

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan digunakan pada penelitian ini berguna bertujuan untuk melihat hasil terdahulu dalam penelitian yang mempunyai kesamaan pada tema penelitian ini, pada penelitian ini mengangkat bagaimana peran persuasif akun twitter @aniesbaswedan dalam pembentukan citra Anies Baswedan pada generasi Z. Dalam penelitian terdahulu yang relevan ini terdapat beberapa poin penting untuk dikembangkan kembali dan menjadi acuan dalam penelitian ini. Pada umumnya kalangan remaja menggunakan twitter untuk mencari informasi, masyarakat menggunakan media sosial sebagai tempat alternatif untuk mencari informasi selain media *online* lainnya dan ada perubahan-perubahan mendasar yang dirasakan secara langsung oleh informan, perubahan tersebut dikarenakan berkomunikasi melewati digital. Penelitian ini mencari tahu bagaimana peran persuasif yang dibentuk oleh akun @aniesbaswedan terhadap generasi Z, respon apa yang diberikan oleh generasi Z kepada akun @aniesbaswedan tersebut, oleh karena itu berikut penelitian terdahulu yang relevan pada penelitian ini.

**Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu**

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Analisis	Publikasi
Afrilia C.D.S, Chontina Siahaan (2021)	“PENGUNAAN KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL TWITTER DI KALANGAN REMAJA DI KECAMATAN CIBINONG, KABUPATEN BOGOR”	Remaja, Media sosial	Pendekatan Kualitatif	Hasil yang didapatkan dari penelitian ini, pada umumnya remaja menggunakan twitter untuk berkomunikasi dengan orang baru yang belum mereka kenal, berguna untuk menambah relasi pertemanan dan mempermudah para remaja dalam mencari informasi.	Pada penelitian ini, bentuk dari publikasi nya merupakan sebuah jurnal.
Esaputra R.R (2020)	“PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER MASYARAKAT DI KOTA BANDUNG	Masyarakat, media informasi	Pendekatan Kualitatif	Saat ini masyarakat menggunakan media sosial Twitter sebagai media alternatif	Pada penelitian ini, bentuk dari publikasi nya

	<p>SEBAGAI MEDIA UNTUK MEMPEROLEH INFORMASI MENGENAI <i>NEW NORMAL</i> DALAM AKUN @humasjabar”</p>			<p>dalam memperoleh informasi. Hal ini terjadi karena Twitter menyediakan berbagai macam fitur yang sangat mudah ketika digunakan begitupun dalam hal penyajian informasi ataupun berita sangat beragam yang ditujukan bagi penggunanya. Maka pada akhirnya tidak heran jika saat ini banyak masyarakat menggunakan media sosial Twitter. Pada saat ini di dalam media sosial tersebut sedang hangat</p>	<p>merupakan sebuah jurnal.</p>
--	--	--	--	--	---

				diperbincangkan oleh masyarakat mengenai informasi mengenai New normal	
Fuad S.Z, Nursyirwan Effendi, Elva R.R (2021)	PERUBAHAN PERILAKU KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI ERA DIGITAL	Perilaku, Era digital	Pendekatan Kualitatif	Hasil dari penelitian ini memberikan jawaban yaitu memang ada perubahan-perubahan mendasar yang dirasakan secara langsung oleh informan. Bahwa melihat kepada kebiasaan digital yang peneliti dapatkan. Kebiasaan digital adalah rekam jejak berapa lama penggunaan gawai yang digunakan	Pada penelitian ini, bentuk dari publikasi nya merupakan sebuah jurnal.

				informan dalam kurun waktu satu hari.	
Kodnis Benu	STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF KEPALA DESA TERPILIH DALAM MEMENANGKAN PEMILIHAN (Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Nakfunu Kabupaten Timor Tengah Selatan, NTT)	Kepala Desa, Masyarakat	Pendekatan Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif ini bersifat kebudayaan atau adat yang digunakan kepala desa terpilih dimulai dengan melakukan pemantauan terhadap lawan politiknya untuk mengetahui kekurangan strategi yang dikembangkan oleh lawan politiknya, untuk mencari dukungan dari warga masyarakat	Pada penelitian ini, bentuk dari publikasi nya merupakan sebuah Skripsi.

				dilakukan pendekatan secara <i>group</i> dan personal	
--	--	--	--	---	--

## 2.2 Kebaruan Penelitian

Sudah banyak penelitian yang mengkaji mengenai penggunaan media sosial dalam bersosialisasi. Namun masing-masing penelitian mempunyai karakteristik tersendiri terkait tema yang diambil. Baik dari penyebab narasumber, waktu, dan siapa yang terlibat dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Fuad S.Z, Nursyirwan Effendi, Elva R.R (2021) dalam judul “PERUBAHAN PERILAKU KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI ERA DIGITAL”, Esaputra R.R (2020) dalam judul “MEDIA SOSIAL TWITTER MASYARAKAT DI KOTA BANDUNG SEBAGAI MEDIA UNTUK MEMPEROLEH INFORMASI MENGENAI *NEW NORMAL* DALAM AKUN @humasjabar”, Afrilia C.D.S, Chontina Siahaan (2021) dalam judul “PENGUNAAN KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL TWITTER DI KALANGAN REMAJA DI KECAMATAN CIBINONG, KABUPATEN BOGOR dan Kodnus Benu dalam judul STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF KEPADA DESA TERPILIH DALAM MEMENANGKAN PEMILIHAN”

Perbedaan yang signifikan dalam penelitian ini terdapat pada siapa yang diteliti dan bagaimana respon yang diteliti dalam menanggapi perubahan bersosialisasi di media sosial dalam politik. Perbedaan tersebut terdapat pada

bagaimana pembentukan paradigma generasi Z ini dalam menanggapi perkembangan politik melalui media sosial khususnya twitter pada akun @aniesbaswedan. Dimana akun @aniesbaswedan sendiri membangun citra baiknya dengan cara bersosialisasi melalui media sosial twitter. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori *Image Building* dimana teori ini menjelaskan mengenai bagaimana politikus dalam pembentukan citranya untuk mendapatkan hati masyarakat, untuk kepentingan politiknya. Sudut pandang apa yang dapat mempersuasi generasi Z dalam pilihannya terhadap akun twitter @aniesbaswedan tersebut.

