

Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan

Dolly Indra^{1*}, Umaimah Wahid²

^{1,2} Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

*Corresponding author, Email: d.iindra14@gmail.com

ABSTRACT

Anies Baswedan as the winner of the Pilkada became the center of attention of most Indonesian people. Although Anies Baswedan is relatively new to politics, from a number of names of political figures who are being discussed this year, Anies has continued to attract public attention throughout the year. Changes that occur in the practice of political communication today using the internet media certainly bring some unexpected advantages. These phenomena then attracted researchers to see more about the figure of Anies Baswedan. This article is a review of several concentrated articles in this review. The research method used is a Systematic Literature Review. The data used in the database search were conducted for publication titles, abstracts, and the keyword "Anies Baswedan" in 10 (ten) electronic databases from the source <https://scholar.google.com/>. The databases were selected based on their perceived relevance to the topic. From the penetration of literature review, it can be revealed that the stigma of society towards Anies Baswedan's leadership with his digital communication tends to be positive. In this case pouring it out on social media makes the public give a positive response.

Keywords: *Anies Baswedan, digital communication, political communication*

ABSTRAK

Anies Baswedan sebagai pemenang Pilkada menjadi pusat perhatian sebagian besar masyarakat Indonesia. Meski Anies Baswedan tergolong baru di dunia politik, dari sejumlah nama-nama tokoh politik yang ramai diperbincangkan tahun ini, Anies tetap menyita perhatian publik sepanjang tahun. Perubahan yang terjadi dalam praktik komunikasi politik dewasa ini dengan menggunakan media internet tentunya membawa beberapa kelebihan yang tidak diperkirakan sebelumnya. Fenomena-fenomena ini kemudian membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai sosok Anies Baswedan. Artikel ini merupakan sebuah review dari beberapa artikel-artikel konsen dalam review ini. Metode penelitian yang digunakan adalah *Systematic Literature Review*. Pengumpulan data dalam pencarian database dilakukan untuk judul publikasi, abstrak, dan kata kunci "Anies Baswedan" dalam 10 (sepuluh) database elektronik dari sumber <https://scholar.google.com/>. Database dipilih berdasarkan relevansi yang dirasakan dengan topik. Dari hasil penilitan kajian pustaka dapat disimpulkan bahwa stigma masyarakat terhadap kepemimpinan Anies Baswedan dengan komunikasi digitalnya cenderung ke arah positif. Dalam hal ini menuangkan pendapatnya di media sosial menjadikan masyarakat memberikan respon yang positif.

Kata kunci: Anies Baswedan, digital komunikasi, komunikasi politik

Pendahuluan

Pesta demokrasi PILKADA (Proses Pemilihan Kepala Daerah) DKI Jakarta 2017 memberikan dampak yang berkepanjangan

bagi demokrasi di Indonesia. Anies Baswedan sebagai pemenang pilkada menjadi pusat perhatian sebagian besar masyarakat Indonesia. Sebagai Gubernur

DKI Jakarta Anies Baswedan merupakan aktor politik yang jeli mengomunikasikan dirinya dari berbagai sisi. Tak jarang apa yang dilakukannya menjadi satu kontroversi tersendiri dalam perpolitikan Indonesia. (Halim 2020).

Meski Anies Baswedan tergolong baru di dunia politik dan sejumlah nama tokoh politik yang ramai diperbincangkan masyarakat tahun ini, Anies tetap menyita perhatian publik sepanjang tahun. Abdur Rahman Baswedan seorang pejuang nasional yang juga kakek dari Anies Baswedan, yang didaulat sebagai Menteri Muda Penerangan pada 1946. Anies juga lebih dikenal sebagai tokoh pendidikan karena kontribusinya di bidang pendidikan. Anies dikenal sebagai pendiri Yayasan Indonesia Mengajar dan juga rektor Universitas Paramadina. Anies Baswedan memang dikenal sebagai aktivis pada masa bekuliah di UGM pada tahun 1989-1995, kemudian pindah ke Amerika untuk melanjutkan pendidikan. Anies yang memiliki banyak prestasi di dunia akademis tiba-tiba muncul kembali di kancah politik. (Priyadi 2018).

