

Multimodal Pencitraan Anies Baswedan dalam Akun Instagram @aniesbaswedan Menjelang Pemilihan Presiden 2024

Natalia Reviyanti

Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia
natalia.reviyanti@ui.ac.id

Artikel

Submitted: 20-07-2023
Reviewed: 02-10-2023
Accepted: 11-12-2023
Published: 30-12-2023

DOI:

10.32509/wacana.v22i2.3105



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 22
No. : 2
Bulan : Desember
Tahun : 2023
Halaman : 260-271

Abstract

The aim of this research is to analyze the visual depiction of Anies Baswedan on Instagram and highlight the role of social media in political campaign strategies. The method used is a qualitative approach with an interpretive paradigm, with a multimodality research method with a Systemic Functional Linguistics (SFL) research design. The results of this research are an analysis of three photos uploaded to the Instagram account @aniesbaswedan which depict Anies Baswedan's political activities and campaign as a presidential candidate. Ideation, interpersonal, and textual analyzes are used to study the use of language and images in the context of political drama via social media. In conclusion, this research provides an understanding of the content and interactions that occur in @aniesbaswedan's Instagram uploads, and these photos receive a positive response from social media users. Anies Baswedan uses Instagram as a stage to show his existence in the world of politics, and he uses these uploads to achieve the goal of being accepted by other users. The photos uploaded by Anies show characteristics that match the purpose of the scene regarding his dream of becoming president. Via Instagram, Anies Baswedan appears as a candidate who is ready to become President 2024 with a serious, warm and humanist image.

Keywords: Dramatism, Social Media, Imaging, Multimodal Analysis, Systemic Functional Linguistics

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis penggambaran visual Anies Baswedan di Instagram dan menyoroti peran media sosial dalam strategi kampanye politik. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretatif, dengan metode penelitian multimodalitas dengan desain penelitian Systemic Functional Linguistics (SFL). Hasil penelitian ini berupa analisis terhadap tiga foto yang diunggah di akun Instagram @aniesbaswedan yang menggambarkan aktivitas politik dan kampanye Anies Baswedan sebagai calon presiden. Analisis ideasi, interpersonal, dan tekstual digunakan untuk mempelajari penggunaan bahasa dan gambar dalam konteks drama politik melalui media sosial. Kesimpulannya, penelitian ini memberikan pemahaman terhadap konten dan interaksi yang terjadi pada unggahan Instagram @aniesbaswedan, dan foto-foto tersebut mendapat respon positif dari pengguna media sosial. Anies Baswedan menjadikan Instagram sebagai panggung untuk menunjukkan eksistensinya di dunia politik, dan unggahan tersebut ia manfaatkan untuk mencapai tujuan agar bisa diterima oleh pengguna lain. Foto-foto yang diunggah Anies memperlihatkan ciri-ciri yang sesuai dengan maksud adegan terkait mimpinya menjadi presiden. Lewat Instagram, Anies Baswedan tampil sebagai calon yang siap menjadi Presiden 2024 dengan image serius, hangat, dan humanis.

Kata Kunci: Dramatisme, Media Sosial, Pencitraan, Analisis Multimodal, Systemic Functional Linguistics

PENDAHULUAN

Tahapan Pemilihan Umum (Pemilu) resmi dimulai terhitung tanggal 14 Juni 2022. Ini menandai dimulainya proses pelaksanaan Pemilu yang puncaknya akan digelar pada 14 Februari 2024 untuk memilih anggota DPR RI, anggota DPRD tingkat Provinsi, dan tingkat Kota/Kabupaten, serta memilih Presiden dan Wakil Presiden. Salah satu tahapan Pemilu sebelum proses pencoblosan adalah pendaftaran Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden yang diusulkan dan diusung oleh Partai Politik dan atau gabungan Partai Politik yang sudah memenuhi ambang batas presiden atau presidential threshold. (Pamungkas & Muid, 2013) menjelaskan bahwa presidential threshold adalah pengaturan tingkat ambang batas dukungan dari DPR, baik dalam bentuk jumlah perolehan suara (ballot) atau jumlah perolehan kursi (seat) yang harus diperoleh partai politik peserta pemilu agar dapat mencalonkan Presiden dari partai politik tersebut atau dengan gabungan partai politik (Alghozy, 2020).

Untuk bisa memperkenalkan bakal calon kandidat dan menaikkan elektabilitas kandidat di mata pemilih, partai politik maupun perseorangan menggunakan berbagai media yang ada mulai dari media arus-utama hingga media baru. Tak terkecuali media sosial yaitu Instagram. Media sosial menjadi salah satu media paling jitu untuk menggaet generasi milenial di Indonesia pada Pemilu 2019 karena 40 persen dari 90 juta pemilih adalah usia produktif dan kaum milenial (Febriani et al., 2019). Sementara itu, gaya komunikasi dalam Instagram adalah dimana pengguna Instagram berperan sebagai komunikator dan netizen berperan sebagai komunikan di dunia maya (Oktaviani & Nur, 2022). Instagram menawarkan pandangan lain tentang politisi. Ini memperkuat citra politisi yang dipoles dan profesional. Gambar dan keterangan di akun Instagram perdana menteri dapat menyebar dengan cepat dan ke khalayak luas melalui saluran komunikasi ini. Ini telah mendefinisikan kembali cara-cara di mana politisi dapat menjangkau dan berinteraksi dengan khalayak (Lalancette & Raynauld, 2019). Instagram memainkan peran untuk mendukung peran aktor sosial dalam menciptakan citra diri dan kesempurnaan tanpa cela. Salah satu partai politik yang sudah mendeklarasikan bakal calon presiden adalah Partai Nasional Demokrat (NasDem) pada tanggal 3 Oktober 2022 dengan mencalonkan Anies Rasyid Baswedan yang pada saat deklarasi masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta dengan sisa masa jabatan 14 hari (berakhir pada tanggal 16 Oktober 2022) (Basuki, 2017).