### **2.3 Pengertian dari kajian kepustakaan**

#### **1. Media Sosial**

Media sosial ini merupakan perkembangan dari media massa, media sosial ini terbentuk di saat hadirnya fasilitas internet. Media sosial ini memiliki komunikasi dua arah, komunikatif dan komunikatif, setiap orang berhak memberikan informasi dan berhak berpendapat mengenai informasi tersebut. Cepatnya penyebaran informasi merupakan salah satu bentuk dari keunggulan yang dimiliki oleh media sosial. Pengguna media sosial dapat mengakses media sosial yang mereka punya dengan ponsel genggam, sangat berbeda dengan media massa seperti televisi, koran, majalah, dan lain-lain, mereka akan direpotkan ketika ingin melihat informasi yang sedang ada karena alat yang tidak *fleksibel* dibawa kemana-mana.

Media sosial adalah sebuah media daring (*online*). Kata ini menjelaskan bahwa kalian terhubung dengan jaringan internet dari seluruh bagian dunia. Ketika kalian daring, apa yang kalian lakukan bisa diamati atau diakses oleh orang-orang dari seluruh dunia yang sama-sama sedang daring. Dengan daring, para penggunanya bisa dengan mudah saling berhubungan, berbagi, dan menciptakan konten baik melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum, maupun dunia maya (virtual).<sup>6</sup>

Perkembangan media sosial ini telah menciptakan media baru seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain. Media sosial ini menciptakan sebuah hal baru, media sosial ini memberikan seseorang untuk dapat memahami karakteristik seseorang, organisasi dan komunitas yang menggunakan media sosial tersebut. Pemahaman tersebut dapat dilakukan, karena media sosial ini memberikan fasilitas untuk seseorang memberikan informasi mereka secara *real time* tanpa adanya batasan-batasan, oleh karena itu seseorang dapat menganalisa seseorang hanya dengan melihat media sosialnya saja.

Seiring dunia semakin terhubungkan satu sama lain, fokusnya pengembangan teknologi media sosial bukan sekedar mencerdaskan manusia tetapi juga untuk menambah pengalaman sosial dan kecerdasan kolektif. Alat media sosial memungkinkan menyatukan pengguna media sosial secara kolektif untuk

---

<sup>6</sup> Intan Yanuarita dan Wiranto, MENGENAL MEDIA SOSIAL AGAR TAK MENYESAL (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2018), hlm 9-10



membuat, menemukan, berbagi, mengevaluasi, dan memahami informasi yang tersedia secara *online*.<sup>7</sup>

Media sosial merupakan salah satu media terbaru, media sosial ini dapat menciptakan adanya konvergensi media. Konvergensi media ini dapat terjadi karena antara batasan-batasan berbagai media sudah menghilang, sehingga dapat membentuk sebuah media tunggal. Dengan terciptanya konvergensi media, media tersebut akan mengubah semua elemen informasi menjadi bentuk digital.

Kehadiran media sosial banyak dipergunakan untuk berbagai hal, salah satunya pada dunia politik. Saat ini, media sosial sudah dimanfaatkan oleh politikus-politikus atau partai politik dalam sarana menyampaikan informasi. Informasi yang diberikan merupakan kegiatan politiknya, dimana informasi tersebut digunakan untuk kepentingan politiknya, karena media inilah yang memiliki kekuatan untuk dapat mempengaruhi seseorang, dan media inilah yang memberikan kebebasan seseorang dalam berekspresi. Salah satu politikus yang menggunakan media sosial ialah Anies Baswedan. Pada penelitian ini, peneliti meneliti mengenai sosial media khususnya twitter @aniesbaswedan. Peneliti meneliti mengenai bagaimana peran persuasif akun twitter @aniesbaswedan dalam membangun citra sebagai Calon Presiden pada generasi Z. Dimana generasi Z merupakan generasi yang berkembang bersamaan dengan perkembangan media sosial.

---

<sup>7</sup> Catur Suratnoaji, Nurhadi, Candrasari, METODE ANALISIS MEDIA SOSIAL BERBASIS BIG DATA (Banyumas: Sasanti Institute, 2019), hlm 4

Pada akun twitter @aniesbaswedan ini, akun tersebut menggunakan fasilitas dari media sosial ini, mereka menggunakan media ini untuk membangun citra Anies Baswedan dengan rekam jejak yang telah dihasilkan ketika dia menjabat sebagai Gubernur dan tidak hanya rekam jejak saja yang ditampilkan, akun ini juga meng-*update* kegiatan Anies Baswedan ketika sedang berkunjung ke beberapa daerah. Keunggulan dari adanya konvergensi media ini ialah, tidak adanya batasan antar media, media satu dengan media lain dapat berkesinambungan, sehingga dapat memudahkan akun twitter @aniesbaswedan membangun citra Anies.

