

BAB IV PEMBAHASAN HASIL

4.1 Pembahasan Hasil Data Kuantitatif

Pada pembahasan hasil data kuantitatif ini yaitu membahas strategi dan taktik *impression management* apa yang dipilih atau digunakan oleh Basuki Tjahaja Purnama dan Anies Baswedan dalam postingan yang diunggah melalui akun *Instagram* mereka yaitu @basukibtp dan @aniesbaswedan selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua yaitu tanggal 6 - 15 April 2017 yang didasarkan dari Strategi dan Taktik *Impression Management* Jones & Pittman.

4.1.1 Postingan Basuki Tjahaja Purnama

Pada masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua yaitu tanggal 6 - 15 April 2017, Basuki mengunggah postingan melalui akun *Instagram* @basukibtp sebanyak 29 postingan dengan foto sebanyak 21 dan video sebanyak 8 postingan. Dari total postingan sebanyak 29 tersebut terbagi ke dalam kategori-kategori Strategi & Taktik *Impression Management* Jones & Pittman sebagai berikut; (lihat tabel 4.1)

Tabel 4.1 Hasil Data Kuantitatif Postingan Basuki Tjahaja Purnama

| Strategi Impression Management | Taktik Impression Management | Jumlah | Total | Presentase |
|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-------------------|
| Ingratiation | <i>Favor Doing</i> | 6 | 13 | 44,9 % |
| | <i>Self - Enhancement</i> | 6 | | |
| | <i>Other - Enhancement</i> | 1 | | |
| | <i>Opinion Conformity</i> | 0 | | |
| Self-promotion | <i>Performance claims</i> | 2 | 7 | 24,1 % |
| | <i>Performance account</i> | 5 | | |
| Intimidation | <i>Threat</i> | 0 | 0 | 0 % |
| | <i>Anger</i> | 0 | | |
| Exemplification | <i>Self Denial</i> | 0 | 7 | 24,1 % |
| | <i>Helping</i> | 3 | | |
| | <i>Militancy</i> | 4 | | |
| Supplication | <i>Self Deprecation</i> | 0 | 2 | 6,9 % |
| | <i>Entreaties for help</i> | 2 | | |
| Total | | 29 | | 100% |

Dari data diatas didapatkan hasil bahwa pada postingan yang diunggah Basuki melalui akun *Instagram* (@basukibtp) selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta putaran kedua menggunakan strategi *ingratiation* yaitu sebanyak 44,9%. Pada strategi *ingratiation* yang digunakan, Basuki hanya menggunakan tiga dari empat taktik yaitu *favor doing* sebanyak 6 postingan, *self-enhancement* sebanyak 6 postingan dan taktik *other enhancement* sebanyak 1 postingan. Selain strategi *ingratiation*, Basuki menggunakan strategi *self-promotion* sebanyak 24,1%, *exemplification* sebanyak 24,1%, dan *supplication* sebanyak 6,9%.

Pemilihan dan penggunaan strategi *ingratiation* tersebut dikarenakan Basuki ingin meningkatkan rasa suka atau kesukaan dari calon pemilih terhadap dirinya. LSI (Lingkaran Survei Indonesia) Denny JA menyebutkan bahwa tingkat kesukaan terhadap Basuki-Djarot paling rendah pada bulan Januari 2017 (databoks.katadata.co.id). Hasil tersebut disebabkan karena

adanya kasus isu penodaan agama sebanyak 47,2% dan juga sikap Basuki yang dinilai kasar dan lainnya (databoks.katadata.co.id).

4.1.2 Pembahasan Postingan Anies Baswedan

Pada masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua yaitu tanggal 6 - 15 April 2017, Anies mengunggah postingan melalui akun *Instagram* @aniesbaswedan sebanyak 50 dengan foto sebanyak 21 & video sebanyak 29 postingan. Dari total postingan sebanyak 50 tersebut terbagi ke dalam kategori-kategori Strategi & Taktik *Impression Management* Jones & Pittman sebagai berikut; (lihat tabel 4.2)