Selain hadir dalam deklarasi, Anies Baswedan juga menunjukkan kesiapannya untuk ikut dalam Pemilihan Presiden 2024 dengan mengunggah foto deklarasi di media sosial Instagramnya @aniesbaswedan. Kesiapan ini diunggah di Instagramnya pada tanggal 3 Oktober 2022 dengan total 10 foto dan mendapatkan 224.687 likes dan 11.715 komentar. Terhitung sejak Anies Baswedan mendeklarasikan dirinya sebagai Bakal Calon Presiden hingga berakhirnya masa jabatannya sebagai Gubernur DKI Jakarta, terdapat 41 unggahan baik foto maupun video. Dari 41 unggahan tersebut Anies Baswedan menampilkan setidaknya 12 unggahan berisi agenda peresmian, disusul unggahan lainnya mengenai silaturahmi dengan tokoh-tokoh agama sebanyak 5 unggahan dan sejumlah unggahan lainnya seperti ucapan perpisahan dan terima kasih kepada sejumlah pihak selama Anies Baswedan menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta (Burke, 1969).

Dalam konteks tahun politik 2024 di Indonesia, politisi seperti Anies Baswedan dapat memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk retorika dan kampanye politiknya. Terdapat juga indikasi dramatisme yang ingin ditampilkan Anies Baswedan dalam akun Instagram-nya setelah dideklarasikan sebagai bakal calon presiden, yang dapat dihubungkan dengan teori dramatisme Burke yang menekankan tindakan simbolik dalam relasi sosial sebagai drama yang menggunakan retorika sebagai bentuk tindakan sosial untuk mencapai posisi sempurna tanpa cela. Dramatisme digagas oleh seorang teoritis Amerika Serikat yaitu Kenneth Duva Burke di abad dua puluh. Asumsi utama teori Dramatisme ini yaitu tindakan yang bertujuan untuk menempati posisi *state of perfection* dimana manusia menurut Burke adalah makhluk sosial yang menggunakan simbol untuk melakukan refleksi, representasi, seleksi, dan defleksi atau pembelokan terhadap realitas. Dramatisme memberikan perhatian yang memadai mengenai bahasa sebagai bentuk tindakan sosial. Selanjutnya, segala bentuk tindakan simbolik dalam relasi sosial adalah drama, di dalam tindakan simbolik tersebut penggunaan retorika dikembangkan untuk mengatasi situasi sulit yang dihadapi masing-masing individu sebagai

aktor sosial. Dalam teori ini, kata-kata juga diindikasikan sebagai tindakan untuk berargumentasi, mempersuasi, melegitimasi sesuatu, hingga menyalahkan dan memuji. Burke berpendapat bahwa penggunaan bahasa kita bukan sekadar alat untuk menyampaikan informasi, tetapi sangat terkait dengan identitas, nilai, dan konteks sosial kita. Elemen kunci dari dramatisme adalah (a) adegan ialah pengaturan fisik dan sosial di mana komunikasi berlangsung, (b) agen ialah orang atau entitas yang berbicara atau bertindak, (c) tindakan ialah komunikasi atau tindakan spesifik yang sedang dilakukan, (d) agensi ialah sarana yang dengannya tindakan itu dilakukan, dan (e) tujuan ialah tujuan atau motivasi di balik tindakan. Burke percaya bahwa dengan menganalisis elemen-elemen komunikasi ini, kita dapat lebih memahami motif dan nilai yang mendasari perilaku manusia. Dia juga menekankan pentingnya metafora dan simbolisme dalam membentuk pemahaman kita tentang dunia, dan peran retorika dalam membujuk dan mempengaruhi orang lain (Finley & Esposito, 2020).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji mengenai penggunaan media sosial dalam kampanye politik dan konstruksi kandidat di era digital, baik di beberapa negara maupun di Indonesia. Sebagai contoh, (Madestam & Falkman, 2017) mengeksplorasi bagaimana para pemimpin politik memanfaatkan media sosial untuk membangun identitas kepemimpinan dan meningkatkan citra publik mereka. Penelitian lain pada tahun 2020 menggunakan analisis pentad untuk menganalisis pidato Joko Widodo, dengan memperhatikan penyajian, narasi, aktor politik, teknik komunikasi, metode persuasi, motif, dan tujuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa unsur yang paling sering muncul dalam pidato Joko Widodo selama debat adalah ucapan atau pernyataan (act) dan Joko Widodo sebagai politik (agent). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Basuki, 2017) terkait pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2014, ditemukan bahwa kandidat presiden dan pendukung mereka menggunakan Facebook untuk membangun dan mengkomunikasikan identitas politik mereka serta memperkuat identitas dengan pesan dan platform kampanye yang diusung (Helmi et al., 2020).

Namun, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis teks dan visual yang ditampilkan di Instagram dengan pendekatan multimodal analisis. Fokus penelitian ini adalah menganalisis penggambaran visual Anies Baswedan di Instagram dengan menggunakan pendekatan analisis multimodalitas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Anies Baswedan membangun dramatisme melalui akun Instagram @aniesbaswedan dalam menghadapi Pemilihan Presiden Tahun 2024. Penelitian ini juga menyoroti pemanfaatan media sosial Instagram sebagai bagian dari strategi kampanye untuk memenangkan Anies Baswedan sebagai Presiden pada tahun 2024.

