

Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024

Rendra Zakaria¹, Siti Zulzilah²

Universitas Gunadarma^{1,2}, Jakarta

rendrazakariaa96@gmail.com, zulzilahs@gmail.com

Submitted : 03 Juni 2024,

Accepted : 15 Juli 2024,

Published : 30 Juli 2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami makna sosial dan konstruksi realitas melalui analisis mendalam terhadap tindakan dan interaksi yang terjadi dalam kelompok simpatisan Anies Baswedan di akun media sosial Instagram @chozin.id. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan teori pendekatan etnometodologi yang melibatkan satu narasumber dan lima informan untuk melakukan validasi. Akun Instagram @chozin.id berhasil membangun citra politik Anies Baswedan di Instagram sebagai pemimpin yang transparan, berkomitmen, dan dekat dengan masyarakat. Makna positif tersebut tak hanya menumbuhkan kepercayaan, namun juga menjadikan Anies Baswedan sebagai sosok yang disegani dan diapresiasi masyarakat. Akun Instagram @chozin.id mengukur keberhasilannya meningkatkan citra Anies Baswedan dengan melihat jumlah viewer di akun Instagram miliknya. Strategi komunikasi politik simpatisan Anies Baswedan pada Pilpres 2024, khususnya melalui Instagram @chozin.id, berhasil menciptakan citra positif dan mendukung peningkatan popularitas Anies Baswedan dalam konteks pesta demokrasi. Namun demikian, penting untuk terus memantau dan menyikapi tantangan yang mungkin muncul agar citra positif yang telah dibangun dapat tetap terjaga.

Kata-kata Kunci: Anies Baswedan, Etnometodologi, Pilpres 2024, Strategi Komunikasi Politik, Simpatisan Politik

Communication Strategies of Anies Baswedan's Political Supporters: An Ethnomethodological Study of @Chozin's Account in The 2024 Presidential Election

ABSTRACT

The aim of this research is to understand the social meaning and construction of reality through in-depth analysis of the actions and interactions that occur within the Anies Baswedan sympathizer group on the Instagram social media account @chozin.id. In this research the author used a qualitative method with the ethnomethodological approach theory, which involved one resource person and five informants to validate. The Instagram account @chozin.id has succeeded in building Anies Baswedan's political image on Instagram as a leader who is transparent, committed and close to the community. This positive meaning not only creates trust, but also makes Anies Baswedan a figure who is respected and appreciated by his audience. The Instagram account @chozin.id measures its success in improving Anies Baswedan's image by looking at the number of viewers on his Instagram account. The political communication strategy of Anies Baswedan sympathizers in the 2024 presidential election, especially via Instagram @chozin.id, has succeeded in creating a positive image and supporting the increase in

Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024
(Rendra Zakaria, Siti Zulzilah)

Anies Baswedan's popularity in the context of the democratic party. However, it is important to continue to monitor and respond to challenges that may arise so that the positive image that has been built can be maintained.

Keywords: 2024 Presidential Election, Anies Baswedan, Ethnomethodological Studies, Political Communication Strategy, Political Sympathizers

Korespondensi: Siti Zulzilah, S.I.Kom., M.I.Kom. Universitas Gunadarma, Jl. Margonda Raya 100 Pondok Cina, Depok. Kode Pos. 16424. Email: sitizulziah@staff.gunadarma.ac.id

PENDAHULUAN

Salah satu pilar utama dalam setiap sistem demokrasi adalah adanya mekanisme penyaluran pendapat masyarakat secara berkala melalui pemilihan umum yang diselenggarakan secara berkala (Subiyanto, 2020). Pemilihan Umum (PEMILU) merupakan salah satu sarana pendistribusian hak asasi warga negara Indonesia. Sejak tahun 1945 setelah Indonesia merdeka, Indonesia telah menyelenggarakan pemilihan umum yang sekarang lebih sering disebut PEMILU sebanyak dua belas kali sejak tahun 1955 hingga tahun 2019. Pemilu tahun ini merupakan pemilu yang ketiga belas yang diselenggarakan di Indonesia. Menurut (Liando et al., 2016) Ciri-ciri negara demokrasi adalah seberapa besar negara melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan pemilihan umum. Sebab partisipasi politik masyarakat (pemilih) merupakan aspek penting dalam struktur negara demokratis. Dalam kaitannya dengan demokrasi, partisipasi politik mempengaruhi legitimasi masyarakat terhadap berjalannya suatu pemerintahan.