## 2. Twitter

Twitter merupakan salah satu bentuk media yang tercipta karena adanya internet, twitter ini merupakan media *microblogging*, dimana seseorang dapat memberikan pendapat atau informasi mereka dengan cuitan text, seseorang dapat mempengaruhi orang lain dengan cuitan text mereka dan dapat juga berpendapat mengenai cuitan text orang lain. Media ini tidak memiliki batasan, pertukaran informasi sangat begitu cepat di media ini, karena seseorang dapat menerima informasi secara *real time*.

Pada saat ini, Indonesia menjadi salah satu negara pengguna twitter terbesar didunia. Berdasarkan data yang didapatkan oleh We Are Social, jumlah pengguna twitter di Indonesia mencapai 18,45 juta pada tahun 2022. Kenaikan pengguna twitter di Indonesia cukup konstan dari tahun ke tahun. jumlah pengguna twitter pada tahun 2022 juga naik 31,3% dibandingkan setahun sebelumnya yang hanya sebanyak 14,05 juta.



**Gambar 2.1**

(Sumber: *We Are Social*)

Twitter mempunyai peran yang cukup penting pada dunia politik di Indonesia. Twitter dijadikan tempat untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi untuk kepentingan politikus-politikus. Karena twitter mempunyai fasilitas yang memadai seseorang untuk menyampaikan opininya, fasilitas tersebut dapat membuat masyarakat seperti diberikan kebebasan haknya untuk berpendapat mengenai politik yang sedang diperbincangkan. Salah satu politikus yang menggunakan twitter ialah Anies Baswedan. Anies Baswedan dan timnya membuat akun twitter yang bernama @aniesbaswedan.

Anies Baswedan menggunakan twitter dari sejak tahun 2010 pada bulan Februari. Hingga saat ini pengikut pada akun @aniesbaswedan sudah menyentuh 4,8 Juta pengikut. Dimana pengikut tersebut dari berbagai kalangan baik kalangan atas maupun kalangan bawah. Akun twitter ini hingga saat ini masih aktif dalam membagikan kegiatan Anies Baswedan ketika sedang berkunjung ke berbagai daerah. Tidak hanya membagikan kegiatannya saja, pada akun ini juga aktif

membagikan hasil kinerja yang telah dilakukan oleh Anies Baswedan sendiri ketika sedang menjabat.

### 3. Informasi

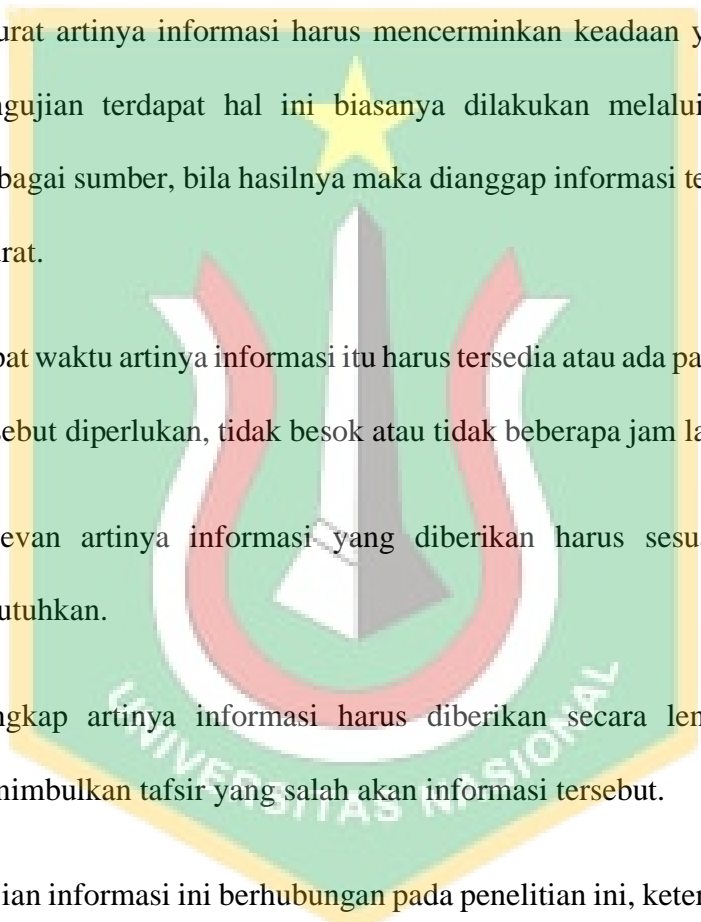
Informasi menurut Laudon (2003:7) adalah kumpulan data yang telah diubah kedalam bentuk yang berarti dan berguna bagi manusia. Sebuah informasi menjadi berguna bila informasi tersebut sesuai dengan konteks dan kebenaran yang ada, informasi dapat tidak berguna bila informasi tersebut masih dipertanyakan kevaliditasannya, karena informasi tersebut akan berujung membawa hoax dan membuat kericuhan.

Dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan sebuah kumpulan data-data yang mana data tersebut diubah kedalam bentuk media yang berbagai. Data tersebut merupakan data yang kevaliditasannya masih dipertanyakan. Oleh karena itu, sebuah informasi harus benar-benar sesuai dengan data yang ada pada lapangan, tanpa adanya data manipulasi untuk kepentingan pribadi. Informasi mempunyai peran penting dalam sebuah komunikasi, dimana komunikasi dapat berjalan apabila terdapat sebuah informasi, dimana informasi tersebut dapat dijadikan sebagai komunikasi baik dengan satu arah maupun dua arah.