METODOLOGI

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode multimodalitas, dengan menggunakan desain penelitian *Systemic Functional Linguistics (SFL)* (Sugiyono, 2019). Populasi penelitian ini terdiri dari sumber data yang berasal dari unggahan Instagram akun @aniesbaswedan pada periode 3-17 Oktober 2022, dengan total 46 unggahan yang terdiri dari 1 unggahan gambar, 5 unggahan reels, dan 40 unggahan carousel. Sampel penelitian yang akan dianalisis terdiri dari tiga unggahan feed pada akun @aniesbaswedan, yaitu unggahan pertama pada tanggal 3 Oktober 2022 saat Anies Baswedan menyatakan diri sebagai Bakal Calon Presiden yang diusung oleh Partai NasDem, unggahan kedua pada tanggal 7 Oktober 2022 saat Anies Baswedan bertemu dengan Ketua Umum Partai Demokrat, Agus Harimurti Yudhoyono, dan unggahan ketiga pada tanggal 17 Oktober 2022 saat Anies Baswedan mengumumkan berakhirnya masa jabatannya sebagai Gubernur DKI Jakarta, serta merencanakan langkah selanjutnya setelah masa jabatannya (Rukajat, 2018).

Data yang terdapat dalam unggahan feed akun Instagram @aniesbaswedan akan dianalisis menggunakan tahapan proses *Systemic Functional Linguistics (SFL)*, dengan memperhatikan tiga metafungsi, yaitu ideational, interpersonal, dan tekstual (Zakiah & Romadi, 2022). Pada tahap ini, peneliti secara teliti membaca dan memahami makna moda verbal dan visual yang terdapat dalam unggahan @aniesbaswedan di Instagram (Lalancette & Raynauld, 2019). Dalam tahapan ini, peneliti

berhasil menemukan tiga postingan yang dianggap representatif dan mencerminkan dramatisme politisi menjelang Pemilihan Presiden 2024 (Selg & Ventsel, 2020). Selanjutnya, teks yang terdapat dalam data tersebut ditranskripsikan dan diidentifikasi berdasarkan pesan yang disampaikan melalui gambar dan teks (Jeklin, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode analisis multimodal untuk mengidentifikasi penggambaran dramatisme politisi oleh Anies Baswedan dalam unggahan di media sosial Instagram menjelang Pemilihan Presiden 2024 (Widagdo, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Anies Baswedan, seorang politikus dan intelektual Indonesia, lahir pada tanggal 7 Mei 1969 di Kota Kuningan, Jawa Barat. Ia dikenal sebagai Gubernur DKI Jakarta ke-16 yang menjabat sejak tahun 2017 dan juga sebagai salah satu Calon Presiden dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia Tahun 2024. Sebelum terjun ke dunia politik, Anies memiliki latar belakang pendidikan yang kuat. Ia memperoleh gelar sarjana ekonomi dari Universitas Gadjah Mada, kemudian melanjutkan studi magister dan doktor di bidang Ilmu Politik dari Columbia University, Amerika Serikat.

Sebelum menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan memiliki pengalaman yang luas dalam bidang pendidikan dan diplomasi. Ia pernah menjabat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia dari tahun 2014 hingga 2016. Anies Baswedan juga aktif menggunakan beberapa akun media sosial, seperti, Twitter, Youtube, dan Instagram. Salah satu *platform* media sosial yang paling banyak dikembangkannya adalah Instagram. Akun Instagram @aniesbaswedan miliknya memiliki bio yang menyatakan, "Izinkan mata jadi pemantik imajinasi tanpa batas. Akun resmi Anies Baswedan, dikelola oleh tim, unggahan pribadi ditandai #ABW". Hingga tanggal 25 Mei 2023, akun tersebut telah memiliki 5,9 juta pengikut (*followers*) dengan total 4.420 postingan. Konten yang dominan di akun Instagram @aniesbaswedan dengan postingan akun sebanyak 4,420. Akun instagram @aniesbaswedan saat ini didominasi postingan mengenai kegiatan politik dan kampanye kepresidenan nya. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis tiga foto yang diunggah dalam akun Instagram @aniesbaswedan. Ketiga foto tersebut memiliki objek partisipan yang serupa. Selanjutnya, akan dilakukan analisis multimodal untuk setiap foto.



Gambar 1. Metafungsi Visual Unggahan *Feed* 1 dalam Akun Instagram @aniesbaswedan Pada Tanggal 3 Oktober 2022

(Sumber: Akun Instagram @aniesbaswedan)

Foto pertama yang dapat dilihat pada Gambar 1 yaitu *feed* 1 yang diunggah di Instagram Anies Baswedan pada tanggal 3 Oktober 2022. Gambar 1 berisi foto Anies Baswedan sedang berpidato di atas mimbar dengan latar belakang atau *background* partai Nasdem. Respon yang diterima oleh unggahan tersebut menjadi salah satu fokus utama. Jumlah respons yang terdiri dari 224.536 likes dan 11.697 comments merepresentasikan interaksi pengguna Instagram terhadap postingan tersebut. Dalam unggahan tersebut, Anies Baswedan secara eksplisit menjelaskan dan mendeskripsikan deklarasinya

sebagai Bakal Calon Presiden yang diusung oleh Partai NasDem. Adapun analisis *feed* 1 yang diunggah di Instagram Anies Baswedan pada tanggal 3 Oktober 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Visual Unggahan Feed 1 Anies Baswedan