Indonesia menyambut dengan antusias menyambut tahun politik 2024 yang semakin dekat. Dalam suasana yang dinamis ini, negara sedang mempersiapkan pemilihan presiden dan pemilihan umum yang selalu menjadi tahapan penting dalam perkembangan demokrasi. Para calon presiden bersaing ketat untuk merebut hati pemilih dengan menawarkan visi dan program yang mereka yakini akan membawa kemajuan bagi masyarakat. Pada pemilu tahun 2014 dan 2019 hanya terdapat dua Capres, dan lagi-lagi pada tahun ini terdapat tiga Capres yang membuat masyarakat sangat antusias menyambut pemilihan umum Capres dan Cawapres. Sejak reformasi tahun 1998, dinamika sosial politik negeri ini cukup berwarna. Jika dikaitkan dengan proses pemilu, maka setiap calon atau bakal calon akan melaksanakan kampanye politiknya dengan tujuan yang telah disebutkan di atas (Fatimah, 2018). Kandidat presiden yang mendapat dukungan masif melalui kampanye politiknya mempunyai peran penting dalam

Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024
(Rendra Zakaria, Siti Zulzilah)

dinamika politik negara. Salah satu nama yang muncul dan menyita perhatian pada Pilpres 2024 adalah Anies Baswedan. Anies Baswedan merupakan sosok yang terkenal di dunia politik Indonesia dan memiliki banyak pengikut.

Jauh sebelum kampanye politik dilakukan oleh beberapa Calon Presiden, di balik itu semua terdapat oknum-oknum yang setia mendukung kampanyenya secara besar-besaran, munculnya oknum-oknum simpatisan politik dipengaruhi oleh apa yang terjadi di dunia politik. Partai-partai dengan keanggotaan rendah memberikan pengganti sumber daya yang pernah disediakan oleh anggota partai. Strategi substitusi yang mungkin dilakukan adalah dengan meningkatkan kontribusi yang diberikan oleh anggota yang tetap bertahan, dan meningkatkan aktivisme pendukung non-anggota (Ponce, 2013). Simpatisan politik muncul karena ingin mendukung penuh calon yang diikutinya dalam kegiatan politik, bahkan simpatisan politik tidak sepenuhnya terlibat dalam keanggotaan atau keterlibatan politik. Simpatisan politik adalah individu yang mendukung atau cenderung mendukung partai politik, pemimpin politik, atau ideologi politik tertentu tanpa keanggotaan resmi partai atau keterlibatan politik. Pendukung politik dapat mempengaruhi opini publik dan hasil pemilu melalui dukungan mereka, termasuk melalui dialog, kampanye, dan pemungutan suara. Dalam mempengaruhi opini publik, internet merupakan media yang paling berpengaruh bagi simpatisan politik dalam membentuk opini publik. Internet telah menjadi sesuatu yang memiliki cakupan yang sangat luas untuk mengumpulkan suara, meningkatkan citra dan mempengaruhi opini masyarakat, terutama terhadap generasi muda yang merupakan pemilih pemula. Tidak dapat dipungkiri bahwa internet telah menjadi sumber konsumsi masyarakat luas sehingga memudahkan para simpatisan politik atau masyarakat umum dalam menentukan siapa yang akan dipilihnya pada pemilu presiden.

Bagi banyak orang, Internet merupakan faktor yang berhubungan dengan teknologi modern. Internet memungkinkan untuk memahami hakikat media baru sebagai media baru atau rilis media baru (Rahmah, 2021). Media sosial telah menjadi salah satu bentuk komunikasi massa yang paling populer karena menyediakan transmisi informasi yang lebih cepat dan komunikasi dua arah yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain secara online (Rahmah, 2021). Media sosial dan teknologi informasi berperan penting dalam menyebarkan informasi dan memobilisasi pemilih. Di sisi lain, masyarakat harus berpartisipasi aktif, mengedepankan nilai-nilai demokrasi, dan menjaga ketertiban dalam proses politik. **Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024 (Rendra Zakaria, Siti Zulzilah)**

Aktor politik memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan citra publik mereka dan menarik lebih banyak orang untuk mendukung perjuangan mereka. Politisi yang melakukan personal branding di media sosial akan mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap dirinya dan memfasilitasi komunikasi politiknya (Rahmah, 2021).