Pesan atau informasi yang disampaikan oleh media massa pada umumnya diusahakan bersifat objektif, aktual, lengkap, dan seimbang. Singkat kata, pesan yang disampaikan mengandung sejumlah unsur seperti yang ada pada “Jukut Ares.” Istilah ini (Jukut Ares) merupakan akronim dari; jujur, kreatif, umum, teliti, aktual, aman, reformis dan seimbang. Jika hal ini (Jukut Ares) dapat terwujud dalam

memilih pesan yang hendak disampaikan, diyakini pesan-pesan tersebut tidak akan menuai komplain.

Menurut Mc Leod dalam Deni dan Kunkun (2013:2) menjelaskan bahwa suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri:

- 
- a. Akurat artinya informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Pengujian terhadap hal ini biasanya dilakukan melalui pengujian dari berbagai sumber, bila hasilnya maka dianggap informasi tersebut dikatakan akurat.
  - b. Tepat waktu artinya informasi itu harus tersedia atau ada pada saat informasi tersebut diperlukan, tidak besok atau tidak beberapa jam lagi.
  - c. Relevan artinya informasi yang diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan.
  - d. Lengkap artinya informasi harus diberikan secara lengkap dan tidak menimbulkan tafsir yang salah akan informasi tersebut.

Kajian informasi ini berhubungan pada penelitian ini, keterhubungan antara Kajian dan penelitian ini, ialah. Akun twitter @aniesbaswedan melakukan unggahan-unggahan mengenai kegiatan Anies Baswedan bertujuan untuk menyebarkan informasi. Informasi tersebut dapat berupa gambar, video, dan tulisan. Informasi merupakan sebuah bentuk untuk terciptanya komunikasi. Informasi yang diberikan oleh akun twitter @aniesbaswedan ini bertujuan untuk membentuk komunikasi kepada khalayak publik yang lebih luas. Komunikasi

tersebut dapat dijadikan sebagai senjata dalam mendapatkan persuasif masyarakat. Oleh karena itu, informasi yang dibangun oleh akun twitter @aniesbaswedan yaitu, informasi yang menguntungkan untuk Anies Baswedan itu sendiri, tanpa mengintervensi lawan politiknya.

Informasi yang dilakukannya ialah dengan mengolah suatu hasil yang didapatkan ke dalam bentuk yang lebih rapih sesuai dengan yang diinginkan untuk penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian yang nyata, untuk dijadikan sebagai arahan untuk pengambilan keputusan. karakteristik informasi yang dibangun oleh akun twitter @aniesbaswedan ini mempunyai karakteristik yang relevan, lengkap, dapat dipahami.

#### **4. Teori *Image Building***

*Image Building* adalah upaya seseorang yang dilakukan untuk mendapatkan citra baik di dalam suatu lingkungan. Terlebih dalam dunia politik ini, pembentukan citra sangat berpengaruh dalam mendapatkan suara masyarakat untuk mendukung perjalanan politiknya tersebut. *Image Building* ini dapat dibentuk dengan berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan metode komunikasi persuasif, komunikasi persuasif ini merupakan sebuah komunikasi seseorang atau komunikator dalam mengambil hati atau merubah sudut pandang seseorang atau komunikan untuk mendapatkan mendukung atau citra yang diinginkan seorang komunikator tersebut.

*Image building* ini merupakan suatu gambaran yang terdiri dari prinsip-prinsip seseorang yang ingin membentuk citranya, untuk suatu tujuan tertentu.

Rencana yang dibentuk untuk mendapatkan pembentukan citra ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan cara membuat rencana keadaan peristiwa di masa depan yang akan dihasilkan dari pencapaian tujuan tersebut.

Manusia akan dianggap sebagai sosok makhluk yang manusiawi dan berkebudayaan bila dapat mengungkapkan dimensi citra dalam setiap karyanya sebagai bagian yang bersumber dari jati diri yang dalam dan berkualitas (Mangunwijaya, 1995: 7)

Masih menurut Widodo Muktiyo, *image building* yaitu mencoba membuat satu dinamika yang lebih tinggi agar hal yang didambakan bisa terwujud melalui kegiatan yang didukung oleh semua sumber dan lingkungan yang *adaptable*. Membicarakan *image building* sama halnya dengan membicarakan tentang kita itu mau direposisi seperti apa sehingga citra kita baik<sup>8</sup>

Teori ini relevan dengan apa yang dilakukan oleh akun twitter @aniesbaswedan. Karena akun ini membentuk citra pada Anies Baswedan untuk mendapatkan citra baik kepada masyarakat. Dalam pembentukan citra baiknya, akun twitter @aniesbaswedan selalu mengunggah kegiatan yang dilakukan oleh Anies Baswedan, tidak hanya kegiatannya. Beberapa rekam kerja yang telah dilakukan oleh Anies Baswedan tersebut juga diunggah pada akun ini, unggahan tersebut disertakan dengan bukti berupa foto-foto dan video, dan juga cuitan text yang dibangun pada foto atau video tersebut, untuk membangun citra kepada

---

<sup>8</sup> Widodo Muktiyo, *Membangun Usaha dengan Kekuatan Image*, Penerbit Pinus, Yogyakarta, 2006, hal 37

masyarakat dunia maya twitter tersebut. Sesuai dengan tagline yang dibangun pada akun tersebut, yaitu “yang kita tawarkan kepada rakyat Indonesia, bukan sekadar visi misi, yang kita tawarkan adalah REKAM JEJAK, karya yang sudah dilakukan. Rekam jejak bisa dilihat, rekam jejak bisa dinilai, rekam jejak bisa dibahas.”<sup>9</sup>

Pembangunan citra yang melalui media sosial ini merupakan salah satu bentuk strategi Anies Baswedan dalam mengambil hati masyarakat pengguna twitter. Berbagai cara dalam proses pembangun citra, salah satunya melalui media sosial ini, Teori ini menjelaskan mengenai bagaimana proses dalam pembangunan citra yang dapat dilakukan dimana saja dengan cara strategi komunikasinya masing-masing untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan.

