahun 2017 dan UU Nomor 10 Tahun 2016 yang mengamanatkan bahwa pada tahun 2024 akan diadakan pemilu secara serentak dalam satu tahun meliputi pemilu presiden, pemilu legislatif, dan pemilihan kepala daerah (DPR RI, 2021). Walaupun tenggang massa menjelang pemilu atau pilpres tahun 2024 masih cukup lama, tetapi hal tersebut tidak serta merta membuat kondisi perpolitikan di Indonesia menjadi senyap. Mengawali pertarungan, Partai NasDem yang diketuai oleh Surya Paloh pada Senin, 3 Oktober 2022 telah resmi mendeklarasikan Anies Baswedan sebagai calon presiden (capres) pada pilpres 2024 (CNN Indonesia, 2022b). Menyusul pendeklarasian tersebut, komunikasi politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan maupun Partai NasDem begitu menarik perhatian masyarakat. Peralannya, bukan hanya melakukan komunikasi politik antar parpol, Anies juga melakukan komunikasi politik dengan rakyat sebagai langkah untuk mencari dukungan. Penulis menganggap bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan guna mengusung dirinya sebagai calon presiden ini layak untuk diteliti sebagai

refleksi aksi dan komunikasi calon-calon pemimpin tertinggi di Indonesia.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan tulisan ini yaitu suatu tulisan berjudul, *Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter* yang ditulis oleh Ashari Sakti Alim dan Dian Eka Rahmawati (Alim & Rahmawati, 2021). Melalui tulisan tersebut dapat dipahami bahwa sebagai Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan aktif melakukan komunikasi politik dengan masyarakat melalui media sosial Twitter. Dalam tulisan tersebut juga dapat diketahui bahwa komunikasi politik Anies sangat berfokus pada pelayanan publik, dan tidak membahas tentang dinamika politik. Selain itu, penelitian lain yang dianggap relevan dengan tulisan ini yaitu suatu tulisan yang berjudul, *Pola Komunikasi Politik Anies Baswedan Dalam Perspektif Sosiolinguistik di Media Sosial Instagram* yang ditulis oleh Nurul Hidayah dan Ratna Dewi Kartikasari (Hidayah & Kartikasari, 2021). Melalui tulisan ini dapat diketahui bahwa dalam melakukan komunikasi politik, Anies memiliki kecenderungan untuk menggunakan kosakata yang bersifat formal, dan menempatkan dirinya sebagai seorang abdi masyarakat. Berdasarkan penelitian terdahulu

tersebut, penulis mencoba memberikan pembaharuan pada penelitian berupa penambahan lingkup komunikasi, di mana komunikasi politik tidak hanya dilakukan dalam satu platform media sosial saja, tetapi juga secara langsung. Selain itu, Penulis mencoba untuk menfokuskan penelitian pada lingkup massa menjelang Pilpres 2024 saja.

Tulisan ini bertujuan untuk membahas mengenai komunikasi politik yang dilakukan oleh salah satu calon presiden yaitu Anies Baswedan menjelang pilpres 2024. Adapun pendekatan yang Penulis gunakan dalam menganalisis lebih lanjut adalah melalui pendekatan *behavioral approach*. Tulisan ini dianggap penting ditulis sebagai urgensi pengetahuan akan komunikasi politik yang dilakukan oleh tokoh yang mencalonkan diri sebagai calon presiden 2024. Selain itu, tulisan ini dianggap penting karena pendekatan yang digunakan layak untuk diangkat sebagai pisau analisis. Bukti nyata di lapangan yang menunjukkan komunikasi politik oleh Anies Baswedan adalah dengan menggelar dialog dengan salah satu demonstran sebagai perwakilan, dengan disaksikan secara langsung oleh demonstran lainnya (Merdeka, 2022). Dalam foto yang beredar di media-media online, nampak

Anies Baswedan tengah duduk bersila dikelilingi oleh masyarakat pengunjung rasa. Aksi ini diambil Anies menjelang akhir masa jabatannya sebagai Gubernur DKI Jakarta, juga setelah deklarasi resmi dari Partai Nasdem untuk mengukung Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 (Kompas, 2022).