Pada pemilu Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 tim pemenangan Anies Baswedan dan pasangannya Sandiaga Uno memanfaatkan teknologi digital untuk mendekati pemilih generasi muda. Hal ini

menjadikan Anies Baswedan aktif di dunia media social. Tak jarang aktifitas yang dilakukannya tersebut menyita perhatian masyarakat Jakarta pada umumnya dan seluruh masyarakat Indonesia. (Waluyo 2019; Asri 2018).

Pengaruh media sosial dalam komunikasi politik di kehidupan sehari-hari sangat kental, sebab dalam aktivitasnya manusia selalu melakukan komunikasi dan berinteraksi dengan manusia lainnya. Dalam percakapan sehari-hari tidak lepas dari perbincangan politik, dari percakapan soal harga sembako, BBM dan juga masalah pemerintahan. Komunikasi politik adalah suatu elemen yang dinamis yang menentukan sosialisasi dan partisan politik, hal ini menjadi corak perilaku insan politik itu sendiri. Komunikasi politik merupakan penyampaian pesan yang diarahkan pencapaian dan pengaruh sehingga segala permasalahan oleh kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat semua unsur kelompok. Menurut (Wahid 2012) Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintah, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa

dipahami sebagai komunikasi antara "yang memerintah" dan "yang diperintah". (Hafsi 2019; Muslimin 2020).

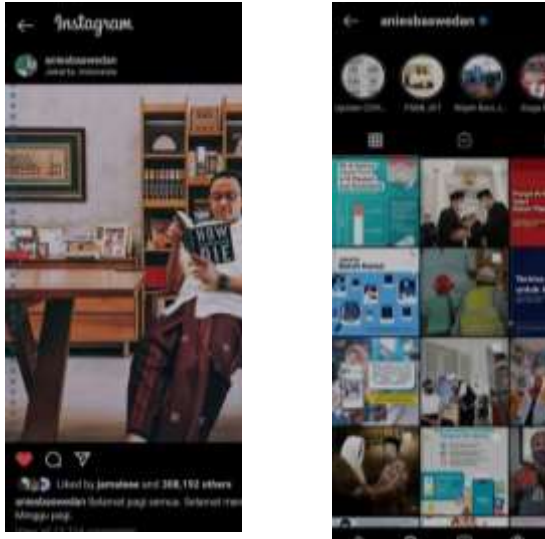
Dengan menggunakan media internet dewasa ini terjadi perubahan dalam praktik komunikasi politik, dan tentunya ada beberapa kelebihan yang sebelumnya tidak diperkirakan. Pesan komunikasi politik dapat dengan mudah karena tidak terbatas, demikian pula dengan jangkauan khalayaknya juga yang semakin luas. Media sosial adalah satu-satunya yang dijadikan wadah dalam melakukan komunikasi oleh masyarakat dengan dukungan jaringan internet. Penggunaan media sosial di era keberlimpahan informasi dan kemajuan teknologi berbasis internet menjadi media seorang tokoh atau pejabat publik dalam membangun citra politiknya. Kemampuan menciptakan ruang dialog antara politisi dengan publik serta menarik minat pemilih pemula/pemilih muda membuat media sosial semakin penting bagi politisi. (Stieglitz and Dang-Xuan 2013).

Peran internet sangat krusial dalam politik di Indonesia saat ini baik secara positif ataupun negative. Dalam konteks diskusi pada politik Indonesia kedepan akan semakin diwarnai dengan teori komunikasi politik online, hal ini didasari dari besarnya jumlah pengguna dan berkembangnya teknologi

internet di Indonesia. Pada dasarnya perubahan pasti akan dialami masyarakat karena akibat dari proses interaksi yang terus menerus dan bersifat dinamis dalam masyarakat. Penyebab perubahan adalah datangnya hal baru seperti internet dan *new media*. Teknologi memaksa masyarakat melakukan adaptasi dengan sesuatu yang baru tersebut sehingga proses sosial budaya dan politik tidak mampu menghindar dari perubahan. Perubahan sosial menunjukkan adanya perubahan pada struktur sosial dari suatu masyarakat dimana pola hubungan sosial yang lama digantikan oleh pola hubungan sosial yang baru di dalam suatu masyarakat. (Wahid 2015).