Tabel 4.2 Hasil Data Kuantitatif Postingan Anies Baswedan

| Strategi <i>Impression Management</i> | Sub-indikator | Jumlah | Total | Presentase |
|--|----------------------------|---------------|--------------|-------------------|
| <i>Ingratiation</i> | <i>Favor Doing</i> | 24 | 29 | 58 % |
| | <i>Self - Enhancement</i> | 3 | | |
| | <i>Other - Enhancement</i> | 1 | | |
| | <i>Opinion Conformity</i> | 1 | | |
| <i>Self-promotion</i> | <i>Performance claims</i> | 13 | 16 | 32 % |
| | <i>Performance account</i> | 3 | | |
| <i>Intimidation</i> | <i>Threat</i> | 0 | 0 | 0 % |
| | <i>Anger</i> | 0 | | |
| <i>Exemplification</i> | <i>Self Denial</i> | 0 | 5 | 10 % |
| | <i>Helping</i> | 0 | | |
| | <i>Militancy</i> | 5 | | |
| <i>Supplication</i> | <i>Self Deprecation</i> | 0 | 0 | 0 % |
| | <i>Entreaties for help</i> | 0 | | |
| Total | | 50 | | 100% |

Dari data diatas didapatkan hasil bahwa pada postingan yang diunggah Anies melalui akun *Instagram* (@aniesbaswedan) selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta putaran kedua menggunakan strategi *ingratiation* yaitu sebanyak 58%. Anies menggunakan semua taktik pada strategi *ingratiation* yaitu *favor doing* sebanyak 22 postingan, *self-enhancement* sebanyak 5

postingan, *other-enhancement* sebanyak 1 postingan, dan taktik *opinion conformity* sebanyak 1 postingan. Selain strategi *ingratiation*, Anies juga menggunakan strategi *self-promotion* sebanyak 32%, dan strategi *exemplification* sebanyak 10%.

Pemilihan dan penggunaan strategi *ingratiation* oleh Anies dilakukan untuk mendapatkan dan meningkatkan kesukaan calon pemilih terhadap Anies. Hal tersebut dikarenakan pada masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua tersebut Anies bersaing dengan calon gubernur petahana yaitu Basuki yang memiliki popularitas yang lebih tinggi dibandingkan dirinya dan sudah dikenal baik dari kepribadian maupun cara kerja Basuki oleh warga Jakarta. Pemilihan strategi *ingratiation* juga disebabkan adanya kesempatan untuk menarik perhatian dan meraih kesukaan dari calon pemilih terhadap Anies-Sandi dikarenakan pada saat masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua tersebut Basuki sedang terjerat kasus dugaan penodaan agama (Islam) yang berdampak pada penentuan pemilihan suara.

4.2 Pembahasan Hasil Data Kualitatif

Pada pembahasan hasil data kualitatif ini yaitu membahas bagaimana cara yang dilakukan dalam melakukan Strategi & Taktik *Impression Management* Jones & Pittman dalam postingan yang diunggah melalui akun *Instagram* milik Basuki Tjahaja Purnama (@basukibtp) dan Anies Baswedan (@aniesbaswedan) selama masa Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua.

4.2.1 Postingan Basuki Tjahaja Purnama

4.2.1.1 Analisis Postingan Basuki Tjahaja Purnama

Postingan yang diunggah oleh Basuki melalui akun *Instagram* miliknya yaitu @basukibtp selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua berjumlah 29 postingan. Berikut merupakan analisis pada setiap postingan yang diunggah Basuki melalui akun *Instagram* @basukibtp :

- Postingan tanggal 7 April 2017

1. Video ‘Promosi program Ahok Show’

Video di postingan ini merupakan promosi program acara yang dibintangi oleh Basuki yaitu ‘Ahok Show’. Postingan ini termasuk ke dalam taktik *self-enhancement* yang ditunjukkan melalui isi postingan yang mempromosikan Basuki melalui program acara Ahok Show yang merupakan program acara yang dibintanginya. Menurut penulis, dengan mempromosikan acara yang dibintanginya menjadi sebuah wadah dimana Basuki dapat meningkatkan diri agar lebih dikenal dan lebih disukai. Cara mempromosikan program acara Ahok Show pada postingan ini dilakukan dengan menunjukkan cuplikan video berlangsungnya acara, memberikan tulisan yang mengajak untuk menonton pada video dan pada *caption*.

Cuplikan tersebut memperlihatkan bahwa Basuki dan Afgansyah Reza (Afgan) sedang bermain *games* (lihat gambar 4.1). *Games* tersebut meminta Basuki dan Afgan harus

menjawab “Pernah” dan “Tidak Pernah” pada setiap pertanyaan yang diberikan. Berdasarkan *caption* yang tertulis pada postingan ini terdapat kata “*Jum’at kemarin*” yang menunjukkan bahwa cuplikan video tersebut berlangsung pada tanggal 31 Maret 2017 (lihat gambar 4.1). Cara yang dilakukan dengan menunjukkan cuplikan video berlangsung program acara Ahok Show pada postingan ini bertujuan agar calon pemilih menonton program acara tersebut dengan memperlihatkan keseruan berlangsungnya acara.