## **5. Politik**

Gabriel A. Almond mendefinisikan politik sebagai kegiatan yang berhubungan dengan kendali pembuatan keputusan publik dalam masyarakat tertentu di wilayah tertentu, di mana kendali ini disokong lewat instrumen yang sifatnya otoritatif dan koersif.<sup>10</sup> Menurut Andrey Heywood, politik adalah kegiatan suatu bangsa yang bertujuan untuk membuat, mempertahankan, dan mengamandemen peraturan-peraturan umum yang mengatur kehidupannya, yang berarti tidak dapat terlepas dari gejala konflik dan kerja sama.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Akun twitter @aniesbaswedan

<sup>10</sup> Gabriel A. Almond dalam Basri Seta. Pengantar Ilmu Politik. Jogjakarta: Indie Book Corner. Hlm 3.

<sup>11</sup> Andrew Heywood dalam Budiardjo Miriam. 2007. Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Hlm 16.



Dapat disimpulkan dari penjelasan beberapa para ahli diatas bahwa politik merupakan sebuah sistem yang dibuat untuk keperluan bersama, yaitu masyarakat. Sistem tersebut dibuat untuk memberikan sebuah keputusan untuk membuat, mempertahankan dan mengamandemenkan peraturan-peraturan yang mengatur mengenai kehidupan bermasyarakat. Peraturan bermasyarakat tersebut saat ini sudah berkembang, tidak hanya bermasyarakat secara langsung saja, namun dunia maya juga turut diatur oleh politik.

Sistem politik menurut David Easton terdiri dari sejumlah lembaga-lembaga dan aktivitas-aktivitas politik dalam masyarakat yang berfungsi mengubah tuntutan-tuntutan (*demands*), dukungan-dukungan (*supports*) dan sumber-sumber (*resources*) menjadi keputusan-keputusan atau kebijakan-kebijakan yang bersifat otoritatif (sah dan mengikat) bagi seluruh anggota masyarakat.<sup>12</sup> Pada definisi sistem politik menurut Davis Easton dapat disimpulkan bahwa sistem politik merupakan sebuah sistem yang mengatur mengenai aktivitas politik dari berbagai macam lembaga dimana sistem tersebut dapat mengubah segala hal yang sifatnya mengikat untuk kepentingan anggota masyarakatnya.

Easton mengajukan suatu definisi sistem politik yang terdiri dari tiga unsur, diantaranya :

1. Sistem politik menetapkan nilai (dengan cara kebijaksanaan)
2. Penetapannya bersifat paksaan atau dengan kewenangan

---

<sup>12</sup> Maksudi Iriawan Beddy. 2016. Sistem Politik Indonesia: Pemahaman Secara Teoritik dan Empirik. Jakarta: Rajawali Pers. Hlm 25.

3. Penetapan yang bersifat paksaan itu tadi mengikuti masyarakat secara keseluruhan<sup>13</sup>

Proses politik (*political process*) adalah mengacu kepada suatu keadaan dimana ketika orang berusaha memperoleh akses pada kekuasaan politik dan menggunakannya untuk kepentingan mereka atau kelompok mereka sendiri.<sup>14</sup>

Proses politik dapat dimaknai sebagai perjuangan memperoleh akses atau jalur politik demi mewujudkan tujuan yang ditetapkan. Selain itu, proses politik sarat dengan kepentingan sehingga berimplikasi terhadap struktur masyarakat yang saling berposisi. Harus disadari bahwa kesepakatan sosial dan kendali sosial tidak pernah lengkap, konflik antara individu dengan kelompok, serta antara kelompok dengan kelompok adalah sesuatu yang selalu menyatu dalam kehidupan manusia sehari-hari.<sup>15</sup>

Anies Baswedan merupakan salah satu sosok politik yang saat ini merupakan seseorang politikus yang banyak diperbincangkan terlebih didunia media sosial. Anies Baswedan hingga saat ini masih menjajaki pada dunia politik, saat ini ia digandeng oleh partai NASDEM untuk dijadikan calon presiden pada pemilihan umum 2024. Kegiatan safari politik Anies Baswedan untuk mendapatkan suara masyarakat sudah dapat dikatakan sudah mulai berjalan hingga saat ini. Saat ini ia sering melakukan kegiatan kunjungan ke beberapa daerah. Kegiatan safari

---

<sup>13</sup> Sukarna. 1981. *Sistim Politik*. Bandung: Alumni. Hlm 16

<sup>14</sup> Irianto Maladi Agus, 2015. *Interaksionisme Simbolik: Pendekatan Antropologis Merespon Fenomena Keseharian*. Semarang: Gigih Pustaka Mandiri. Hlm 7.