Saat Indonesia bersiap menghadapi tahun politik yang menentukan, semangat solidaritas, keadilan, dan kemajuan tetap menjadi pilar utama bagi kelanjutan pembangunan demokrasi di negeri ini. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi platform utama komunikasi politik modern. Instagram memberikan ruang bagi politisi dan pendukungnya untuk berinteraksi, berbagi pendapat, dan mempengaruhi opini publik. Salah satu akun Instagram yang menarik perhatian pendukung calon presiden Anies Baswedan pada Pemilu 2024 adalah akun @chozin.id.



Gambar 1. Tangkapan Layar Akun Instagram @chozin.id

Sumber: Dokumen Penulis, 2024

Akun Instagram @chozin.id yang memiliki lebih dari 13 ribu pengikut di Instagram per 23 Januari 2024. Kerap mengunggah aktivitas politik dimana ia merupakan simpatisan Anies Baswedan. Terlihat beberapa postingannya kerap dikaitkan dengan peningkatan citra Anies Baswedan sendiri. Akun ini tak hanya menyuarakan dukungannya, tapi juga mengajak para pengikutnya dalam perjalanan panjang prestasi dan inovasi Anies Baswedan. Dengan tekad mengungkap kebenaran, ia menciptakan momen edukasi yang memberikan pencerahan kepada masyarakat tentang visi dan misi Anies Baswedan. Oleh karena itu, akun Instagram @chozin.id akan menjadi fokus penelitian karena aktif mendukung Anies Baswedan dan terlibat dalam

Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024 (Rendra Zakaria, Siti Zulzilah)

komunikasi politik serta membantu meningkatkan citra di platform tersebut. Dalam penelitian ini kita akan menggali lebih dalam tentang aktivitas, strategi komunikasi, pesan politik, dan bagaimana akun @chozin.id berinteraksi dengan pengikutnya dan lingkungan sosial untuk mendukung implementasinya, Calon Presiden Anies Baswedan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengeksplorasi aktivitas dan strategi komunikasi politik simpatisan Anies Baswedan yang aktif di media sosial Instagram. Subyek penelitian ini antara lain pemilik akun Instagram @chozin.id yang diidentifikasi sebagai simpatisan dan ikut mendukung Anies Baswedan. Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi politik yang dilakukan simpatisan Anies Baswedan melalui akun Instagram @chozin.id. Akun tersebut merupakan representasi simpatisan yang berupaya mempengaruhi opini dan pandangan masyarakat terhadap Anies Baswedan jelang Pilpres 2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi etnometodologi. Metode analisis data dalam penelitian kualitatif yang digunakan adalah metode induktif, yaitu bergerak dari permasalahan yang bersifat khusus ke permasalahan yang lebih umum. Daymon dan Holloway (2011) mengemukakan bahwa salah satu ciri khas pendekatan analisis data penelitian kualitatif adalah keterbukaan dan fleksibilitas metode selama implementasi. Mengenai etnometodologi, Goodman dan Ritzer (2004). Pendekatan ini dipilih karena memberikan kemampuan memahami makna sosial dan konstruksi realitas melalui analisis mendalam terhadap tindakan dan interaksi yang terjadi dalam kelompok simpatisan Anies Baswedan di platform Instagram. Etnometodologi adalah pendekatan penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman dan interpretasi cara orang memberi makna pada kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini dikembangkan oleh Harold Garfinkel pada tahun 1967. Etnometodologi menekankan bahwa masyarakat secara aktif menciptakan makna dalam interaksi sosialnya, dan penelitian etnometodologi bertujuan untuk memahami proses ini dengan mempelajari interaksi sosial secara mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Narasumber

Tabel 1. Profil Narasumber

Profil Narasumber	
Nama Lengkap	Muhammad Chozin Ammirullah
Usia	48 Tahun
Alamat Lengkap	Jl. Cirendai Indah 3 Ciputat Timur
Pendidikan Terakhir	S2 - Ohio University, Amerika
Pekerjaan	Wiraswasta

Sumber: Dokumen Penulis, 2024

Muhammad Chozin Amirullah lahir di Pekalongan dan tumbuh di lingkungan Islam tradisional yang kuat di Jawa. Sebagian besar pendidikan dasarnya dihabiskan di lingkungan pesantren. Pendidikan tingginya diselesaikan di Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada tahun 2004. Muhammad Chozin juga mengenyam pendidikan tinggi di Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pada tahun 2008 Muhammad Chozin menyelesaikan gelar masternya di Ohio University Amerika Serikat dengan konsentrasi Studi Internasional. Muhammad Chozin mengawali karir di HMI sebagai Ketua Komisioner Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada. Setelah itu berturut-turut menjabat sebagai Koordinator Komisariat (Korkom) HMI Universitas Gadjah Mada, Korps Kader HMI Cabang (KPC) Cabang Yogyakarta, Sekjen HMI Cabang Yogyakarta, Pj Sekjen PB HMI periode 2003-2005, dan perwakilan HMI di Uni Amerika.