Argumentasi sementara yang dapat Penulis paparkan mengenai komunikasi politik yang dilakukan Anies Baswedan menjelang Pilpres 2024 adalah melalui interaksi secara langsung, jejaring aktor politik, dan melalui *public relations politics*. Melalui perspektif yang diambil yaitu *behavioral approach*, dapat diperkirakan bahwa segala perilaku, tindakan atau pemikiran Anies Baswedan guna menyongsong pencalonan dirinya, akan dinilai sebagai komunikasi politik. Melihat pola komunikasi Anies Baswedan yang sedikit berbeda apabila dibandingkan dengan saat ia baru saja menjadi Gubernur DKI Jakarta, menunjukkan bahwa ia telah siap untuk bertarung dalam dinamika pencalonan presiden nantinya. Pola komunikasi politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan dan Partai Nasdem selaku parpol yang mengusungnya ini lah yang kemudian oleh Penulis berusaha untuk diteliti. Maka dari itu, Penulis menganggap

bahwa pendekatan perilaku (*behavioral approach*) akan sangat cocok untuk dijadikan pendekatan dalam penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pola komunikasi yang dilakukan Anies Baswedan melalui interaksi secara langsung? 2) Bagaimana pola komunikasi yang dilakukan Anies Baswedan melalui jejaring aktor? 3) Bagaimana pola komunikasi yang dilakukan oleh Anies Baswedan melalui *Public Relations Politics*?

### **Metode Penelitian**

Tulisan ini dibuat melalui suatu penelitian dengan menggunakan desain kualitatif. Karena pada dasarnya, penelitian ini dilaksanakan melalui pengamatan mendalam terhadap pola komunikasi politik yang dilakukan oleh suatu aktor politik, Anies Baswedan dalam menyongsong pencalonan dirinya dalam Pilpres 2024. Lebih lanjut, penelitian ini juga akan mengaitkan hasil pengamatan akan komunikasi politik Anies dengan pendekatan perilaku (*behavioral approach*). Merupakan suatu penelitian menggunakan data sekunder, di mana sumber informasi yang digunakan sebagai referensi didapat melalui kajian-kajian literature yang berasal dari portal berita di antaranya:

CNN Indonesia, Tempo.co, Kompas.com, Detik.com, Tribun Palu, Suara.com, dan lain sebagainya. Selain itu kajian literature juga didapat dari beberapa rumah jurnal seperti: Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Jurnal Public Relations, Papua Law Journal, Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra dan Pengajarannya, serta Jurnal Academia Praja. Lebih lanjut, kajian literature juga didapat melalui buku-buku dan portal resmi lembaga pemerintahan seperti DPR RI. Setelah melakukan kajian literature, data yang didapat melalui penelitian kepustakaan intensif tersebut kemudian dianalisis dan dijabarkan dalam pembahasan sebagai temuan dalam penelitian ini.

### **Kajian Teori**

#### **Behavioral Approach**

*Behavioral Approach* atau pendekatan perilaku menekankan identifikasi pada perilaku-perilaku yang dilakukan oleh subjek yang diteliti atau yang dalam hal ini adalah pemimpin. Teori pendekatan perilaku mengedepankan bagaimana aktualisasi cara yang dilakukan oleh pemimpin dalam berperilaku guna mempengaruhi orang lain (Supriono & A'yun, 2020).

Berdasarkan teori ini, pendekatan dapat dilakukan ketika menganalisis perilaku subjek ketika melakukan kegiatan yang memungkinkannya terlibat dengan suatu individu atau kelompok. Pandangan dalam teori ini mengatakan bahwa kepemimpinan dapat dipelajari berdasarkan pola tingkah laku, dan bukan dari sifat yang dimiliki (Supriono & A'yun, 2020). Melalui pendekatan teori perilaku ini juga dapat diambil pemahaman bahwa keberhasilan atau kegagalan suatu kepemimpinan ditentukan oleh perilaku dan sikap yang dilakukan oleh subjek bersangkutan (Laili et al., 2023). Gaya kepemimpinan ini dapat ditemukan dan analisis dari kegiatan sehari-hari yang dilakukan. Bagaimana pemimpin tersebut berkomunikasi verbal, menjalin interaksi sosial, bersikap ketika menghadapi permasalahan, dan lain sebagainya. Indikator-indikator tersebut dapat dimasukkan kedalam strategi komunikasi politik suatu pemimpin.