Pada video di postingan ini Basuki mengenakan kemeja kotak-kotak berwarna biru putih. Kemeja kotak-kotak merupakan bagian dari promosi atau kampanye Basuki-Djarot yang menjadi ciri khas Basuki-Djarot. Penampilan Basuki pada video tersebut terlihat rapih dengan mengenakan celana panjang abu-abu, sepatu pantofel, jam tangan dan kacamata. Pada video tersebut juga terlihat bahwa ucapan-ucapan Basuki yang terlihat mencoba untuk menghibur dengan mengucapkan beberapa kata candaan. Selain itu, pada video tersebut juga memperlihatkan Basuki yang terlihat akrab dengan Afgan dan Vena Annisa.





basukitjp Jumat kemarin saya dan @afgansyah.reza main games pernah gak pernah di #AhokShow. Selain ngobrol banyak terutama soal rumah murah di Jakarta, juga jawab pertanyaan netizen di sesi #KepoinPelayanJakarta.

Kamu bisa nonton lengkapnya di Youtube bit.ly/youtubeahok. Jangan lupa nonton #AhokShow live, jam 7 malam ini.

Gambar 4.1. *Screenshot Video & Caption* Postingan Promosi Program Ahok Show

Tulisan yang mengajak untuk menonton program acara Ahok Show pada video dituliskan dengan kata “*SAKSIKAN LIVE AHOK SHOW SETIAP JUMAT JAM 19.00 - 20.00*”. Sedangkan tulisan yang mengajak untuk menonton program acara Ahok Show pada *caption* dituliskan dengan kata “*Kamu bisa nonton lengkapnya di Youtube.bit.ly/youtubeahok. Jangan lupa nonton #AhokShow live, jam 7 malam ini*” (lihat gambar 4.1). Dari kata tersebut terdapat *hashtag* “#AhokShow” yang merupakan salah satu cara mempromosikan program acara Ahok Show.

Dengan adanya *hashtag* “#AhokShow” dapat mempermudah *user* atau *audience* untuk melihat dan menemukan kumpulan postingan yang serupa dan berkaitan dengan program Ahok Show. Pada *caption* juga terdapat *hashtag* “#KepoinPelayanJakarta” yang juga merupakan cara Basuki mempromosikan program acara Ahok Show dikarenakan pada program acara Ahok Show terdapat sesi ‘Kepoin Pelayan Jakarta’ yang merupakan sesi dimana para penonton dan netizen¹ dapat menanyakan apapun yang berkaitan kepada Basuki.

Kata ‘Kepoin’ berasal dari kata ‘Kepo’ yang menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) yaitu rasa ingin tahu yang berlebihan tentang kepentingan atau urusan orang lain (kbbi.kemdikbud.go.id). Sedangkan kata ‘Pelayan Jakarta’ merupakan cara Basuki dan tim suksesnya mempromosikan Basuki-Djarot memanggil Basuki-Djarot sebagai pelayan bukan sebagai pejabat pemerintah. Hal tersebut mengirimkan kesan bahwa Basuki-Djarot berpihak pada warga Jakarta dan dapat meningkatkan rasa kepercayaan dan ketertarikan calon pemilih terhadap Basuki.

Pada postingan ini juga memiliki taktik *favor doing* yang ditunjukkan melalui sikap Basuki pada cuplikan video berlangsungnya program acara Ahok Show dan tulisan *caption* yang dituliskan dengan penggunaan kata bercerita. Penggunaan kata bercerita tersebut dituliskan dengan kata yang tertulis pada paragraf pertama di *caption* (lihat gambar 4.1) yang merupakan salah satu cara untuk menunjukkan bahwa Basuki merupakan seseorang yang baik dan bersahabat.

2. Foto ‘Basuki-Djarot peduli kesehatan warga DKI Jakarta’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto yang menampilkan Basuki dan Djarot yang sedang mendorong warga dengan menggunakan kursi roda dan foto diedit dengan mengubah bagian Basuki dan Djarot menjadi animasi (lihat gambar 4.2). Postingan ini termasuk ke dalam strategi

exemplification dengan taktik *helping*. Taktik *helping* tersebut ditunjukkan melalui foto dan *caption* yang menunjukkan bahwa Basuki bertindak membantu orang lain atau warga Jakarta.