Anies Baswedan lebih sering menggunakan media sosial pribadi miliknya untuk mempromosikan program kerja dari pemerintah daerah DKI Jakarta (Gambar 1 (b)). Pada akhir bulan November 2020, anies baswedan melalui akun instagram miliknya @aniesbaswedan, mengunggah satu foto dirinya yang sedang membaca buku '*how democracy die*' dengan keadaan santai, hal ini bertepatan setelah beliau memenuhi panggilan polisi mengenai kasus keramaian di petamburan. Yang menarik adalah tanpa Anies Baswedan memberikan *caption* yang berarti yaitu, "Selamat pagi semua, selamat menikmati Minggu pagi" (lihat gambar 1 (a),

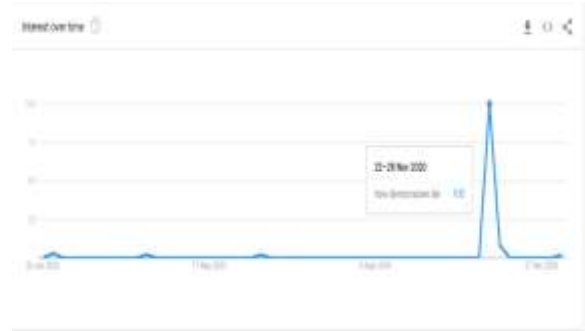
namun mampu menimbulkan pro dan kontra yang berkelanjutan di kalangan masyarakat terurama untuk para politisi dan pengamat politik. (Rizal 2020).



Gambar 1. (a) Postingan instragram Anies sedang membaca buku *How democracy Die* (b) tampak halaman feed instagram anies, dengan postingan berisikan promosi program pemerintahan DKI Jakarta

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil penelusuran di *google* yang mencapai kurang lebih 35.600 hasil pencarian yang relevan dengan kata kunci anies baswedan dan *how democracies die*. Serta sebanyak kurang lebih 2.550 hasil pencarian berita mengenai anies baswedan *how democracies die* per tanggal 11 Januari 2021. Hasil analisis dengan *google trend* dapat terlihat kata '*How democracy die*' menjadi trending topic di Indonesia sesuai untuk *google search* pada 22 - 28 November 2020 dan untuk *Youtube search* pada tanggal 20 - 26 Desember 2020. Tentu saja hal ini tidak

terlepas dari apa yang telah dilakukan oleh Anies Baswedan, yang tanpa disadari telah mempromosikan buku '*how democracy die*' di Indonesia.



Gambar 2. Analisa *google trend* terhadap kata kunci '*How democracies die*' di Indonesia

Dari pengamatan yang lakukan ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai sosok Anies Baswedan dan bagaimana aktifitas politik beliau di sosial media. Dalam penelitian ini akan dibahas penelitian penelitian terkait yang membahas cara Anies Baswedan menggunakan media social sebagai *public figure* di dibidang politik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi masa yang telah dilakukan oleh Anies Baswedan sebagai politisi di Indonesia dan melihat penilaian masyarakat terhadap apa yang telah dilakukan. Dari tahun 2017 sampai dengan 2020 telah ada penelitian mengenai hal tersebut beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

NO	JUDUL DAN PENULIS	PUBLISHER	METODE
1	Efektivitas Akun Instagram @Aniesbaswe dan Dalam Meningkatkan	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Thesis	Kuantitatif, Epic Model