Dalam pendekatan perilaku, aspek-aspek yang difokuskan seperti bagaimana seorang pemimpin melakukan komunikasi, bagaimana mereka melakukan delegasi, bagaimana mereka memotivasi bawahan, dan sebagainya (Laili et al., 2023). Pada dasarnya, perilaku dapat dipelajari,

sehingga terdapat kemungkinan mereka yang mendapatkan pelatihan dan pendidikan yang memadai mengenai kepemimpinan akan otomatis menjadi pemimpin yang efektif (Supriono & A'yun, 2020). Pendekatan teori perilaku kemudian dapat melahirkan teori perilaku kepemimpinan. Teori didasarkan pada keyakinan bahwa pemimpin yang hebat dan efektif bukan dilahirkan tetapi hasil dari bentukan dan pada sejatinya dapat dibentuk. Selanjutnya, teori ini berfokus pada tindakan (aktualisasi sikap) dari subjek atau pemimpin, dan bukan dari kualitas mental atau internal. Pendekatan menggunakan teori ini juga memungkinkan untuk digunakan menyelidiki bagaimana perilaku seorang pemimpin mempengaruhi kepuasan dan kinerja bawahan (Laili et al., 2023).

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Interaksi Secara Langsung**

Dewasa ini, walaupun jarang sekali terlihat pejabat pemerintahan maupun aktor politik yang bersedia untuk menemui massa secara langsung, tetapi Anies Baswedan belakangan berani mendobrak stigma tersebut. Pada hari terakhirnya bertugas di Balai Kota, Anies

Baswedan selaku Gubernur DKI Jakarta dan Ahmad Riza Patria selaku Wakil Gubernur DKI Jakarta menemui massa aksi dari Koalisi Perjuangan Warga Jakarta (KOPAJA), Jumat, 14 Oktober 2022 (CNN Indonesia, 2022c). Pada lokasi demonstrasi sekaligus diadakannya dialog, Anies mendengar keluhan sejumlah warga, salah satunya adalah tentang tuntutan pencabutan Peraturan Gubernur Nomor 207 Tahun 2016 tentang Penerbitan Pemakaian/Penguasaan Tanah Tanpa Izin yang Berhak (CNN Indonesia, 2022c). Merespons tuntutan tersebut, terlebih dahulu Anies menyampaikan terima kasih kepada KOPAJA yang selama ini telah memikirkan dan memperjuangkan warga Jakarta. Menurut Anies, aksi ini merupakan sebuah tanggung jawab moral yang tidak kecil. Dan menjawab tuntutan pencabutan Peraturan Gubernur era Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok tersebut sedang dalam prosedur, dan memerlukan waktu (CNN Indonesia, 2022c).

Selain itu, Anies Baswedan juga melakukan komunikasi politik melalui interaksi secara langsung dengan menghadiri deklarasi relawan kelompoknya, IndonesiAnies untuk Pilpres 2024 di Jakarta Convention

Center (JCC) pada Rabu, 2 November 2022 (CNN Indonesia, 2022a). Deklarasi kelompok relawan tersebut dihadiri oleh ribuan simpatisan dan pendukung Anies dari sejumlah organisasi. Pada dasarnya, kelompok relawan ini dideklarasikan untuk mendukung Anies dalam Pilpres 2024. Sebelumnya, Anies telah resmi dideklarasikan sebagai calon presiden oleh Ketua Umum Partai NasDem, Surya Paloh pada 3 Oktober 2022. Sementara itu, Anies dalam sambutannya mengucapkan terima kasih kepada relawan pendukungnya (CNN Indonesia, 2022a). Selain itu, ia juga membahas mengenai perubahan suatu negara agar menjadi lebih baik. Lebih lanjut, Anies mengatakan bahwa saat ini merupakan momentum perubahan, di mana momentum tersebut sama seperti apa yang telah ia lakukan sebelumnya di Jakarta. Ia memaparkan bahwa Tuhan tidak akan merubah nasib suatu kaum kecuali mereka mengusahakannya (CNN Indonesia, 2022a).