<sup>15</sup> *Ibid*

politik tersebut didokumentasikan dan diunggah oleh timnya ke beberapa media sosial. Salah satunya media sosial twitter.

Salah satu proses politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan ini adalah dengan melakukan unggahan pada akun twitter @aniesbaswedan secara masif. Unggahan tersebut merupakan sebuah strategi komunikasi untuk mendapatkan persuasif kepada masyarakat lebih luas. Kegiatan unggahan tersebut merupakan sebuah akselerasi politik, dimana unggahan tersebut dapat dijadikan sebuah senjata untuk memikat seseorang agar menjadi pendukung Anies Baswedan. Unggahan yang diunggah pada akun twitter @aniesbaswedan ini tidak hanya ketika Anies Baswedan sedang bersafari politik ke beberapa daerah yang telah dilakukannya hingga saat ini saja. Akun twitter ini juga terus melakukan unggahan secara masif mengenai rekam jejak yang dimiliki oleh Anies Baswedan ketika ia menjabat sebagai gubernur DKI Jakarta. Rekam jejak tersebut juga dijadikan sebagai strategi komunikasi untuk mendapatkan persuasif.

## 6. Citra

Kotler secara luas mendefinisikan citra sebagai jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dipunyai seseorang pada suatu objek. Obyek dimaksud bisa berupa orang, organisasi, berarti seluruh keyakinan, gambaran, dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra.<sup>16</sup> Biasanya citra itu berakar dari amanah (kepercayaan) yang konkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi serta terjadinya proses

---

<sup>16</sup> Elvinaro Ardianto, Public Relation Praktis, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003, hlm. 134

akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses yang cepat atau lambat untuk membentuk opini publik yang lebih luas dan abstrak, yaitu sering dinamakan citra (*image*)<sup>17</sup>

Dari kesimpulan di atas citra sendiri terbentuk dari adanya opini-opini yang diberikan keruang publik baik dalam media massa maupun media sosial, dimana opini tersebut dapat menciptakan tafsiran-tafsiran di setiap individunya. Tafsir tersebut membentuk persepsi seseorang kepada objek yang ingin membangun citranya, citra yang dibangun tentunya menyesuaikan mengenai opini yang dibangun terlebih dahulu, baik menciptakan citra baik maupun citra buruk.

Citra partai politik pada dasarnya dapat dibentuk dari sejumlah kesan atau persepsi masyarakat terhadap Partai politik tersebut. Citra Partai politik juga berkaitan dengan sosialisasi politik, karena citra politik terbentuk melalui proses pembelajaran politik baik secara langsung maupun melalui pengalaman. Citra politik akan selalu berubah sesuai dengan berubahnya pengetahuan dan pengalaman politik seseorang. Citra politik dapat berupa citra baik ataupun buruk tergantung dari partai tersebut<sup>18</sup>

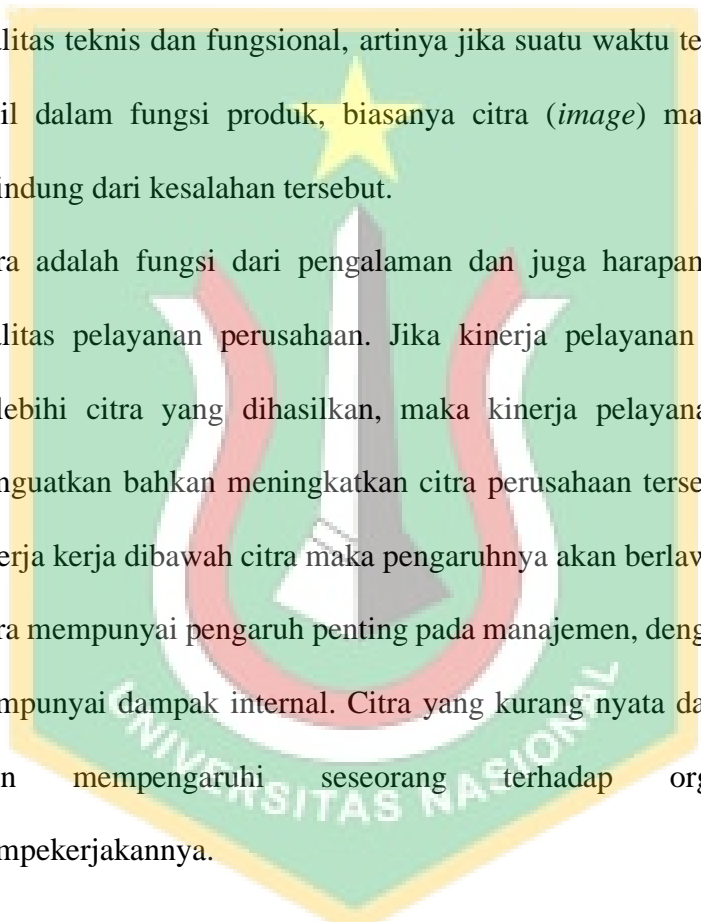
Sutisna (2001: 332) menyatakan bahwa terdapat empat peran citra bagi organisasi antara lain adalah:<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 68 -69.