NO	JUDUL DAN PENULIS	PUBLISHER	METODE
	Kepercayaan Publik (Analisis Epic Model Pada Akun Instagram @Aniesbaswedan) (Prihatiningrum 2020)		
2	Analisis Pemetaan Komunikasi Kepala Daerah Dalam Menggunakan Media Sosial "Instagram" Untuk Mewujudkan Program Pemerintah Smart City Dengan Pendekatan Analisis Konten (Setiawan 2020)	Universitas Telkom Bandung, Thesis	Kuantitatif
3	Implementasi Algoritma Spectral Clustering Untuk Analisis Sentimen (Qonitah Rohmah Hidayati 2021)	Delta: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika	Data Mining Clustering
4	Strategy Of Media Management In Political Marketing (Tri Hastuti And Muhammad 2020)	Altantis Press	Kualitatif
5	Anies Baswedan Dalam Penanganan Banjir Jakarta Di Detik.Com Dan Kompas.Com (Puspitasari 2020)	Jurnal Ilmu Komunikasi	Kualitatif
6	Politik & Bencana Banjir Jakarta 2020 : Analisis Peta Percakapan #Jakartabanjir (Gunawibawa And Oktiani 2020)	Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi	Kualitatif

NO	JUDUL DAN PENULIS	PUBLISHER	METODE
7	Praktik Politik Identitas Dalam Akun Media Sosial Anies-Sandi (Triantoro 2019)	Jurnal Ilmu Komunikasi	Kualitatif
8	Re-Branding Personal Anies Baswedan Di Kalangan Pemilih Pemula : Analisis Isi Kampanye " Tweet Jahat " Paslon Anies - Sandi Pada Pilkada DKI 2017 (Asri 2018)	Media Dan Dinamika Sosial Politik Indonesia	Kuantitatif
9	Hubungan Terpaan Berita Covid-19 Di DKI Jakarta Dan Kompetensi Komunikasi Anies Baswedan Dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Dki Jakarta Kepada Anies Baswedan (Amanda Cinthya Lois 2019)	Interaksi Sosial	Kualitatif
10	Policy Conflict Between President Joko Widodo And Governor Of DKI Jakarta Anies Baswedan In Fighting The Spread Of Covid-19 (Sugiharto 2020)	Syntax Transformation	Kualitatif , Media Sosial

Dalam Penelitian ini penulis menggunakan *Systematic Literature Review (SLR)* didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, menilai, dan menafsirkan semua bukti penelitian yang tersedia dengan

tujuan untuk memberikan jawaban untuk pertanyaan penelitian tertentu.(Kitchenham, Mendes, and Travassos 2007) Yaitu kajian pustaka dengan hanya terfokus pada penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik utama dalam hal ini adalah Anies Baswedan dan aktifitasnya di media sosial. Lebih lanjut penelitian ini diperlukan dalam rangka mencari strategi yang paling efektif sebagai politisi di Indonesia terkhusus Jakarta. Dengan demikian akan mampu memberikan hasil yang signifikan terhadap cara pandang masyarakat yang akan dibutuhkan oleh para politisi dalam menentukan strategi komunikasinya.

Metode Penelitian

Artikel ini merupakan sebuah review dari beberapa artikel-artikel konsen dalam review ini. Metode penelitian yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* yaitu metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis bukti yang ada yang disediakan oleh penelitian yang membahas pertanyaan penelitian serupa, dengan cara yang pragmatis, transparan, dan dapat ditulis Kembali (Snyder 2019). Pencarian database dilakukan untuk judul publikasi, abstrak, dan kata kunci “Anies Baswedan” dalam 10 (sepuluh) database

elektronik dari sumber <https://scholar.google.com/>. Database dipilih berdasarkan relevansi yang dirasakan dengan topik. Mengingat meningkatnya masalah bias publikasi dalam penelitian dan pelaporan ilmiah, unit analisis adalah penelitian yang diterbitkan dalam makalah konferensi, disertasi doktoral, bab buku, dan artikel jurnal antara tahun 2016 dan 2020 tentang komunikasi public Anies Baswedan di media social dalam ranah politik. (Brugman, Burgers, and Steen 2017)