ANALISIS IDEATIONAL	
A. Partisipan	Di dalam foto ini, partisipan yang terlibat adalah sosok Anies Baswedan yang berdiri di podium dan anggota partai dari Partai Nasdem yang tengah duduk di belakang Anies Baswedan. Lalu, ada pula foto Anies Baswedan yang terpasang dalam <i>backdrop</i> besar di panggung.
Naratif	<p>Anies Baswedan berdiri di atas panggung dan podium dengan atribut <i>backdrop</i> yang menggambarkan logo Partai NasDem dan potret diri Anies sebagai latar belakang utama. Anies berdiri dengan tegap, tangan terbuka, dan dengan ekspresi serius, fokus, dan bersemangat. Ekspresinya dapat menunjukkan kepercayaan diri dan tekad dalam pidatonya sebagai Bakal Calon Presiden.</p> <p>Dibelakang Anies Baswedan, terdapat orang-orang yang terlihat sedang duduk, terdiri dari anggota partai politik, pendukung, atau tokoh-tokoh penting yang mendukung deklarasi Anies Baswedan sebagai Bakal Calon Presiden, dan terlihat mengikuti pidato Anies dengan antusiasme atau menunjukkan ekspresi yang mendukung. Mengenakan jas berwarna hitam memunculkan makna keseriusan dan kekuatan/<i>power</i>.</p>
ANALISIS INTERPERSONAL	
A. Jarak Sosial	Foto diambil dengan cara <i>Long Shot</i> . Penggambaran <i>long shot</i> menunjukkan hubungan asing antara peserta yang diwakili dan penonton (G. R. Kress & Van Leeuwen, 1996). Ini bermakna bahwa terdapat hubungan yang jauh antara <i>viewers</i> dengan partisipan.
B. Kontak	Dalam foto ini memperlihatkan <i>gaze</i> atau tatapan yang diberikan oleh partisipan tidak secara langsung kepada <i>viewers</i> /khalayak. Hal ini menandakan bahwa viewer ditempatkan sebagai pengamat/ <i>observer</i> yang ditawarkan untuk mengamati apa yang dilakukan partisipan di sana (Bangun, 2017).
C. <i>Point of View</i>	Foto ini menampilkan sudut pandang dimana <i>viewers</i> ditempatkan di luar. Sudut foto <i>landscape</i> dengan partisipan utama berada di tengah. Selain itu, <i>headroom</i> yang besar memberikan kesempatan kepada viewer untuk menaruh perhatian kepada <i>participant</i> yang lain yaitu foto Anies Baswedan yang ada di poster belakang serta tulisan Deklarasi Calon Presiden Republik Indonesia.
ANALISIS TEKSTUAL	
A. Nilai Informasi	Dalam foto ini, berdasarkan komposisi <i>layout</i> , terdapat beberapa partisipan, dimana partisipan utama/ <i>central element</i> diposisikan berada di tengah. Selain itu, terdapat pula tulisan Deklarasi Calon Presiden Republik Indonesia yang diposisikan di tengah (<i>center</i>). Dalam posisi ini <i>viewers</i> digunakan agar atensi <i>viewers</i> mampu fokus dan terpusat hanya pada satu titik (G. Kress & Van Leeuwen, 2001). Selain itu, juga terdapat <i>non-central element</i> dimana partisipan yaitu foto Anies

Baswedan di poster belakang (*new*) dan juga partisipan berupa anggota partai yang duduk di belakang Anies.

Pada tanggal 7 Oktober 2022, Anies Baswedan mengunggah konten kedua dalam *feed* Instagramnya yang dapat dilihat pada Gambar 2. *Feed 2* pada Gambar 2 diunggah pada tanggal 7 Oktober 2022 yang menjelaskan tentang sosok Anies Baswedan yang sedang berjabat tangan dengan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) selaku ketua umum Partai Demokrat. Kejadian tersebut terjadi setelah Deklarasi Partai NasDem. Unggahan ini memperoleh respon positif dari pengguna media sosial dengan jumlah *likes* sebanyak 171.568 dan *comments* sebanyak 4.264.



Gambar 2. Metafungsi Visual Unggahan *Feed 2* dalam Akun Instagram @aniesbaswedan Pada Tanggal 7 Oktober 2022 (Sumber: Akun Instagram @aniesbaswedan)

Secara visual, unggahan pada Gambar 2 tersebut menggambarkan pertemuan antara Anies Baswedan, Gubernur DKI Jakarta, dan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY), Ketua Umum Partai Demokrat. Adapun pertemuan ini bertujuan untuk menjalin silaturahmi politik setelah deklarasi Partai NasDem terhadap Anies Baswedan. Adapun analisis *feed 2* yang diunggah di Instagram Anies Baswedan pada tanggal 7 Oktober 2022 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Visual Unggahan *Feed 2* Anies Baswedan