### **Jejaring Aktor**

Komunikasi berupa jejaring aktor juga dilakukan oleh bakal calon presiden 2024, Anies Baswedan. Pada Jumat, 18 November, 2022, Anies melakukan pertemuan dengan 3 elite partai politik

calon Koalisi Perubahan di Tebet, Jakarta Selatan (Faris, 2022). Partai tersebut terdiri atas Partai NasDem, Demokrat, dan PKS. Menurutnya, pertemuan tersebut diadakan sebagai cerminan solidaritas dan kebersamaan antara sesama partai yang rencananya akan meresmikan koalisi untuk mengusung Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden pada Pilpres 2024 (Faris, 2022). Anies juga menyebutkan bahwa di belakang kamera, ketiga partai tersebut memang rutin melakukan pertemuan. Walaupun deklarasi dan pengumuman resmi koalisi belum dilakukan, Anies tetap yakin dengan komunikasi politik melalui jejaring aktor yang ia lakukan akan membuat ketiga partai tersebut semakin solid dan mampu mewujudkan misi akhir berupa perubahan dan perbaikan (Faris, 2022).

Lebih lanjut dalam pertemuan tersebut, Anies Baswedan terlihat diapit oleh Wakil Ketua Majelis Syura PKS Sohibul Iman dan Sekjen Partai Demokrat Teuku Riefky Harsa (Budi, 2022). Selain itu dalam pertemuan ini juga hadir Ketua DPP Demokrat Willy Aditya dan Ketua Mahkamah Partai NasDem Saur Hutabarat. Terlihat pula juru bicara PKS Pipin Sopia. Bukan hanya itu, Ketua DPP PAN Widdi Aswindi dan Sudirman Said juga terlihat hadir. Tidak

cukup dengan pertemuan tersebut, Ketua DPP Demokrat Willy Afitya mengatakan bahwa setiap minggu diadakan agenda rutinan di lokasi yang berbeda-beda dan tidak semuanya terekspos kamera (Budi, 2022). Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat diambil pengertian bahwa komunikasi politik melalui jejaring aktor yang dilakukan Anies Baswedan sudah gencar dilakukan guna memastikan koalisi pengusungan dirinya terbentuk dengan baik.

Koalisi juga terjadi antara Demokrat dan NasDem. Duet antara Anies Baswedan dan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) juga terlihat sedang digaungkan. Partai Demokrat mendorong AHY untuk mendampingi Anies sebagai calon wakil presiden nantinya. Mengingat, Anies sudah terlebih dulu diumumkan sebagai calon presiden pada Pilpres 2024 nantinya. Jejaring aktor ini dinilai pas untuk mempresentasikan ide perubahan dan perbaikan sesuai dengan aspirasi rakyat (Santoso, 2022). Lebih lanjut, secara khusus jejaring aktor dan koalisi ini disiapkan untuk menghadapi calon presiden dan wakil presiden lainnya yang digadang-gadang mendapat dukungan atau *endorse* dari Presiden Jokowi (Santoso, 2022). Mereka

meyakini bahwa dengan gabungan Anies dan AHY ini, memungkinkan untuk memperoleh probabilitas tertinggi untuk memenangkan Pilpres 2024 nantinya.

Selain itu, Anies Baswedan juga belakangan dikait-kaitkan dengan mantan Panglima TNI Andika Perkasa. NasDem sebagai partai politik yang menaungi Anies pun menyatakan kalau Andika Perkasa memiliki tempat spesial di partai (Ruliansyah, 2022). Nasdem juga mengakui bahwa ia akan segera membua komunikasi dengan Andika pada tahun 2023 (Ruliansyah, 2022). Jika memang Anies Baswedan Andika Perkasa memang menjadi calon presiden dan wakil presiden nantinya, maka hal ini akan membawa banyak keuntungan bagi Anies maupun NasDem itu sendiri. Dengan Adanya Andika, maka citra buruk Anies pada Pilkada DKI Jakarta sebelumnya akan berkemungkinan luntur. Pada dasarnya, Andika memiliki citra nasionalis, dan hal ini akan sangat membantu memulihkan citra Anies sebelumnya. Melalui jejaring aktor ini, baik Anies maupun Partai NasDem bisa membuka peluang untuk menang dalam Pemilu 2024 nantinya.