Informan pendukung dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Instagram dan simpatisan Anies Baswedan. Wawancara dilakukan secara online menggunakan platform Google Meet. Meski dilakukan secara online, wawancara berjalan lancar. Peneliti mengikuti pedoman wawancara dan melakukan wawancara mendalam. Jika jawaban informan kurang memuaskan, peneliti mengajukan pertanyaan lanjutan untuk memperoleh informasi yang akurat. Berikut adalah karakteristik dari para informan tersebut:

Tabel 2. Karakteristik Informan

No	Nama Lengkap	Biodata	Pengetahuan Mengenai Instagram @chozin.id
1	Ahmad Safarudin	Umur : 48 Tahun Domisili : Jakarta Pekerjaan : Fotografer	Saya mengetahui akun tersebut dikarenakan akun tersebut aktif menyuarakan tentang Anies Baswedan di Instagram
2	Bella Hasnawati	Umur : 29 Tahun Domisili : Jakarta Pekerjaan : Karyawan	Mengetahui sejak dari lama karena kebetulan saya kenal baik dengan pemilik akun tersebut
3	Via Aulia	Umur : 25 Tahun Domisili : Jakarta Pekerjaan : Karyawan	Sering berkolaborasi dengan akun-akun relawan Anies Baswedan jadi saya mengetahui awalnya dari akun relawan yang berkolaborasi dengan akun Instagram @chozin.id
4	Kartika Yusnia	Umur : 30 Tahun Domisili : Jakarta Pekerjaan : Guru	Karena saya menyukai Anies Baswedan jadi saya mencari akun instagram yang menyuarakan Anies Baswedan
5	M. Rafif Saputro	Umur : 21 Tahun Domisili : Jakarta Pekerjaan : Mahasiswa	Karena saya pernah bertemu dengan pemilik akun tersebut pada saat kampanye Anies Baswedan

Sumber: Dokumen Penulis, 2024

Penulis telah melakukan wawancara terhadap seorang narasumber terkait dengan penelitian ini yakni pemilik akun Instagram @chozin.id. Adapun pemilik akun tersebut bernama Muhammad Chozin Ammirullah. Dalam penelitian ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber terkait latar belakang narasumber dan pemaknaan khalayak terhadap strategi komunikasi politik simpatisan Anies Baswedan pada akun instagram @chozin.id.

Adapun wawancara penulis terhadap narasumber terkait latar belakang narasumber yakni narasumber sedang terdapat kegiatan seperti kampanye, mengelola organisasi non profit

dalam hal ini terkait politik, bisnis kecil-kecilan di bidang food and beverages. Narasumber juga sering menggunakan Instagram untuk memposting aktivitas sosial lingkungan dan pendidikan tetapi sekarang mayoritas tentang calon presiden nomor urut 01 yakni Anies Baswedan. Dalam hal memposting Anies Baswedan, narasumber juga biasanya menyebarkan postingan orang yang memiliki kecocokan dengan Anies Baswedan seperti testimoni, alasan mengapa mendukung Anies, dan sebagainya sehingga cerita tersebut dilihat oleh banyak orang.

Adapun narasumber dalam strategi komunikasi politik simpatisan Anies Baswedan pada Pilpres 2024 melalui akun Instagram @chozin.id dilakukan dengan cara memposting kegiatan Anies Baswedan dan juga memberikan banyak bahan mentah tentang Anies Baswedan kepada masyarakat luas sehingga masyarakat banyak kolaborasi dengan @chozin.id. Motivasi narasumber untuk menjadi simpatisan Anies Baswedan dan berpartisipasi dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan melalui akun Instagram @chozin.id yaitu mengharapkan adanya mendorong perubahan secara bersama-sama sehingga semakin besar.

Pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki narasumber menjadi bagian dari strategi komunikasi politik tersebut, terutama dalam konteks Pilpres 2024 yakni keliling banyak daerah, bertemu dengan banyak orang dengan karakter yang berbeda-beda sehingga mudah memahami berbagai karakter orang. Selain itu, narasumber juga mendapat hal-hal positif dan jejaring semakin luas. Adanya ikatan emosional sesama pendukung Anies Baswedan yang bahkan bisa sampai pada relasi bisnis. Narasumber berinteraksi dengan pengikut atau audiens akun Instagram @chozin.id dengan cara reply comment, DM dan mention di story akan di repost, dan juga accept kolaborasi. Narasumber merasa bahwa partisipasinya dalam strategi komunikasi politik melalui akun Instagram @chozin.id memberikan dampak positif pada citra Anies Baswedan yang diukur dengan cara membangun dari sudut yang lain bagaimana masyarakat memberikan testimoni terhadap Anies Baswedan. Banyak masyarakat biasa yang memiliki followers ratusan ribu yang dapat diwawancara dan diambil untuk narasi menarik untuk diposting sehingga menarik banyak viewer atau penonton. Kemudian, dapat dilakukan dengan cara melakukan capture pandangan orang untuk dibagikan kepada masyarakat luas sehingga masyarakat merasa cocok tentang Anies Baswedan yang kemudian viral di media sosial.

**Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024
(Rendra Zakaria, Siti Zulzilah)**



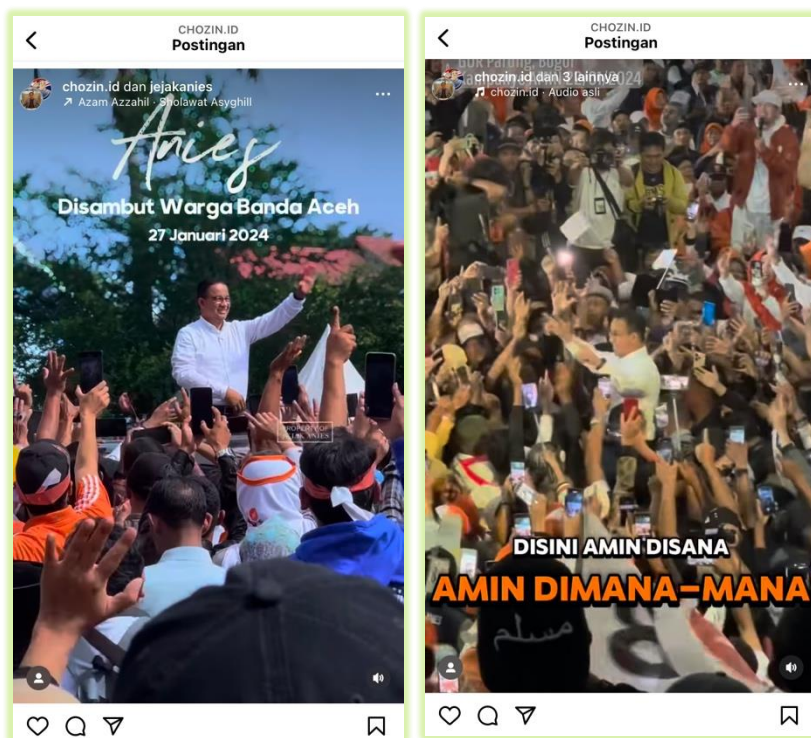
Gambar 2. Konten Kolaborasi Instagram @chozin.id

Sumber: Dokumen Penulis, 2024

Analisis Terhadap Pemaknaan Khalayak Terhadap Strategi Komunikasi Politik Simpatisan Anies Baswedan pada Akun Instagram @Chozin.Id

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan bagaimana anda menggunakan akun Instagram @chozin.id untuk menyampaikan pesan politik? Kemudian, narasumber menjawab bahwa setiap hari memposting hal yang terkait dengan Anies Baswedan dan melakukan kolaborasi dengan akun lain.

Narasumber juga menyampaikan jenis konten yang paling sering diunggah oleh akun tersebut dalam mendukung Anies Baswedan yakni konten *reels* seperti testimoni, pidato atau narasi dari Anies Baswedan yang pendek dan masih baru, peristiwa lucu terkait debat, dan sebagainya. Menurut Narasumber akun @chozin.id menciptakan keterlibatan (*engagement*) dengan pengikutnya terkait Pilpres 2024 dengan cara memberikan *feedback* jika bertemu langsung dengan narasumber kemudian narasumber selaku pemilik akun @chozin.id lebih suka membagikan bahan mentah kepada masyarakat untuk masyarakat bagikan secara luas di media sosial. Sehingga, menurut narasumber posting tidak selalu kejadian terkini, kadang bahkan masyarakat memposting terlebih dahulu informasi baru tersebut.