Pada foto terlihat bahwa Basuki sedang mendorong warga yang sedang sakit atau disabilitas dengan menggunakan kursi roda yang menunjukkan tindakan membantu orang lain. Sedangkan pada *caption*, taktik *helping* dilakukan dengan menuliskan kata-kata yang menunjukkan bahwa Basuki peduli terhadap kesehatan warga Jakarta dan berusaha membantu warga Jakarta yang sedang sakit melalui program yang diajukannya. Melalui penggunaan taktik *helping* dapat menunjukkan bahwa Basuki merupakan sosok yang peduli dan rela berkorban untuk warga Jakarta.



basukibtp Selamat Hari Kesehatan Internasional. Semua warga Jakarta harus sehat. Dimulai dari jaga kebersihan setiap sudut Jakarta; sungai, gorong-gorong, jalan akan dibersihkan Pasukan Oranye.

Kami juga tambah 100 ambulans gratis, upgrade puskesmas jadi Rumah Sakit Umum Kecamatan, juga sediakan 1 dokter 1 bidan 1 perawat untuk tiap 5.000 warga yang membutuhkan. Jakarta sehat, Jakarta kuat.

#JakartaPunyaSemua

Gambar 4.2. Foto & *Caption* Postingan Basuki-Djarot Peduli Kesehatan Warga DKI Jakarta

Pada foto terlihat bahwa terdapat adanya keraguan dikarenakan ada bagian yang diedit pada foto sehingga penulis tidak yakin apakah pada saat pengambilan foto tersebut yang mendorong warga dengan kursi roda tersebut adalah Basuki dan Djarot. Pada bagian Basuki dan Djarot yang diedit tersebut

Basuki mengenakan kemeja kotak-kotak merah yang dimana kemeja tersebut merupakan bagian dari kampanye Basuki-Djarot. Pada bagian tersebut juga terlihat ekspresi wajah Basuki yang tersenyum ketika mendorong warga dengan kursi roda tersebut sehingga terkesan bahwa dirinya merupakan orang yang baik hati, rendah hati dan *low-profile*.

Tulisan pada *caption* yang bertuliskan “*Selamat Hari Kesehatan Internasional. Semua warga Jakarta harus sehat. Dimulai dari jaga kebersihan setiap sudut Jakarta; sungai, gorong-gorong, jalan akan dibersihkan Pasukan Oranye*” menunjukkan bahwa Basuki mengajak untuk bertindak positif yaitu menjaga kesehatan dan kebersihan. Selain itu, pada *caption* juga tertulis “*Kami juga tambah 100 ambulans gratis, upgrade puskesmas jadi Rumah Sakit Umum Kecamatan, juga sediakan 1 dokter 1 bidan 1 perawat untuk tiap 5.000 warga yang membutuhkan, Jakarta sehat, Jakarta kuat.*” yang dimana kata-kata tersebut merupakan klaim Basuki mengenai usaha yang akan dilakukannya ketika terpilih menjadi Gubernur DKI Jakarta (2017-2022). Klaim tersebut dilakukan untuk menunjukkan bahwa Basuki berkompeten sebagai Gubernur DKI Jakarta.

3. Foto ‘Basuki-Djarot kunjungi GP ANSOR’

Pada postingan ini Basuki mengunggah empat foto yang memperlihatkan dirinya bersama Djarot sedang mengunjungi

GP Ansor DKI Jakarta (lihat gambar 4.3). GP Ansor (Gerakan Pemuda Ansor) merupakan sebuah organisasi kemasyarakatan pemuda di Indonesia yang berafiliasi dengan Nadhlatul Ulama. Sedangkan Nadhlatul Ulama merupakan salah satu organisasi Islam di Indonesia. Sehingga postingan ini memperlihatkan Basuki dan Djarot sedang mengunjungi sebuah organisasi yang berstandarkan agama Islam.

Postingan ini secara keseluruhan termasuk ke dalam strategi *exemplification* dengan taktik *militancy*. Taktik tersebut dilakukan dengan menunjukkan bahwa Basuki memberikan pesan kepada GP Ansor dan mengharapkan pesan tersebut dapat terwujud di Jakarta dan daerah lainnya di Indonesia. Pesan tersebut disampaikan Basuki ke GP Ansor melalui sebuah *frame* yang ditunjukkan melalui foto serta *caption* yang dituliskannya dalam postingan ini (lihat gambar 4.3).