<sup>18</sup> Khoiruddin Muchtar, Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai, jurnal Ilmu Komunikasi (2016) , Vol 14. No 2

<sup>19</sup>Christina Roshinta Sari, Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra terhadap Loyalitas Konsumen di Perigon Fitness Studio Yogyakarta, Jurnal Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta 2016, hal. 16

- 
- a. Citra menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal. Citra positif memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mempunyai tujuan secara efektif sedangkan citra negatif sebaliknya.
  - b. Citra sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Citra positif menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil pada kualitas teknis dan fungsional, artinya jika suatu waktu terdapat kesalahan kecil dalam fungsi produk, biasanya citra (*image*) masih mampu jadi pelindung dari kesalahan tersebut.
  - c. Citra adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan. Jika kinerja pelayanan memenuhi atau melebihi citra yang dihasilkan, maka kinerja pelayanan itu berfungsi menguatkan bahkan meningkatkan citra perusahaan tersebut. Namun jika kinerja kerja dibawah citra maka pengaruhnya akan berlawanan.
  - d. Citra mempunyai pengaruh penting pada manajemen, dengan kata lain citra mempunyai dampak internal. Citra yang kurang nyata dan jelas mungkin akan mempengaruhi seseorang terhadap organisasi yang mempekerjakannya.

Citra sangat dapat mudah dibentuk melalui sosial media, dengan adanya perkembangan sosial media, pembentukan citra sangat dapat dilakukan dan dapat tersebar luas hingga ke berbagai daerah yang terakses oleh internet. Pembentukan citra di sosial media merupakan dampak yang positif bagi seorang politikus. Namun pembentukan citra yang dilakukan di media sosial, juga dapat menjadi *boomerang*

dimana seseorang dapat melihat kembali rekam jejak yang telah dilakukannya selama politikus tersebut menjajaki didunia politik.

Citra merupakan sesuatu yang penting terhadap dunia politik, tanpa adanya sebuah citra, seseorang politikus tidak akan mendapatkan dukungan penuh agar politikus tersebut dapat duduk di kursi dewan. Penelitian ini dapat berhubungan dengan kajian ini, karena akun twitter @aniesbaswedan merupakan sebuah bentuk strategi komunikasi politik untuk membentuk citra Anies Baswedan agar dapat mendapatkan suara teratas pada pemilihan presiden 2024 nanti. Media sosial merupakan salah satu akselerasi dari perkembangan sebuah politik, media sosial dapat mempermudah dalam pembentukan citra seorang politikus. Kemudahan yang dimaksud adalah, dengan adanya media sosial, politikus dapat memberikan kegiatan mereka atau hasil kinerja mereka kepada masyarakat luas ke berbagai daerah.

Sebagai contohnya, ketika akun twitter @aniesbaswedan mengenai rekam jejak Anies Baswedan ketika ia menjadi gubernur DKI Jakarta, mungkin orang dari luar DKI Jakarta tidak dapat merasakan atau melihat hasil dari kinerjanya tersebut secara langsung. Namun dengan adanya media sosial, masyarakat dapat tahu mengenai hasil kinerja yang telah dihasilkan, dan bagaimana perkembangannya tanpa harus dilihat secara langsung kelapangan.

## 7. Komunikasi Persuasif

Dalam komunikasi persuasif, ada banyak hal yang menjadi kriteria yang mengantarkan bahwa suatu komunikasi telah memenuhi persyaratan persuasif sehingga pesan dapat sampai secara optimal dan mampu merubah sikap dan perilaku secara maksimal. Di antaranya adalah metode persuasif itu sendiri. Dalam pelaksanaannya, komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan beberapa metode yakni:

1. Metode asosiasi, merupakan penyajian pesan komunikasi dengan menumpangkan pada suatu peristiwa yang aktual, atau sedang menarik perhatian dan minat massa.
2. Metode integrasi, dimana melibatkan kemampuan komunikator untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti penyatuan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu atau dalam arti kebersamaan, perasaan senasib sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun non-verbal.
3. Metode *Pay-off* dan *Fear-Arousing*, yakni kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaannya atau memberikan harapan (iming-iming), dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk atau tidak menyenangkan perasaan.
4. Metode *Icing*, yaitu menjadikan indah sesuatu, sehingga menarik bagi siapa saja yang menerimanya. Metode *icing* disebut juga metode memanis-

maniskan atau menggalai kegiatan persuasi ini dengan jalan menata pesan komunikasi dengan emosional *appeal* sedemikian rupa sehingga komunikasi menjadi lebih tertarik (Kafie, 1993:77).

Metode tersebut memiliki relevan dengan penelitian ini yaitu peran persuasif akun twitter @aniesbaswedan dalam pembentukan citra Anies Baswedan sebagai calon presiden pada generasi Z, dimana metode tersebut menjelaskan mengenai bagaimana caranya dalam melakukan pembentukan komunikasi persuasif, untuk membentuk citra.

Terdapat tujuan dari komunikasi persuasif yang relevan terhadap akun twitter @aniesbaswedan tersebut, yaitu:

1. Bertujuan untuk pembentukan citra Anies Baswedan melalui akun twitter @aniesbaswedan.
2. Mempertegas komunikasi melalui akun twitter @aniesbaswedan dengan penyampaian yang baik berupa melalui media audio visual dan menampilkan informasi yang dapat membuat komunikasi merasa termotivasi dan dua arah.
3. Untuk menegaskan dan mengubah perilaku komunikasi terhadap akun twitter @aniesbaswedan

Komunikasi persuasif merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan untuk mendapatkan dukungan seseorang. Kajian ini berhubungan dengan penelitian ini, karena apa yang diunggah oleh akun twitter @aniesbaswedan ini mempunyai tujuan untuk mempersuasi seseorang dengan unggahan-unggahan hasil rekam jejak Anies



Baswedan dan kunjungan Anies Baswedan ke beberapa daerah. Unggahan tersebut dapat memberikan kesan yang menarik terhadap masyarakat. Kesan tersebutlah dimana dapat membuat seseorang untuk mendukung Anies Baswedan. Disitulah terciptanya komunikasi persuasif.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

*Image Building* merupakan sebuah teori dalam pembentukan citra yang dibangun dengan beberapa cara, salah satunya menggunakan komunikasi persuasif, komunikasi persuasif ini merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang sehingga dapat bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator tersebut.