Hasil dan Pembahasan

Munculnya Anies Baswedan di dunia politik sebagai tokoh baru dalam PILGUB DKI 2017 membuat memanasnya persaingan dan menjadi menarik untuk dikaji. Penampilan tokoh politik memiliki kriteria yaitu panggung (*setting*), penampilan (*appearance*), gaya bertingkah laku (*manner*), serta keterlibatan dalam peran yang dijalankan dengan baik sebagaimana mestinya sehingga membentuk sikap positif dari masyarakat dan juga bahawannya sesuai yang diharapkan. Berdasarkan hasil analisis penelitian ini menarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Anies melakukan pengelolaan kesan terhadap aspek *appearance* (penampilan) pada kehidupan *front stage* (panggung depan). Anies selalu terlihat

menjaga penampilan saat berada di depan publik, upaya tersebut diyakini dapat memberikan perhatian kepada masyarakat terhadap dirinya. Bukan hanya itu Anies juga menjaga seluruh penampilannya baik dari sisi pemilihan pakaian, gestur tubuh dan ekspresi wajahnya. 2) Peneliti menilai adanya ambisi-ambisi yang disembunyikan dengan rapi oleh Anies pada kehidupan *backstage* nya (panggung belakang). Kesenjangan-kesenjangan yang peneliti temukan adalah berbedanya apa yang Anies katakan pada publik pada saat kampanye dengan apa yang terjadi dalam kehidupan sehari-harinya. Anies sebaiknya memainkan peran dengan lebih natural dan apa adanya, sehingga masyarakat dapat diyakinkan bahwa Anies memang bertujuan untuk memperbaiki Indonesia tanpa ambisi-ambisi lainnya. (Priyadi 2018)

Dalam Kampanye PILGUB DKI 2017 tim kampanye Anies-Sandi memanfaatkan support media sosial dengan sangat strategis. Sebuah kreasi dalam menyampaikan materi atau konten pesan yang diharapkan mendapat dukungan dari pemilih yang menjadi target sasaran mereka. Ketika disadari ada jarak yang dirasakan dengan sosok pak Anies yang terkesan formal, Maka dengan kampanye video kreatif serial “*tweet jahat*” diharapkan lebih mencairkan sosok beliau khususnya di

kalangan pemilih pemula (*first time voters*) dan lebih mendekatkan kehadiran sosok Anies di antara generasi muda yang memiliki hak pilih pertama kali.. Dengan mendistribusikan di berbagai channel media online dari website resmi paslon cagub-cawagub Anies-Sandi <http://jakartamajubersama.com>, instagram, twitter, facebook, youtube, line dan media support lainnya bisa dikatakan cukup berhasil dan cukup diterima di kalangan pemilih pemula. (Asri 2018)

Ketika pertama kali pidato sebagai Gubernur DKI setelah pelantikan. Anies Baswedan mencerminkan sosok pemimpin cerdas dan visioner, Anies juga menguasai beberapa bahasa dan sejarah, dan juga terlihat menguasai permasalahan dan mencari solusinya.

Dalam pidatonya kata pribumi dipakai Anies sebagai sebuah tanda memberikan yang menunjukkan imej negatif karena dinilai secara hukum melanggar instruksi presiden. Tapi perlu dipahami penggunaannya kata ini sebagai objek dalam konteks sejarah dan untuk menghadirkan atmosfer masa lalu, disini perlu kedewasaan dan sikap bijaksana memahami dan mengkritisi secara konstruktif sehingga tidak terkesan mencari-cari kesalahan, agar tidak terjadi salah paham kalau tidak mau dikatakan gagal paham.

Penggunaan kata pribumi dinilai juga sebagai *emergency word* yang disampaikan Anies mewakili rasa ketidakadilan yang dialami oleh sebagian besar masyarakat Jakarta dalam konteks pidatonya, dalam pidato tersebut terbukti Anies dapat menumbangkan petahana yang dianggap lebih pro kepada asing dan aseng khususnya terkait penggusuran dan reklamasi teluk Jakarta. Hal tersebut menjadi indikator bahwa mayoritas masyarakat merasakan ketidakadilan dari rivalnya yang notabenenya adalah petahana sebelumnya. Anies berhasil mencalonkan diri sebagai calon gubernur, meskipun begitu sebaiknya Anies selalu komitmen dengan pernyataan-pernyataan yang sampaikan sehingga citranya sebagai intelektual muda tetap terjaga. Cara berkomunikasi Anies juga sebaiknya lebih sering menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami berbagai kalangan, agar kemudian dikenal tidak hanya di kalangan menengah ke atas saja. (Simanjuntak 2018).