Postingan ini memiliki taktik lainnya yaitu taktik *favor doing* yang ditunjukkan melalui foto-foto yang diunggah dengan menunjukkan Basuki yang tersenyum, tertawa dan terlihat senang bersama para anggota GP Ansor. Selain itu, pada foto juga terlihat bahwa Basuki menuliskan pesan melalui sebuah *frame* untuk GP Ansor. Sehingga pada foto-foto yang diunggah pada postingan ini memperlihatkan Basuki yang terlihat dekat dengan para anggota GP Ansor yang berbeda kepercayaan agama dengan dirinya.



basukibtp Saya besar di lingkungan yang islami, dan saya sedari kecil diberitahu bahwa Islam mengajarkan kedamaian dan kasih sayang.



Di momen silaturahmi bersama pengurus pusat dan DKI Jakarta untuk GP Anzor, saya menuliskan pesan agar GP Anzor tetap mempertahankan Islam yang rahmatan lil alamin, dan wujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat bersama pemerintah yang sah. Tentunya sesuai dengan nilai-nilai Pancasila, UUD 1945, NKRI, dan tetap menjunjung tinggi Bhineka Tunggal Ika.

Impian saya bahwa ini bisa terwujud di Jakarta, dan juga daerah-daerah lain di Indonesia.

Gambar 4.3. Foto & *Caption* Postingan Basuki-Djarot Kunjungi GP Anzor

Pada foto yang diunggah pada postingan ini terlihat Basuki mengenakan kemeja batik untuk menunjukkan sikap sopan. Pada foto unggahan pertama terlihat Basuki sedang berbicara dengan menggunakan mikrofon. Pada foto tersebut terlihat perbincangan Basuki tersebut menarik dan lucu dikarenakan pada foto tersebut terlihat dua orang disebelah Basuki yang merupakan anggota GP Anzor tersebut tersenyum dan tertawa. Pada foto unggahan kedua terlihat Basuki yang sedang menuliskan pesan untuk GP Anzor dan dikelilingi oleh Djarot dan juga anggota GP Anzor.

Kemudian foto unggahan ketiga menunjukkan foto formalitas antara Basuki-Djarot dan GP Anzor. Foto tersebut terlihat Basuki, Djarot dan juga 4 orang lainnya yang menumpukkan tangannya sebagai tanda persahabatan antara Basuki-Djarot dan GP Anzor. Sedangkan foto unggahan

keempat merupakan foto yang memperlihatkan tulisan Basuki yang berupa pesan Basuki untuk GP Ansor. Sehingga keempat foto yang diunggah Basuki pada postingan ini tersebut terkesan bahwa Basuki memiliki hubungan yang baik dengan GP Ansor.

Postingan ini merupakan cara Basuki memperbaiki kesan terhadap dirinya yang buruk dikarenakan adanya isu kasus penodaan agama yang dilakukan oleh dirinya. Kasus tersebut bermula pada tersebarluaskannya video melalui media sosial yang berisi Basuki sedang berpidato dengan mengutip ayat suci Al-Qur'an yang telah dipotong hingga diduga adanya tindakan penodaan agama kemudian Basuki dilaporkan oleh Habib Novel Chaidir Hasan pada tanggal 7 Oktober 2016 (<https://m.liputan6.com>).

4. Video 'Basuki menari di acara Ahok Show'

Postingan ini berupa video yang menampilkan cuplikan dari program acara Ahok Show yang menunjukkan Basuki yang sedang bermain *games* (lihat gambar 4.4). *Games* tersebut meminta Basuki untuk menari sesuai dengan permintaan sebagai petunjuk kepada Cut Mini (akun *Instagram* @mincrut) agar Cut Mini dapat menjawab nama tarian yang diperagakan oleh Basuki tersebut. Pada video di postingan ini Basuki terlihat mengenakan kemeja biru dan juga celana hitam yang menunjukkan keseruan saat Basuki sedang menari dengan kaku atau tidak lihai yang mengundang tawaan dari penonton.



basukibtp Terima kasih @botikapanggabean, @mincrut, dan @lola.amaria sudah hadir di Ahok Show. Kalian luar biasa!

Kehebohan #AhokShow tadi bisa kamu tonton di bit.ly/youtubeahok. Sampai jumpa di Ahok Show minggu depan. Maafkan gerakan disko saya. Saya paling tidak bisa menari, bisanya melayani warga Jakarta.