Gambar 3. Konten *Reels* Instagram @chozin.id

Sumber: Dokumen Penulis, 2024

Narasumber juga menyatakan bahwa terdapat pola tertentu di *caption* dalam penggunaan bahasa dan narasi yang digunakan dalam postingan politik di akun tersebut dahulu, *caption* panjang tetapi sekarang *caption* pendek karena dianggap dapat mengekspresikan gagasan dalam video tersebut sehingga *caption* tidak terlalu panjang. Terkait upaya khusus untuk merespon isu-isu kontroversial atau serangan politik terhadap Anies Baswedan tidak banyak, jika terdapat klarifikasi biasanya narasumber menitipkan ke akun-akun yang lain.

Menurut narasumber taktik komunikasi politik digunakan untuk menggerakkan simpatisan dan memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam Pilpres 2024 dengan cara harus memastikan masyarakat sukarela dari hati. Pola simpatisan tidak terstruktur tapi terorganisir tentang penjelasan perubahan sosial untuk dibagikan kepada masyarakat sehingga masyarakat tergerak secara sukarela. Menurut narasumber pula akun Instagram @chozin.id beradaptasi dengan perubahan tren dan isu-isu terkini dalam politik menjelang Pilpres 2024 dengan cara mengikuti perubahan seperti banyaknya sosial media, tren sosial media, penggunaan lagu di

Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024
(Rendra Zakaria, Siti Zulzilah)

sosial media, dan sebagainya dengan cara membuka sosial media apa saja yang banyak digunakan, dsb. Dalam hal ini terdapat unsur-unsur storytelling yang digunakan untuk membangun narasi yang mendukung Anies Baswedan. Narasumber selaku pemilik akun juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram, seperti Reels atau Instagram Stories, untuk menyampaikan pesan politik, tetapi jarang sekali menggunakan *live Instagram*.

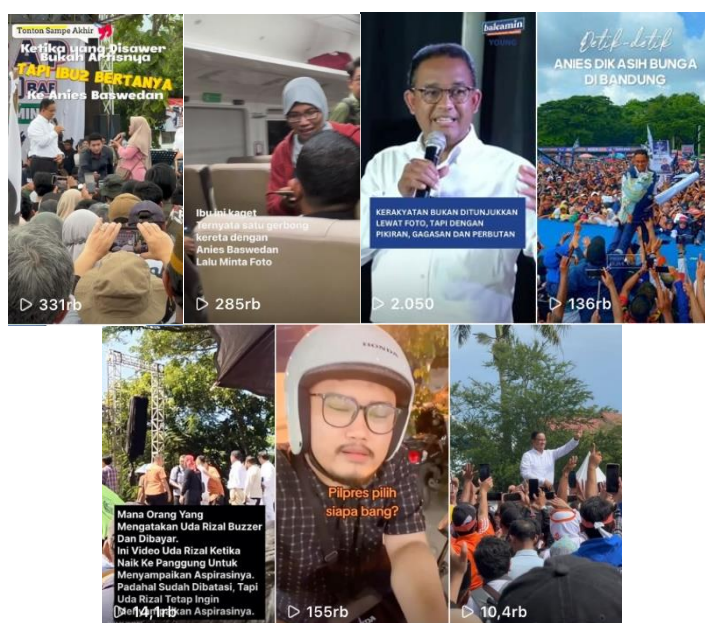
Analisis Pemaknaan Khalayak terhadap Keberhasilan dalam Meningkatkan Citra Politik Anies Baswedan pada Akun Instagram @Chozin.Id

Narasumber juga memiliki variasi dalam penggunaan media lain selain Instagram untuk mendukung strategi komunikasi politik Anies Baswedan seperti tiktok, twitter, youtube, facebook, dan whatsapp group. Akun tersebut beradaptasi dengan perubahan algoritma atau kebijakan platform Instagram dalam menyampaikan pesan politik dengan cara intensitas yang tinggi sehingga dapat mengikuti perubahan yang terjadi. Narasumber juga memiliki pola tertentu dalam interaksi atau keterlibatan pengikut akun @chozin.id terkait konten politik yang diunggah dengan cara melakukan kolaborasi dengan akun lain yang sesuai dengan topik yang diposting. Terdapat pula kolaborasi atau keterlibatan dengan tim kampanye resmi Anies Baswedan di luar dunia digital, seperti acara atau pertemuan langsung dengan timnas dan tim paslon secara langsung sehingga memperoleh bahan mentah untuk diposting. Akun tersebut mempertahankan konsistensi dalam menyampaikan pesan politik Anies Baswedan selama periode kampanye Pilpres 2024 dengan cara rajin posting, mencari bahan, dan berkomunikasi dengan sesama pendukung Anies Baswedan.