Proses pembentukan citra yang dilakukan Anies-Sandi serta strategi pemanfaatan media social multi-platform terbukti mampu membangun citra positif Anies-Sandi dan memberikan peran penting dalam hasil kampanye yang berlangsung. Hal ini bisa dibuktikan dengan proses

sentiment analisis selama masa kampanye yang menunjukkan hasil lebih banyak response positif terhadap Anies-Sandi dibandingkan dengan lawannya.(Qonitat Rohmah Hidayati 2021) Hal ini didukung juga dengan sosok Anies Baswedan yang terkenal dengan pola komunikasi yang santun, pilihan diksi yang tepat, maupun komunikasi yang menyejukkan sehingga terbangun pola komunikasi yang resiprokal dengan pemilih di Jakarta. (Ghiffary 2019).

Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta melakukan *personal branding* melalui akun instagram pribadinya merupakan bagian dari marketing prolitik dengan pendekatan melalui media baru, atau biasa disebut dengan *digital branding*. Hal ini pun di dukung dengan hadirnya fandom Anies di instagram sehingga semakin memperkuat *personal branding* dan marketing politik atau digital branding Anies. (Halim 2020).

Usaha untuk membangun citra ditambah dengan menggunakan media sosial yang dilakukan Anies Baswedan telah berhasil menghantarkannya mendapatkan kepercayaan masyarakat sehingga mendapat tanggapan positif dan efisien atas kinerja yang telah dilakukannya. Dengan kesan bahasa yang mudah dimengerti serta santun dalam pemilihan kata menjadikan media

sosial tempat yang efektif salam komunikasi sosial yang harus dilakukannya.

Penggunaan sosial media terus dilanjutkan oleh Anies Baswedan meskipun pemilu telah berakhir, baik sebagai gubernur yang terus memberikan informasi mengenai DKI Jakarta dan juga sebagai figure politik yang menuangkan pandangan politiknya di media social. Media sosial telah menjadi wadah untuk memingkatkan kepercayaan public terhadap pemerintah dalam hal ini terkhusus untuk pemerintahan daerah khusus ibukota DKI Jakarta yang dipimpin Anies. Salah satu hasil penelitian penunjukan bahwa masyarakat cenderung menilai kinerja Anies sebagai gubernur cukup efektif selama masa jabatan yang telah berlangsung. (Prihatiningrum 2020).

Setelah resmi menjadi Gubernur DKI Jakarta, tantangan Anies adalah dalam menyelesaikan permasalahan banjir di DKI Jakarta. Detik.com dan Kompas.com melakukan pembingkai berita terhadap kepemimpinan dan kapabilitas Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta, dalam menangani banjir, dalam pembingkai kedua media online ini ditemukan adanya perbedaan. Sisi positif terlihat dari frame Detik.com. Berita yang dihadirkan berimbang dalam satu rangkaian topik utama penanganan banjir. Fakta yang

ditampilkan tidak menyudutkan Anies, justru seakan mengklarifikasi dengan tindakan yang dilakukan Anies dalam menangani banjir. Kapabilitas dan kepemimpinan dibingkai Detik.com dengan pendekatan kepemimpinan transformational. Sebaliknya Sementara Kompas.com lebih cenderung memberikan kesan framing kapabilitas dan kepemimpinan Anies dengan negatif. Pendekatan kepemimpinan transaksional seolah terlihat pada pembingkai Kompas.com. Banjir yang terjadi berulang kali di awal tahun 2020 memperlihatkan ketidakmampuan Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta dalam menjalankan program penanganan banjir. (Puspitasari 2020).

Meskipun framing di media berita online mengisyaratkan kesan yang memberikan kerugian dan tanggapan atas kinerja negatif, namun demikian sedang adanya media social milik pribadi yang terus memberikan informasi dan pandangan yang dimilikinya tetap membuat Anies Baswedan menjadi satu objek yang digemari masyarakat untuk diperbincangkan dan dalam hal ini di ranah jagat twitter Anies Baswedan mampu untuk selalu memenangkan hati masyarakat, mulai dari matinya listrik di pulau jawa, banjir, hingga masalah penanganan covid 19 di DKI

Jakarta, Anies Baswedan mampu untuk mendapatkan simpati dan kepercayaan public sehingga menghasilkan pendapat yang positif atas kepemimpinannya. .