Berbagai macam jejaring aktor yang dilakukan oleh Anies Baswedan bukan

tanpa alasan. Walaupun tenggang waktu dengan pelaksanaan Pilpres masih cukup lama, tetapi strategi koalisi harus mulai terbentuk. Hal ini guna mengatur strategi untuk kemenangan partai maupun calon nantinya. Citra politik yang dibangun dengan menggunakan strategi koalisi ini dinilai sangat ampuh untuk tujuan politik. Anies yang memiliki cita Islam yang lekat, harus mampu menggaet calon wakil presiden dengan seksama guna memperbaiki citranya tersebut. Baik Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) atau Andika Perkasa dianggap mampu untuk mewujudkan citra nasionalis yang selama ini kurang terlihat dari diri Anies Baswedan. Momentum koalisi ini lah yang sepatutnya digunakan untuk memikirkan secara mendalam apa keuntungan dan kelebihan apabila ingin melakukan jejaring aktor.

### **Public Relations Politics**

Komunikasi politik yang saat ini juga tengah gencar dilakukan oleh Anies Baswedan adalah safari politik. Setelah berkunjung ke Medan, Solo, Tasikmalaya, dan Jawa Barat, bakal calon presiden pada Pilpres 2024 ini juga dijadwalkan akan melakukan safari politik ke Papua (Nariswari, 2022).



Mandat ini diberikan oleh Partai NasDem selaku partai pengusung Anies, untuk melakukan kunjungan ke sejumlah daerah, termasuk diantaranya Papua pada Natal tahun ini. Direktur Eksekutif Lingkar Madani, Ray Rangkuti menyebutkan bahwa safari politik menjadi cara untuk memulihkan citra politik identitas yang mengikuti Anies Baswedan sejak Pilkada DKI (Nariswari, 2022). Ia juga mengatakan bahwa dengan strategi komunikasi politik melalui safari politik tersebut dapat merubah citra Anies menjadi pemimpin yang nampak toleran. Selain itu Ray juga menyebutkan bahwa safari politik penting dilakukan bukan hanya untuk elektabilitas Anies saja, tetapi juga untuk citra NasDem. Oleh karena itu, NasDem perlu melakukan upaya untuk membantu mengubah citra Anies tersebut (Nariswari, 2022).

Namun, strategi yang ditempuh oleh Anies Baswedan dan partai politiknya tersebut nyatanya tidak serta merta berjalan lancar, karena bisa dianggap melanggar aturan kampanye. Kampanye secara resmi baru boleh diadakan pada November 2023. Ketua Bawaslu menyatakan bahwa Anies Baswedan telah mencuri start kampanye, tapi belum pasti apakah ia melanggar aturan atau tidak (Fikri, 2022). Pembelaan yang

diungkapkan oleh Anies dan partainya, bahwa dalam kegiatan safari politiknya tersebut, ia hanya melakukan sosialisasi dan bukan melakukan kampanye untuk mengajak masyarakat untuk memilihnya (Fikri, 2022). Hal ini wajar dilakukan oleh Anies sebagai upaya untuk mendengar aspirasi masyarakat di seluruh Indonesia, oleh karena itu ia melakukan safari politik. Terlebih lagi, Anies belum secara definitif terdaftar resmi sebagai calon presiden dalam pemilu 2024. Maka dari itu, ia tidak bisa dianggap melanggar aturan kampanye.

Roger dan Storey mendefinisikan kampanye sebagai “*serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dan memiliki tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu*” (Heryanto & Rumar, 2013). Dalam politik, setiap kandidat atau peserta pemilihan memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan kampanye, sesuai ketentuan atau perundang-undangan yang berlaku. Walaupun pada dasarnya, massa kampanye masih akan terjadi dalam waktu yang lama, tetapi bagi Anies Baswedan yang telah resmi mendeklarasikan pencalonannya, tentu harus melakukan langkah-langkah untuk sekiranya dapat menarik simpatisan

masyarakat. Komunikasi politik menurut Miriam Budihardjo merupakan salah satu fungsi partai politik untuk menyalurkan beragam pendapat dan aspirasi masyarakat serta mengaturnya sedemikian rupa untuk di perjuangkan menjadi kebijakan politik (Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, 2014). Sedangkan menurut McQuail dalam Swanson 1990 menyatakan bahwa komunikasi politik merupakan sebuah studi interdisipliner yang dibangun atas berbagai macam disiplin ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik.