Dalam melakukan postingan, narasumber juga memiliki strategi khusus dalam memilih waktu pengunggahan atau penyebaran informasi politik di akun tersebut agar dilihat banyak *viewers* misalnya sepulang kerja sore atau malam hari dan juga pada hari libur. Narasumber juga menyampaikan jarang melakukan upaya untuk menggandeng influencer dalam mendukung pesan Anies Baswedan melalui akun tersebut. Narasumber lebih sering menampilkan postingan dengan masyarakat biasa secara luas untuk mendukung pesan politik Anies Baswedan melalui akun tersebut. Akun @chozin.id mengukur keberhasilan dalam meningkatkan citra politik Anies Baswedan melalui metrik-metrik tertentu di Instagram seperti membandingkan postingan yang lebih banyak dilihat orang dan postingan yang dilihat sedikit orang.

Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024
(Rendra Zakaria, Siti Zulzilah)

Akun Instagram @chozin.id menjalankan strategi komunikasi yang cermat untuk meningkatkan citra politik Anies Baswedan di mata khalayak. Melalui unggahan-unggahan yang diarahkan secara positif dan informatif, ia berusaha mendekatkan diri dengan masyarakat serta menyajikan wajah manusiawi dari kepemimpinan Anies Baswedan. Dalam setiap unggahan, Chozin membagikan informasi terkini terkait kebijakan dan program-program pembangunan yang diimplementasikan. Kontennya tidak hanya bersifat formal, tetapi juga mencakup momen-momen kehidupan sehari-hari, memberikan gambaran tentang kepribadian dan nilai-nilai yang dijunjung oleh Anies Baswedan. Pentingnya interaksi dengan pengikut tercermin melalui respons positif terhadap komentar, partisipasi aktif dalam diskusi, dan pembahasan isu-isu yang relevan.



Gambar 3. Tampilan Keberhasilan Instagram @Chozin.Id dalam Meningkatkan Citra Anies Baswedan

Keberhasilannya dalam merespons dengan cepat dan efektif terhadap situasi krisis juga turut meningkatkan kepercayaan khalayak. Akun Instagram @chozin.id tidak hanya menonjolkan keberhasilan pemerintahan Anies Baswedan, tetapi juga menampilkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana publik. Informasi yang disampaikan dengan jelas membantu masyarakat memahami dan mengapresiasi langkah-langkah yang

Strategi Komunikasi Simpatisan Politik Anies Baswedan: Studi Etnometodologi Pada Akun @chozin di Pilpres 2024
(Rendra Zakaria, Siti Zulzilah)