Dibawah komando Anies pemerintah provinsi DKI Jakarta menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi sosialisasi program serta kebijakan yang berlaku selama masa pandemic covid 19. (Nurrahman 2020) Twitter adalah salah satu media social yang dimanfaatkan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam hal ini Gubernur yang dibantu jajarannya dalam mencegah dan menangani Covid-19 sudah dilakukan dengan baik, dengan tidak mengabaikan manfaat dari media sosial bagi organisasi besar pemerintahan dan fungsi dari esensi komunikasi. Keberhasilan yang dilakukan oleh Gubernur DKI Jakarta melalui akun twitter @DKIJakarta dapat dilihat melalui umpan balik (*feedback*) yang diberikan masyarakatnya melalui kritik, saran dan informasi pengaduan dari masyarakat.(Rezeki 2020) Hal ini dapat dilihat dari kesamaan postingan yang ada di antara akun pribadi milik anies baswedan dan juga official account milik pemprov DKI Jakarta yang giat untuk berbagi mengenai kegiatan dan informasi kebijakan selama pandemic covid.

Penutup

Dari hasil penelitian kajian literatur yang dihimpun penulis sebanyak 10 (sepuluh) artikel, dapat disimpulkan bahwa stigma masyarakat terhadap kepemimpinan Anies Baswedan dengan komunikasi digitalnya cenderung ke arah positif. Dalam hal ini menuangkan pendapatnya di media sosial menjadikan masyarakat memberikan respon yang positif. Terlepas dari pro dan kontra cara penanganan masalah di DKI Jakarta yang dilakukan Anies sebagai Gubernur, Anies mampu untuk memanfaatkan media digital sebagai wadah mendekati dirinya kepada masyarakat dan juga memberikan informasi pencapaian kinerja selama menjadi Gubernur DKI Jakarta dengan sangat baik sebagai *framing* politik nya. Dalam hal ini Anies mampu secara disadari atau tidak memasarkan dirinya kepada khalayak sebagai calon pemimpin masa depan atau bisa dikatakan sebagai calon presiden RI.

Daftar Pustaka

Amanda Cinthya Lois, Sri Widowati Herieningsih. 2019. "Hubungan Terpaan Berita Covid-19 Di DKI Jakarta Dan Kompetensi Komunikasi Anies Baswedan Dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat DKI Jakarta Kepada Anies Baswedan." *Interaksi Sosial* 53 (9): 1689–99.