ANALISIS IDEATIONAL

A. Partisipan	Di dalam foto ini, partisipan yang terlibat adalah sosok Anies Baswedan yang bersalaman dengan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY). Kemudian ada wartawan yang berdesakan mengambil dokumentasi dan satu orang anggota kader dari Partai Demokrat.
Naratif	Dalam foto tersebut Anies dan AHY saling bersalaman dan berpandangan lalu keduanya tersenyum dan tampak samping. Kejadiannya terjadi pada siang hari. Sama-sama menggunakan pakaian berwarna biru. Bagi Partai Demokrat warna biru memiliki warna tersendiri. Warna biru laut melambangkan kesejukan penuh kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dalam perjuangan dan upaya mewujudkan cita-cita bangsa. Warna biru tua melambangkan bahwa dalam memperjuangkan dan mengupayakan terwujudnya cita-cita bangsa, bersikap tegas, mantap, percaya diri, dan optimisme yang senantiasa menjadi ciri utama yang harus dianut semua unsur bangsa dan

masyarakat. Sementara itu, berdasarkan paparan *website* partainasdem.id logo Nasdem yang berwarna dasar biru bermakna kemerdekaan berpikir, gagasan baru, kecepatan mengambil keputusan, ketepatan bertindak, keberanian, kewaspadaan, kepercayaan diri dan keteguhan hati dalam berjuang. Keduanya sama-sama memakai kemeja. Kemeja memiliki fungsi dalam menunjukkan rasa gaya, formalitas, serta status sosial seseorang. Sementara Anies menutupi kemejanya dengan menggunakan jaket *sleeveless* untuk memunculkan kesan santai. Dari postingan foto tersebut, terlihat suasana yang positif dan penuh harapan, tercermin dari ekspresi wajah orang-orang di belakang Anies Baswedan dan AHY yang menunjukkan antusiasme dan dukungan.

ANALISIS INTERPERSONAL

- | | |
|-------------------------|--|
| A. Jarak Sosial | Foto diambil dengan cara <i>Medium Shot</i> dan bersifat <i>candid</i> . Berdasarkan teori (G. Kress & Van Leeuwen, 2001) <i>medium shot</i> menjadikan <i>represented participant</i> seperti memberikan <i>view</i> yang lebih luas kepada <i>viewers</i> atau pembaca. Raut wajah senyum serta saling berjabat tangan menunjukkan keramahan dan keakraban dan interaksi yang kuat yang ingin ditampilkan oleh partisipan. |
| B. Kontak | Dalam foto ini partisipan melakukan kontak secara <i>candid</i> . <i>Candid</i> berarti bahwa partisipan tidak melakukan kontak mata secara langsung dengan <i>viewers</i> melainkan melihat ke arah lain. Selain itu, partisipan pendukung lain yang ada dalam foto tersebut juga memberikan pandangan dan perhatian kepada partisipan utama. Sehingga, dalam foto ini partisipan hendak mengajak <i>viewers</i> nya untuk melihat dan mengamati interaksi yang ada di foto tersebut yaitu interaksi yang terjadi antara Anies Baswedan dan AHY. Menurut (G. Kress & Van Leeuwen, 2001) foto ini dapat dikategorikan sebagai <i>represented rather than enacted</i> artinya bahwa <i>viewers</i> tidak terlibat secara langsung melainkan bahwa <i>producers</i> menggunakan <i>represented participant</i> untuk “menawarkan” informasi bahwa foto tersebut menggambarkan tentang value mengenai suatu hal yaitu keakraban yang terjadi antara partisipan yang terlibat. |
| C. <i>Point of View</i> | Foto ini menampilkan sudut pandang dimana <i>viewers</i> ditempatkan di luar. Sudut bidikan gambar ini adalah sudut depan yang menunjukkan ajakan kepada pemirsa untuk berpartisipasi bersama peserta. Melihat ukuran peserta dalam gambar relatif kecil, peserta dan penonton tidak memiliki ruang lingkup yang sama. Hal ini memperlihatkan juga bahwa <i>viewers</i> berada di luar dari aktivitas yang dilakukan oleh partisipan. |

ANALISIS TEKSTUAL

- | | |
|--------------------|---|
| A. Nilai Informasi | Dalam foto ini, berdasarkan komposisi <i>layout</i> , terdapat beberapa partisipan, dimana partisipan utama/ <i>central element</i> diposisikan berada di tengah yaitu Anies Baswedan dan AHY. Menggunakan warna senada yaitu warna biru yang memiliki pemaknaan yang sama akan warna ini. Partisipan diposisikan di tengah dan menjadi pusat perhatian dari foto ini, sementara partisipan pendukung yang ada di belakang menunjukkan pemberian perhatian pada partisipan utama. |
|--------------------|---|
-

Unggahan atau *feed* ketiga dapat dilihat pada Gambar 3 yang di unggah pada tanggal 17 Oktober 2022. Foto tersebut berhasil menarik perhatian pengguna Instagram dengan jumlah *likes* mencapai 168.113 dan *comments* sebanyak 2.302.



Gambar 3. Metafungsi Visual Unggahan *Feed* 3 dalam Akun Instagram @aniesbaswedan Pada Tanggal 17 Oktober 2022
(Sumber: Akun Instagram @aniesbaswedan)

Unggahan dalam Gambar 3 berisi Foto Anies Baswedan sedang melakukan kampanye atau konvoi dengan mengendarai sepeda motor vespa bersama pengikutnya atau pendukungnya. Anies Baswedan menyertakan tulisan atau *caption* yang mengungkapkan rasa terima kasihnya kepada semua teman yang setia mendampinginya dalam perjalanan sebagai Gubernur DKI Jakarta. Ia juga mengungkapkan rasa terima kasih kepada mereka yang menunggu dan menyambut kedatangannya di rumah. Adapun analisis unggahan *feed* 3 yang diunggah di Instagram Anies Baswedan pada tanggal 17 Oktober 2022 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis Visual Unggahan *Feed* 3 Anies Baswedan