Strategi yang diambil oleh Anies Baswedan guna menyongsong dirinya sebagai bakal calon presiden pada Pilpres tahun 2024 banyak diantaranya merupakan komunikasi politik. Jika dilihat menggunakan perspektif pendekatan perilaku (*behavioral approach*), pembahasan mengenai perilaku politik yang diambil guna mencapai tujuan, baik itu berupa tindakan, komunikasi, maupun pemikiran merupakan suatu aksi politik. Sejalan dengan hal tersebut, Anies Baswedan setelah pendeklarasian resminya, telah melakukan berbagai macam tindakan yang memanfaatkan komunikasi politik guna mencapai tujuannya. Pertama, interaksi secara

langsung dengan massa demonstrasi merupakan kontras yang begitu terlihat jika dibandingkan dengan pemimpin atau aktor lainnya yang jarang mau melakukan hal tersebut. Bukan hanya untuk memenuhi dan menjawab tuntutan demonstran, komunikasi politik tersebut dilakukan untuk membangun citra publik, bahwa Anies merupakan pemimpin yang demokratis, dan terbuka atas segala perbedaan pendapat. Strategi ini juga dilakukan guna memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok pemimpin yang siap dan mau untuk menerima kritik dari masyarakat. Selain itu, citra ini juga secara tidak langsung memperlihatkan Anies sebagai pelayan masyarakat (*servent leader*).

Interaksi secara langsung Anies Baswedan ini dilakukan guna mewujudkan citra pemimpin yang mau untuk terjun lapangan dan mendengarkan aspirasi rakyatnya. Lebih lanjut, citra politik yang coba dibangun oleh Anies adalah sebagai pemimpin yang pro terhadap masyarakat. Narasi pemimpin sebagai pelayan rakyat dianggap cocok dan masih ideal untuk menarik perhatian pemilih nantinya. Karena dengan narasi tersebut, dapat dipahami bahwa pemimpin yang akan dipilih nantinya haruslah yang dapat

mengakomodir kepentingan semua masyarakat, dan mampu mengutamakan ketimbang kepentingan sendiri. Lebih lanjut, tindakan ini diambil oleh Anies Baswedan guna menciptakan citra pemimpin yang menerima dan tidak takut untuk dikritik. Berbeda dengan pemimpin terdahulu yang enggan untuk menemui masyarakat yang berdemo secara langsung, Anies sudah mulai mencoba mematahkan stigma tersebut dan membuat citra beraninya di mata masyarakat.

Strategi selanjutnya yang dilakukan oleh Anies Baswedan adalah melalui jejaring antar sesama aktor politik. Jaringan komunikasi merupakan suatu saluran untuk menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain (Sulistiawati, 2018). Pada level politik, jaringan dapat digunakan untuk gerakan sosial, bahkan menentukan kemenangan seorang kandidat (Sulistiawati, 2018). Dalam hal ini, jejaring yang dibangun merupakan suatu koalisi partai politik. Pada dasarnya, koalisi yang dibangun pada Pemilu Presiden bukan hanya merupakan kepentingan sesaat. Namun koalisi tersebut juga akan dikembangkan dalam rangka merebut kekuasaan legislatif (Wospakrik, 2018). Oleh karena itu, diperlukan waktu yang cukup lama

untuk benar-benar membentuk koalisi dan meresmikannya. Anies Baswedan sebagai calon presiden yang diusung dalam Pilpres tahun 2024 harus mampu mengeluarkan kemampuan dalam komunikasi politiknya untuk meyakinkan dan menggaet masing-masing petinggi dari parpol yang tergabung dalam koalisi. Bukan tanpa alasan, NasDem sebagai partai pengusung Anies harus mampu membentuk koalisi, karena pada dasarnya jumlah suara yang diperoleh tidaklah cukup untuk memenuhi ambang batas dalam proses pencalonan. Hal ini juga lah yang melatarbelakangi pengumuman Anies Baswedan lebih cepat daripada bakal calon presiden lainnya.