Asri, Rahman. 2018. "Re-Branding Personal

- Anies Baswedan Di Kalangan Pemilih Pemula : Analisis Isi Kampanye ‘ Tweet Jahat ’ Paslon Anies - Sandi Pada Pilkada DKI 2017.” *Media Dan Dinamika Sosial Politik Indonesia*, No. August: 93–180.
- Brugman, Britta C., Christian Burgers, And Gerard J. Steen. 2017. “Recategorizing Political Frames: A Systematic Review Of Metaphorical Framing In Experiments On Political Communication.” *Annals Of The International Communication Association* 41 (2): 181–97. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1312481>.
- Ghiffary, Albizar. 2019. “Komunikasi Politik Dan Pemilih Pemula Studi Atas Retorika Politik Anies Baswedan Dalam Menarik Pemilih Pemula Di Pilkada DKI Jakarta 2017.” *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Gunawibawa, Eka Yuda, And Hestin Oktiani. 2020. “Politik & Bencana Banjir Jakarta 2020 : Analisis Peta Percakapan #Jakartabanjir.” *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3 (1): 60. <https://doi.org/10.33021/Exp.V3i1.989>.
- Hafsi, Nurul. 2019. “Komunikasi Politik Di Era Digital.” *Politika Jurnal Ilmu Politik* 8 (5): 55.
- Halim, Moch. Daniel. 2020. “Implementasi Personal Branding Gubernur DKI Jakarta Melalui Akun Instagram Pribadi.” *Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kitchenham, Barbara A., Emilia Mendes, And Guilherme H. Travassos. 2007. “Cross Versus Within-Company Cost Estimation Studies: A Systematic Review.” *Ieee Transactions On Software Engineering*. <https://doi.org/10.1109/Tse.2007.1001>.
- Muslimin, Khoirul. 2020. *Buku Ajar Komunikasi Politik*. Cetakan Ke. Yogyakarta: Unisnu Press.
- Nurrahman, Agung. 2020. “Ketenteraman Dan Ketertiban Umum (Studi Pada Penanganan Penyebaran Virus Covid 19 Di Provinsi DKI Jakarta).” *Jurnal Tatapamong* 2 (1): 1–16.
- Prihatiningrum, Sri. 2020. “Efektivitas Akun Instagram @Aniesbaswedan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik (Analisis Epic Model Pada Akun Instagram @Aniesbaswedan).” *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Priyadi, Catur. 2018. “Analisis Dramaturgi Penampilan Anies Baswedan Dalam Kampanye Pilgub 2017.” *Jurnal Pustaka Komunikasi* 1 (2): 339–48.
- Puspitasari, Kunti. 2020. “Kapabilitas Dan Kepemimpinan Anies Baswedan Dalam Penanganan Banjir Jakarta Di Detik.Com Dan Kompas.Com.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 18 (2): 221. <https://doi.org/10.31315/Jik.V18i2.3505>.
- Qonitat Rohmah Hidayati, Sugiyarto Surono. 2021. “Implementasi Algoritma Spectral Clustering Untuk Analisis Sentimen.” *Delta: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika* 09 (1).
- Rezeki, Syailendra Reza Irwansyah. 2020. “Penggunaan Sosial Media Twitter Dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta

- Dalam Penanganan Covid-19)." *Journal Of Islamic And Law Studies* 04 (02). <https://doi.org/10.18592/jils.v4i2.3804>.
- Rizal, Jawahir Gustav. 2020. "Ramai Foto Anies Baca Buku *How Democracies Die*, Buku Tentang Apa Itu?" *Kompas.Com*, November 2020.
- Setiawan, Idzhar Inzaghi. 2020. "Analisis Pemetaan Komunikasi Kepala Daerah Dalam Menggunakan Media Sosial 'Instagram' Untuk Mewujudkan Program Pemerintah Smart City Dengan Pendekatan Analisis Konten." Universitas Telkom Bandung.
- Simanjuntak, Sahata. 2018. "Analisis Semiotik Pidatopelantikan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 3 (2): 101. <https://doi.org/10.29240/jdk.v3i2.655>.
- Snyder, Hannah. 2019. "Literature Review As A Research Methodology: An Overview And Guidelines." *Journal Of Business Research* 104 (July): 333–39. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.
- Stieglitz, Stefan, And Linh Dang-Xuan. 2013. "Social Media And Political Communication: A Social Media Analytics Framework." *Social Network Analysis And Mining*. <https://doi.org/10.1007/S13278-012-0079-3>.
- Sugiharto, Auderey G. Tangkudung Dan Agus. 2020. "Policy Conflict Between President Joko Widodo And Governor Of." *Syntax Transformation* 1 (9): 580–90.
- Tri Hastuti, Nur R, And Faisal A T Muhammad. 2020. "Strategy Of Media Management In Political Marketing" 459 (Jcc): 282–85. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200818.065>.
- Triantoro, Dony Arung. 2019. "Praktik Politik Identitas Dalam Akun Media Sosial Anies-Sandi." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16 (1): 19. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1495>.
- Wahid, Umaimah. 2012. . "Komunikasi Politik, Perkembangan Teori Dan Praktek." In . Bekasi: Widya Media Komunikasi.
- . 2015. "Perubahan Politik Dan Sosial Budaya Masyarakat Gampong Aceh Di Era Internet – New Media." *Jurnal Communicate*.
- Waluyo, Djoko. 2019. "Pemahaman Komunikasi Politik Pada Era Digital." *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi* 2 (2): 160–67. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.63>.