ANALISIS IDEATIONAL	
A. Partisipan	Di dalam foto ini, partisipan yang terlibat adalah sosok Anies Baswedan dan juga sejumlah partisipan pendukung lainnya yang melakukan konvoi mengendarai vespa dan sepeda motor lainnya di jalanan Jakarta. Terlihat Anies mengendarai vespa sambil melambaikan tangannya.
Naratif	Dalam foto ini menunjukkan partisipan berada di antara pengendara vespa menggunakan pakaian kemeja yang masih menunjukkan keseriusan namun dibalut dengan jaket <i>sleeveless</i> untuk memberikan kesan santai. Dalam foto ini terlihat Anies memimpin aksi ini karena berada di bagian depan dan menjadi fokus utama dari foto ini. Ia juga terlihat menyapa orang lain dengan melambaikan tangan sambil tersenyum. Ia juga menggunakan helm untuk menunjukkan kepatuhan dalam berlalu lintas. Dalam keseluruhan, foto ini mengekspresikan semangat kebersamaan, sukacita, dan interaksi antara Anies Baswedan, orang-orang yang menemaninya, dan pendukungnya.
ANALISIS INTERPERSONAL	
A. Jarak Sosial	Foto diambil dengan cara <i>Long Shot</i> dan bersifat <i>candid</i> . Berdasarkan teori (G. Kress & Van Leeuwen, 2001) penggambaran <i>long shot</i> menunjukkan hubungan

asing antara peserta yang diwakili dan penonton. Ini bermakna bahwa terdapat hubungan yang jauh antara *viewers* dengan partisipan.

Kontak B.	Dalam foto ini partisipan melakukan kontak secara <i>candid</i> . <i>Candid</i> berarti bahwa partisipan tidak melakukan kontak mata secara langsung dengan <i>viewers</i> melainkan melihat ke arah lain. Tatapan partisipan tidak diarahkan ke penonton, tetapi partisipan lain pun melihat ke arah yang lain. Hal ini menandakan bahwa <i>viewers</i> ditempatkan sebagai pengamat yang ditawarkan untuk mengamati apa yang dilakukan partisipan yang diwakili disana (Bangun, 2017).
C. <i>Point of View</i>	Foto ini menampilkan sudut pandang dimana <i>viewers</i> ditempatkan di luar. Sudut bidikan gambar ini adalah sudut depan yang menunjukkan ajakan kepada pemirsa untuk berpartisipasi bersama peserta. Melihat ukuran peserta dalam gambar relatif kecil, peserta dan penonton tidak memiliki ruang lingkup yang sama. Hal ini memperlihatkan juga bahwa <i>viewers</i> berada di luar dari aktivitas yang dilakukan oleh partisipan.

ANALISIS TEKSTUAL

A. Nilai Informasi	Dalam foto ini, berdasarkan komposisi <i>layout</i> , terdapat beberapa partisipan, dimana partisipan utama/ <i>central element</i> . Namun, di sisi lain, Anies digambarkan sejajar dengan partisipan lainnya karena digambarkan sejajar dengan partisipasi lainnya dan membaur. Elemen yang ada pada foto ini juga saling berkaitan satu sama lain terlihat dari komposisi gambar dan <i>angle</i> pengambilannya.
--------------------	--

Berdasarkan Tabel 1, 2 dan 3 di atas, secara keseluruhan, Anies Baswedan memanfaatkan berbagai sumber semiotik, seperti gambar, foto, teks, dan respons pengikut, di akun Instagramnya untuk menyampaikan pesan politik, membangun citra diri, dan mendukung kampanye kepresidenannya. Dalam konteks gambar dan foto, terdapat beberapa postingan yang menampilkan Anies Baswedan dalam situasi politik, misalnya berbicara di depan mimbar pidato dengan latar belakang lambang Partai NasDem atau berjabat tangan dengan Ketua Partai Demokrat, Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) (Soedarsono et al., 2020). Gambar-gambar ini memiliki makna simbolik yang menunjukkan afiliasi politik Anies dan kemungkinan kolaborasinya dengan tokoh politik lain. Selain itu, gambar-gambar ini juga membangun citra Anies sebagai pemimpin politik yang berkomitmen terhadap kepentingan negara. Seperti yang disebutkan oleh (Cosenza, 2020) dalam bukunya, “gambar-gambar politik memiliki kekuatan dan efektivitas sebagai alat komunikasi, karena mampu membangkitkan emosi, mempengaruhi sikap dan perilaku, serta membentuk identitas kolektif”.

Pembahasan

Analisis Dramatisme Kenneth Burke

Aspek-aspek *dramatistic pentad* terlihat dalam retorika yang ditampilkan Anies Baswedan melalui unggahannya di Instagram agar bisa diterima oleh pengguna lainnya dapat dilihat dari kajian atau analisis Pentad Dramatisme Kenneth Burke pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis PENTAD pada unggahan Anies Baswedan di Instagram