Selain itu, Anies Baswedan juga melakukan *public relations politics* sebagai salah satu strategi di Pemilihan Presiden tahun 2024 nantinya. *Public relations politics* atau biasa disebut PR politik merupakan suatu proses manajemen di mana organisasi atau aktor politik memiliki suatu tujuan yang dicapai melalui tindakan yang bertujuan untuk mempengaruhi dan membangun, serta memelihara hubungan dan reputasi yang baik dengan publik, sebagai usaha untuk mendapat dukungan dan mencapai tujuannya (Pissa, 2022).

Sedangkan tujuan umum dari *public relations politics* antara lain (Pissa, 2022): 1) menciptakan kolideritas dan solidaritas internal organisasi mellaui upaya pelayanan public internal sehingga seluruh komponen dan sumber daya politik bisa dimaksimalkan guna mewujudkan tujuan organisasi. 2) menjembatani hubungan organisasi dengan public eksternal dalam rangka menumbuhkan kesepahaman dan dukungan atas sejumlah program dan tujuan organisasi 3) mendapatkan solusi atas berbagai permasalahan dan isu dalam dinamika politik yang terjadi 4) mengetahui secara pasti posisi kekuatan dan kelemahan serta peluang yang dapat diambil di tengah hubungannya dengan berbagai pihak di internal maupun eksternal organisasi melalui evaluasi yang sistematis.

Mengingat bahwa citra identitas politik begitu melekat pada Anies Baswedan sejak Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta tahun 2017. Melalui komunikasi PR politik ini, Anies Baswedan akan berkesempatan untuk memperbaiki citra dirinya dimata masyarakat. Pencitraan politik merupakan suatu pencitraan panjang yang dilakukan oleh suatu aktor maupun partai politik dengan menggunakan nilai-nilai partai yang dimanfaatkan

sebagai solusi kehidupan dalam masyarakat (Wasesa, 2011). pada dasarnya, pencitraan politik ini tidak hanya dilakukan setiap kampanye lima tahun sekali, lebih dari itu pencitraan politik harus dilakukan setiap hari (Wasesa, 2011). Oleh karena itu meskipun belum masanya melakukan kampanye, Anies sudah melakukan gencatan-genjatan strategi guna mengatur citranya memperbaiki citranya di muka publik. Walaupun terdapat berbagai macam tanggapan dari aktor mapun lawan politiknya, sampai saat ini Anies Baswedan terpantau masih konsisten menjalankan safari politiknya ke berbagai macam daerah di Indonesia. Selain itu, Partai NasDem juga perlu untuk mendukung Anies dengan strategi komunikasi politiknya agar citra nasionalis yang selama ini menjunjung namanya, tetap dapat dipertahankan.

### **Kesimpulan**

Sejauh ini, Anies Baswedan telah melakukan berbagai macam komunikasi politik guna menyongsong dirinya menjadi bakal calon presiden dalam Pilpres tahun 2024. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa di antara banyaknya komunikasi politik yang telah dilakukan

Anies, terdapat tiga yang paling menonjol, yaitu melalui interaksi langsung dengan massa, jejaring aktor, dan *public relations politics*. Pertama, interaksi secara langsung dengan massa demonstrasi merupakan kontras yang begitu terlihat jika dibandingkan dengan pemimpin atau aktor lainnya yang jarang mau melakukan hal tersebut. Strategi selanjutnya yang dilakukan oleh Anies Baswedan adalah melalui jejaring antar sesama aktor politik. Sejauh ini, jejaring aktor bukan hanya sebatas pasa koalisi saja, tetapi Anies dan Nasdem mulai mencoba untuk mencari calon yang pas guna dijadikan sebagai calon wakil presiden nantinya. Selain itu, Anies Baswedan juga melakukan *public relations politics* melalui kegiatan safari politik ke wilayah-wilayah di seluruh Indonesia. Melalui komunikasi politik ini, Anies Baswedan akan berkesempatan untuk memperbaiki citra dirinya dimata masyarakat.