*Image Building* pada dunia politik sangatlah penting, pembentukan citra akan dilakukan jauh-jauh hari sebelum pemilihan politikus tersebut. Oleh karena itu seorang politikus akan membentuk timnya sendiri untuk membantu pembentukan citranya tersebut. Berbagai cara dapat dilakukan untuk membentuk citranya, baik secara online maupun offline. Tim yang dibentuk tersebut dituntut untuk mempunyai strategi komunikasi yang baik, dimana strategi komunikasi tersebut akan berdampak besar pada politikus tersebut.

Dalam *Image Building* ini terdapat juga adanya strategi komunikasi, dimana strategi komunikasi ini merupakan salah satu bentuk proses untuk mencapai sebuah komunikasi yang diinginkan, untuk menciptakan sebuah perubahan pada khalayak dengan cara berkomunikasi tersebut, oleh karena itu strategi komunikasi ini berguna untuk memperhitungkan situasi dan kondisi yang akan dihadapi guna mencapai efektivitas dalam berkomunikasi kepada khalayak tersebut. Tujuan dari

strategi komunikasi ini juga untuk memastikan bahwa komunikasi yang dibangun kepada khalayak dapat dipahami dan diterima dengan baik, fungsi dari komunikasi strategis ini untuk menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang optimal.

Komunikasi persuasif merupakan sebuah komunikasi yang mempengaruhi sudut pandang seseorang untuk mendukung seseorang yang dituju oleh komunikator tersebut. *Image Building* akan terbentuk apabila komunikasi persuasif berjalan sesuai dengan apa yang dibentuk pada saat pembentukan strategi komunikasi. Citra tersebut akan terbangun apabila persuasif yang dituju sampai dengan tepat pada komunikan yang ingin dituju.

*Image Building* yang dibentuk oleh akun twitter @aniesbaswedan dalam membentuk citra Anies Baswedan ini dengan mengunggah kegiatan Anies Baswedan sendiri, dan meretweeted akun yang mendukung Anies Baswedan. Salah satunya pada akun twitter @Nasdem, akun ini merupakan akun official partai nasdem, dimana partai ini merupakan partai yang mendukung anies baswedan untuk maju menjadi calon presiden 2024. Akun ini mencuit hasil kinerja yang dibangun oleh Anies Baswedan dalam berbentuk video dan dibalut dengan opini untuk membangun citra baiknya. Unggahan akun @Nasdem tersebut di Retweeted oleh akun @aniesbaswedan yang berguna untuk menyebarluaskan unggahan @Nasdem.



**Gambar 2.2**

**(Sumber: Twitter @aniesbaswedan)**

Dalam pembentukan citra yang dibangun pada akun @aniesbaswedan, akun ini juga menggunakan bahasa non formal, dimana tujuan dalam menggunakan Bahasa ini untuk menyesuaikan posisi siapa komunikasi tersebut. Dimana twitter ini merupakan salah satu media sosial, yang mana semua orang berhak untuk berselancar di media sosial ini, baik kalangan menengah keatas maupun kalangan menengah kebawah. Dan penggunaan media sosial twitter ini juga bertujuan untuk masyarakat merasa dibutuhkan karena tidak hanya dijadikan objek kebutuhan Anies Baswedan sendiri, mereka juga dapat terjun langsung dengan beropini mengenai unggahan twitter @aniesbaswedan tersebut.

Dalam pembentukan citra yang dibangun hingga saat ini, berdasarkan hasil survey New Indonesia Research And Consulting pada Februari 2022 lalu menyebutkan bahwa elektabilitas Anies Baswedan menempati posisi dua dengan

13.8% atau hanya terpaut 7% dengan Prabowo Subianto yang mendapatkan 20% dan unggul tipis dari Ganjar Pranowo di posisi tiga yang mendapatkan elektabilitas 13,6% (Sindonews.com,2022). Hal ini menunjukkan bahwa Anies Baswedan merupakan kandidat presiden yang diperhitungkan banyak partai politik menjelang Pilpres 2024 mendatang. Hingga saat ini akun twitter @aniesbaswedan masih terus gencar untuk mengunggah kegiatan Anies sendiri, dalam menciptakan citra yang baik untuk berkelanjutan hingga 2024 pemilihan umum tersebut.

Teori ini cukup relevan dengan penelitian ini dikarenakan bagaimana peran persuasif twitter @aniesbaswedan dalam pembentukan citra Anies Baswedan pada generasi Z sendiri. Apakah sesuai dengan apa yang dilakukan oleh akun twitter @aniesbaswedan dalam pembentukan citranya sendiri untuk menjaga dan menambah elektabilitas kepercayaan publik khususnya generasi Z untuk menjadikan Anies Baswedan menjadi pemimpin lagi seperti ketika dia menjabat menjadi gubernur DKI Jakarta. Dimana pada saat itu Anies Baswedan menang menjadi gubernur DKI Jakarta dengan totalan perolehan suara sebesar 3.240.987 atau 57,96 persen.