diambil untuk kesejahteraan bersama. Estetika dan gaya visual yang digunakan dalam setiap unggahan mencerminkan profesionalitas dan keberagaman. Dengan variasi konten, mulai dari foto hingga video, Akun Instagram @chozin.id berhasil menciptakan keterlibatan yang tinggi dari khalayaknya. Tidak hanya sebagai simpatisan, Akun Instagram @chozin.id juga memperlihatkan sisi kemanusiaan melalui berbagai cerita yang menggambarkan kepedulian dan kebersamaan Anies Baswedan. Pendekatan komunikasinya yang sesuai dengan karakter masyarakat menciptakan koneksi emosional yang kuat. Dengan strategi komunikasi yang holistik dan responsif, Akun Instagram @chozin.id berhasil membangun citra politik Anies Baswedan di Instagram sebagai pemimpin yang transparan, berkomitmen, dan mendekati diri dengan masyarakat. Pemaknaan positif ini tidak hanya menciptakan kepercayaan, tetapi juga menjadikan Anies Baswedan sebagai figur yang dihormati dan diapresiasi oleh khalayaknya. Akun Instagram @chozin.id mengukur keberhasilannya dalam meningkatkan citra Anies Baswedan itu dengan melihat jumlah *viewers* di akun Instagram-nya.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik simpatisan Anies Baswedan pada Pilpres 2024. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Strategi komunikasi politik simpatisan Anies Baswedan didominasi penggunaan media sosial. Melalui platform Instagram @chozin.id, simpatisan berhasil menyebarkan narasi positif tentang Anies Baswedan dan menggalang dukungan kuat. Komunikasi politik dilakukan dengan melakukan personalisasi dan memanusiakan sosok Anies Baswedan. Dengan menonjolkan sisi kemanusiaan dan keseharian Anies, para simpatisan berhasil menciptakan ikatan emosional dengan pemilih sehingga mampu meningkatkan citra positifnya. Para simpatisan Anies Baswedan menggunakan isu-isu populer dan kontroversial dalam kampanyenya. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dan menciptakan buzz di media sosial sehingga menciptakan momentum positif bagi citra Anies Baswedan. Terdapat pola kolaborasi yang kuat antar simpatisan Anies Baswedan dalam menyebarkan pesan-pesan politik. Melalui kelompok komunikasi dan aksi bersama di media sosial, mereka berhasil membangun solidaritas dan meningkatkan efektivitas penyebaran pesan. Meskipun strategi komunikasi politik simpatisan Anies Baswedan telah mencapai keberhasilan dalam banyak

aspek, namun terdapat juga tantangan dan potensi ancaman. Misalnya saja potensi penyebaran informasi palsu atau kampanye hitam yang dapat merugikan citra Anies Baswedan. Dengan demikian, strategi komunikasi politik simpatisan Anies Baswedan pada Pilpres 2024 khususnya melalui media sosial berhasil menciptakan citra positif dan mendukung peningkatan popularitas Anies Baswedan dalam konteks pesta demokrasi. Namun demikian, penting untuk terus memantau dan menyikapi tantangan yang mungkin muncul agar citra positif yang telah dibangun dapat tetap terjaga.

REFERENSI

- Aurellia, A. I. (2021). *Strategi Komunikasi Digital Pada Kampanye Politik Pilkada Era Pandemi Covid 19 (Studi Komunikasi Politik Penggunaan Media Sosial pada Pilkada Bontang 2020 Pasangan Nomer urut dua Neni Moerniaeni dan Joni Muslim)*. Universitas Pertamina.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1). <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- Goodman, D. J. & Ritzer, G. (2004). *Teori Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Hasan, K. (2016). *Bahan ajar handout Komunikasi Politik (pertemuan 1 dan 2) Definisi Komunikasi Politik 1 Oleh: Kamaruddin Hasan 2*.
- Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Jakarta
- Liando, D. M., Kunci, K., & Pemilu, : (2016). *Pemilu Dan Partisipasi Politik Masyarakat (Studi Pada Pemilihan Anggota Legislatif Dan Pemilihan Presiden Dan Calon Wakil Presiden Di Kabupaten Minahasa Tahun 2014)*. In *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* (Vol. 3).
- Ponce, Aldo F. 2013. *Party Members vs. Party Sympathizers in a Period of Declining Membership: Who Does What (and with Whom)?*. *American Political Science Association Annual Meetings, Chicago, III*.
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>

- Rezhi, K., Yulifar, L., & Najib, M. (2023). Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional Memahami Langkah-Langkah dalam Penelitian Etnografi dan Etnometodologi. *Jurnal Artefak*, 10(2).
<https://doi.org/10.25157/ja.v10i2.10714>
- Sanjaya, L. D., Naryoso, A., Yulianto, M., Gono, J. M., & Ayun, P. Q. (2016). Political Public Relations Campaign for Election of Mayor and Deputy Mayor of Solok Period 2016-2020, Creative Design Coordinator Division. *Interaksi Online*, 4(2), 1-10.
- Subiyanto, A. E. (2020). Pemilihan Umum Serentak yang Berintegritas sebagai Pembaruan Demokrasi Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, 17(2), 355. <https://doi.org/10.31078/jk1726>
- Sugiarto, B., Pratiwi, O.C, & A. (2014). Strategi Pemenangan Dalam Pemilihan Kepala Daerah. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik.*, 27(3), 143-151.
- Sultoni, K. B., & Harsasto, P. 2020. Media dan Politik : Strategi Kampanye Partai Perindo dan PSI dalam Mempengaruhi Suara Pemilih di Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies* Vol. 9 No.02: 171-180.
- Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 133-145. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037>