PENTAD	UNGGAHAN 1	UNGGAHAN 2	UNGGAHAN 3
<i>Act</i>	Anies Berpidato	Anies bertemu Ketua Umum Partai Demokrat	Anies mengendarai sepeda motor vespa sambil menyapa warga
<i>Agent</i>	Partai Nasdem	Partai Demokrat dan wartawan	Pendukung Anies
<i>Scene</i>	Jelang Pemilihan Presiden 2024	Pembentukan koalisi untuk memenuhi <i>Presidential Threshold</i> sehingga bisa maju dalam Pilpres 2024	Pascadeklarasi Anies yang berdekatan dengan habisnya masa jabatan sebagai Gubernur DKI Jakarta
<i>Agency</i>	Anies menggunakan role sebagai Gubernur saat deklarasi	Anies menggunakan role sebagai Gubernur untuk melakukan komunikasi politik	Anies menggunakan role sebagai warga biasa yang menggunakan sepeda motor vespa untuk menunjukkan kedekatannya kepada masyarakat atau pendukungnya
<i>Purpose</i>	Agar Anies Baswedan bisa menjadi Presiden	Agar Anies Baswedan bisa menjadi presiden	Menunjukkan kedekatan Anies dengan warga selama menjabat sebagai Gubernur

Instagram adalah panggung yang digunakan oleh Anies Baswedan untuk menunjukkan eksistensi dirinya dalam dunia politik. Dari hasil analisis pada Tabel 4, ditemukan adanya keterkaitan antara *scene-purpose* dan berujung pada terbentuknya aksi atau *act* dalam bentuk foto-foto kegiatan dari Anies Baswedan yang terkait dengan *scene* tersebut. Karakteristik paling kuat yang dimiliki dan ditampilkan oleh Anies Baswedan adalah karakter yang meliputi amanah, pintar, serius, bersahaja, mampu memimpin dan ramah (Maghfiroh, 2023).

Hasil analisis pada Tabel 4, ditemukan ada aksi (*act*) yang konsisten dalam penyampaian pesan Anies Baswedan dalam foto yang diambil yaitu menunjukkan sosok yang ditampilkan fokus, tidak *di setting*, dan ditampilkan hangat serta bersahaja. Hal ini terlihat dari pengambilan gambar yang selalu *candid*. *Candid* berarti bahwa partisipan tidak melakukan kontak mata secara langsung dengan *viewers* melainkan melihat ke arah lain. Dalam fotonya Anies ditunjukkan sebagai sosok yang fokus pada situasi yang ada pada saat foto itu diambil meskipun objek utama dalam setiap foto ini adalah dirinya (Susetya & Nurhayati, 2020).

Hal ini tentu berkaitan pula dengan *scene-purpose* atau suasana yang terjadi pada saat foto tersebut diambil dan diunggah. Anies ingin menampilkan dirinya sebagai calon presiden yang hangat, serius, dan bersahaja. Hal ini ditunjukkan melalui penggunaan pakaiannya, dimana pada saat deklarasi Anies mengenakan jas berwarna hitam yang memunculkan makna keseriusan dan kekuatan/*power*, sementara pada saat bertemu kawan politiknya dan warga Anies menampilkan diri sebagai sosok yang serius namun santai dengan mengenakan pakaian kemeja berbalut jaket *sleeveless*/tanpa lengan. Ia pun ingin menampilkan dirinya sebagai sosok calon presiden yang humanis. Hal ini ditandai dengan

aksinya yang tersenyum, bersalaman, melambaikan tangan, mengangkat tangan yang ditampilkan dalam foto-foto tersebut.

Anies juga digambarkan sebagai sosok yang suka membaur dan bersosialisasi. Hal ini ditunjukkan dari sudut pengambilan foto *long shot* yang menunjukkan suasana di sekitar Anies, dimana Anies dikelilingi oleh orang-orang lain, mulai dari wartawan, para kader/anggota partai, hingga masyarakat dan pendukungnya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa Anies memiliki pergaulan yang luas, dan selalu menjadi sorotan dan menarik perhatian orang banyak. Anies dilihat sebagai orang yang mempunyai daya tarik sehingga selalu dikelilingi oleh orang banyak. Hal ini tentu berkaitan pula dengan *scene-purpose* dimana elektabilitas bakal calon presiden yang akan berkontestasi pada Pemilu 2024 menjadi penting untuk bisa meraup suara pemilih. Anies juga ditampilkan sebagai Gubernur DKI Jakarta yang disukai oleh warganya, hal ini terlihat saat Anies ditampilkan dalam foto berkendara menggunakan sepeda motor dan ia melambai sambil tersenyum. Aksi (*act*) ini sejalan dengan *purpose* untuk bisa menjadi presiden.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan data yang sudah dianalisa, Anies Baswedan menampilkan dirinya sebagai sosok yang siap untuk menjadi Presiden pada 2024. Anies Baswedan dalam penelitian ini lebih condong pada aspek *act dan scene*. Bobot *scene* yang ditampilkan Anies karena proses tahapan Pemilu yang sudah dimulai dan Partai Nasdem sebagai partai pengusung Anies Baswedan harus mencari partai yang mau berkoalisi agar bisa memenuhi *Presidential Threshold* sehingga bisa mendaftarkan Anies Baswedan sebagai calon presiden. Melalui instagram, Anies Baswedan kemudian menampilkan dirinya sebagai sebagai calon yang pintar, serius, ramah, dan bersahaja, serta memiliki banyak pendukung. Anies juga menunjukkan dirinya memiliki daya tarik dan magnet yang besar sebagai seorang pemimpin terutama selama menjabat Gubernur DKI Jakarta.