Keterbatasan dalam penelitian ini berupa kurangnya data priemer yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian. Kemudian, keterbatasan waktu serta belum lengkapnya analisis akibat tenggang waktu yang masih jauh antara proses penelitian dan kejadian yang diteliti, yaitu Pemilu 2024. Saran bagi penulis selanjutnya, diharapkan

dapat menambahkan data priemer sebanyak-banyaknya, entah dari observasi lapangan, atau dari wawancara. Dan juga, diharapkan agar peneliti selanjutnya, dapat mempersiapkan dan memperhitungkan waktu untuk menganalisa agar sekiranya data yang dimiliki lebih lengkap. Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam tulisan ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan sangat penulis terima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alim, A. S., & Rahmawati, D. E. (2021). Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter. *Jurnal Academia Praja*, 4(2), 441–453. <https://doi.org/10.36859/jap.v4i2.334>.
- Budi, M. (2022). *Tim Kecil “Koalisi Perubahan” Akan Bertemu Lagi di Rumah Makan Coto Makassar*. Detik.Com.
- CNN Indonesia. (2022a). *Anies Hadiri Deklarasi Relawan Pilpres 2024 Indonesia*. Cnnindonesia.Com.
- CNN Indonesia. (2022b). *Dinamika Politik Usai NasDem Deklarasi Anies Baswedan Capres*. Cnnindonesia.Com.
- CNN Indonesia. (2022c). *Hari Terakhir di Balai Kota, Anies Temui Massa Demonstran*. Cnnindonesia.Com.
- DPR RI. (2021). *Sesuai Amanat UU, Pemilu Serentak Dilaksanakan 2024*. Dpr.Go.Id. <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/34416/t/Sesuai+Amanat+UU%2C+Pemilu+Serentak+Dilaksanakan+2024>.
- Faris, A. F. (2022). *Makan Bareng Partai Koalisi, Anies Baswedan Ingin Tunjukkan Mereka Solid*. Viva.Co.Id.
- Fikri, D. T. (2022). *Fakta-fakta Safari Politik Anies Baswedan Berbau Kampanye? Bawasl: Curi Start tapi Tak Melanggar*. Tempo.Co.
- Heryanto, G. G., & Rumaru, S. (2013). *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar* (R. Sikumbang (ed.); 1st ed.). Penerbit Ghalia Indonesia. [file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dokumen 135.pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dokumen%20135.pdf).
- Hidayah, N., & Kartikasari, R. D. (2021). Pola Komunikasi Politik Anies Baswedan dalam Perspektif Sociolinguistik di Media Sosial Instagram. *Matapena: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 4(1), 1–8.
- Kompas. (2022). *Nasdem Resmi Deklarasikan Anies Baswedan Jadi Capres 2024*. Kompas.Com.
- Laili, W., Ishaq, M., & Anshori, M. I. (2023). *Kajian Teori Behavioral Approach Of Leadership : Studi Literatur Review*. 1(3).
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2014). Pengertian Komunikasi Politik. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1–25.
- Merdeka. (2022). *Sambil Lesehan, Anies Baswedan Temui Pendemo di Akhir Masa Jabatan*. Merdeka.Com.
- Nariswari, A. V. (2022). *Soal Rencana Safari Politik ke Papua, Pengamat Sebut Bisa Jadi Cara Pulihkan Citra Anies*. Suara.Com.
- Pissa, A. A. A. L. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. *Jurnal Public Relations*, 3(1), 9–17. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/1015%0Ahttps://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/download/1015/681>.

- Ruliansyah, M. (2022). *Gabungan Islam dan Nasionalis, Pengamat Sebut Duet Anies-Andika Ideal Maju Pilpres 2024*. Tribun Palu.
- Santoso, B. (2022). *Demokrat Gaspol Dukung Terus AHY Jadi Duet Anies: Paling Pas Hadapi Calon Jokowi*. Suara.Com.
- Sulistiawati, A. (2018). Analisis Jaringan Komunikasi Tingkat Kelompok dalam Gapoktan. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 2(2), 155–168. <https://doi.org/10.29244/jskpm.2.2.155-168>.
- Supriono, & A'yun, Q. (2020). Behavior Theory of Leadership. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(1), 79–91. [www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id](http://www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id).
- Wasesa, S. A. (2011). *Political Branding & Public Relations*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wospakrik, D. (2018). Koalisi Partai Politik Dalam Sistem Presidensial di Indonesia. *Papua Law Journal*, 1(1), 142–161. <https://doi.org/10.31957/plj.v1i1.585>.