Dari hasil penelitian yang sudah di laksanakan, telah di temukan beberapa hal yang dapat menjadi diskusi namun agar dapat terealisasi dengan baik ada beberapa rekomendasi yang dapat menjadi masukan bagi pihak yang berkaitan, Rekomendasi tersebut adalah sebagai berikut: kampanye merupakan proses yang penting dalam pemilu sebagai sarana bagi partai politik maupun kandidat yang berkompetisi dalam pemilu untuk menarik simpati dan suara dari para pemilih agar dapat terpilih dan mendapatkan posisi sebagai pimpinan dalam pemerintahan. Oleh karena itu, setiap peserta pemilu akan mengupayakan segala cara untuk memenangkan suara yang cukup untuk mendapatkan kursi pimpinan. Calon presiden yang terdaftar dalam pelaksanaan pemilu, hendaknya diiringi dengan perubahan paradigma yang menempatkan capres sebagai obyek utama setara dengan partai dalam pileg. Dengan demikian, pengaturan hukum pemilu hendaknya didesain dengan tujuan menempatkan caleg dan partai sebagai obyek setara, diikat kewajiban dan kepatuhan yang sama dalam kampanye pemilu. Untuk rekomendasi berikutnya yaitu Anies Baswedan menampilkan dirinya sebagai sosok yang siap untuk menjadi Presiden pada 2024 diharapkan tidak hanya fokus pada dramatis pentad act dan scene tetapi juga fokus pada agency untuk menunjukkan bahwa kedekatannya kepada masyarakat atau pendukungnya atau dapat dikatakan "merakyat". Hal tersebut juga bisa dilakukan dengan "blusukan" yang dilakukan berbagai cara misalnya dengan terjun langsung ke lapangan untuk meninjau permasalahan yang terjadi di masyarakat, berbagi sembako kepada masyarakat miskin, terjun langsung untuk memberikan contoh kepada masyarakat agar peduli terhadap lingkungan khususnya sungai dengan memungut sampah di sungai untuk mencegah terjadinya banjir, mengajari masyarakat dalam mengelola sampah dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Alghozy, R. (2020). *Strategi social media marketing pada usaha kuliner Krr's Otentik malang*. Universitas Brawijaya.
- Bangun, B. H. (2017). Konsepsi dan pengelolaan Wilayah perbatasan negara: perspektif hukum internasional. *Tanjungpura Law Journal*, 1(1), 52–63.

- Basuki, D. S. S. (2017). *Using Social Media to Foster Identification in Indonesia's 2014 Presidential Election: An Examination of Facebook Politics from Kenneth Burke's Dramatistic Perspective*. Clemson University.
- Burke, K. (1969). *A grammar of motives* (Vol. 177). Univ of California Press.
- Cosenza, G. (2020). What Can Semiotics Do for Political Communication? *Comunicazione Politica*, 21(1), 99–114.
- Febriani, R., Sudaryono, S., & Rohmah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kompetensi Dasar Dosen Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 31–46.
- Finley, L., & Esposito, L. (2020). The immigrant as bogeyman: Examining Donald Trump and the right's anti-immigrant, anti-PC rhetoric. *Humanity & Society*, 44(2), 178–197.
- Helmi, A. F., Riassetiawan, M., Priwati, A. R., Rahma, I. M., Arlianto, A., Marvianto, R. D., & Shaleha, R. R. A. (2020). Hashtag war: 2019 Presidential election rhetoric in Indonesia. *Humanitas*, 17(2), 140.
- Jeklin, A. (2016). *Pengembangan E-Booklet sebagai Media Pembelajaran dalam Materi Teks Cerita Pendek Untuk Mendukung Keterampilan Berpikir Imajinatif Siswa Kelas XI MIPA SMAN 9 Malang*. July, 1–23.
- Kress, G. R., & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: The grammar of visual design*. Psychology Press.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2001). Multimodal discourse. *The Modes and Media Of*.
- Lalancette, M., & Raynauld, V. (2019). The power of political image: Justin Trudeau, Instagram, and celebrity politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888–924.
- Madestam, J., & Falkman, L. L. (2017). Rhetorical construction of political leadership in social media. *Journal of Organizational Change Management*, 30(3), 299–311.
- Maghfiroh, R. N. (2023). *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA INFORMASI PARIWISATA PADA MASA PEMULIHAN PANDEMI COVID-19 (Analisis Isi Instagram Feed@ visitingjogja Dinas Pariwisata DIY Periode 13 September 2021–31 Maret 2022)*. UPN Veteran Yogyakarta.
- Oktaviani, A. D., & Nur, O. S. (2022). Illocutionary Speech Acts and Types of Hate Speech in Comments on@ Indraakenz's Twitter Account. *International Journal of Science and Applied Science: Conference Series*, 6(1), 91–99.
- Pamungkas, I., & Muid, D. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Good Corporate Governance Rating (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar Dalam Laporan Indeks CGPI Tahun 2009-2011). *Diponegoro Journal of Accounting*, 376–386.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Selg, P., & Ventsel, A. (2020). *Introducing relational political analysis: Political semiotics as a theory and method*. Springer.
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A. A., & Pradita, K. A. (2020). Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(5).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susetya, K. D. A., & Nurhayati, I. K. (2020). Multimodal Analysis of Photos in@ Sandiuno Instagram Account Before and After the 2019 Presidential Election. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(2), 157–168.
- Widagdo, M. B. (2016). 3. DRAMATISME DALAM STRATEGI PENUANGAN GAGASAN MELALUI STREET ART KOMUNITAS VISUAL GRAFIS. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(1), 24–34.
- Zakiah, N. N., & Romadi, U. (2022). Pengaruh Media Sosial Instragram Terhadap Keputusan Berkunjung di Kopi Taji Lereng Bromo. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(1), 145–156.