Gambar 4.4. *Screenshot Video & Caption* Postingan Basuki menari di acara Ahok Show

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut dilakukan melalui video yang menunjukkan keseruan ketika Basuki bermain *games*. Pada video terlihat bahwa Basuki tidak ragu dan berusaha untuk terus menari sesuai permintaan walaupun dirinya tidak lihai menari. Gerakan tarian Basuki yang kaku mengundang tawa dari penonton, staf dan artis lainnya yang hadir pada acara tersebut. Sikap atau tindakan Basuki tersebut menjadi titik poin yang menunjukkan bahwa Basuki merupakan sosok yang baik dan menyenangkan. Taktik *favor doing* juga ditunjukkan melalui tulisan *caption* yang dimana Basuki menuliskan ucapan terima kasih. Ucapan terima kasih dapat menunjukkan bahwa Basuki merupakan sosok yang baik, murah hati dan memiliki sifat bersyukur atau rasa terima kasih kepada orang lain.

Pada *caption* di postingan ini Basuki tidak hanya menuliskan ucapan terima kasih kepada beberapa artis yang telah hadir pada program acara tersebut tetapi juga menuliskan beberapa kata untuk mempromosikan program acara Ahok Show. Pada *caption* terdapat tulisan “*Saya paling tidak bisa menari, bisanya melayani warga Jakarta*” yang memberikan kesan bahwa melalui kata-kata tersebut Basuki ingin menunjukkan bahwa dirinya mampu melayani warga Jakarta dan layak menjadi Gubernur walaupun dituliskan dengan cara ‘bercanda’. Secara keseluruhan postingan ini ingin menunjukkan bahwa Basuki merupakan sosok yang baik, rendah hati, dan menyenangkan. Hal tersebut ditunjukkan untuk memperbaiki kesan yang ada dan meningkatkan kesukaan terhadap Basuki.

- Postingan tanggal 8 April 2017

1. Foto ‘Basuki ucapkan Selamat Ulang Tahun pada anaknya’

Pada postingan ini Basuki mengunggah sebuah foto *collage* yang didalamnya terdapat tiga foto yaitu foto dirinya bersama anaknya; foto dirinya bersama istri dan anaknya; dan foto kue ulang tahun anaknya (lihat gambar 4.5). Melalui *caption* pada postingan ini, anak Basuki yang ada di foto tersebut bernama Daud. Pada foto di postingan ini terlihat Basuki mengenakan kemeja kotak-kotak biru yang merangkul anaknya dan juga terlihat Basuki berfoto bersama Daud (anak) dan juga istrinya

yang juga terlihat meletakkan tangannya di pundak anaknya dan menunjukkan ekspresi yang bahagia sehingga menunjukkan kedekatan dirinya dengan anaknya tersebut.



basukibtp Jalanmu masih panjang, tapi kamu sudah punya mimpi besar jadi patriot. Bahkan saat seumur kamu, bapak belum terpikir cita-cita sehebat kamu, membela bangsa. Selamat ulang tahun Daud. Teruslah tumbuh jadi sosok yang kamu citakan. Jadilah besar melebihi yang bisa bapak capai.

Gambar 4.5. Foto & *Caption* Postingan Basuki Ucapkan Selamat Ulang Tahun pada anaknya

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Hal tersebut dikarenakan postingan ini memfokuskan tentang kedekatan antara Basuki dan keluarganya yang salah satunya adalah istrinya dan anaknya yang bernama Daud. Melalui foto pada postingan ini memberikan kesan bahwa Basuki merupakan sosok yang menyayangi keluarganya baik sebagai suami maupun sebagai ayah. Menurut penulis, dengan mengunggah foto keluarga dapat meningkatkan citra Basuki sebagai kandidat politik. Postingan ini juga memberikan kesan bahwa Basuki memiliki hubungan dan kedekatan dengan keluarga yang baik, dan juga menunjukkan bahwa Basuki memiliki sifat yang memiliki hati yang hangat.

Pada postingan ini juga memiliki taktik lainnya yaitu taktik *other-enhancement*. Taktik *other-enhancement* pada postingan

ini ditunjukkan melalui *caption* yang berisi sanjungan (*flattering*) Basuki kepada anaknya yaitu Daud yang sedang berulang-tahun. Sanjungan Basuki pada *caption* dituliskan dengan memuji anaknya yang telah memiliki cita-cita besar walaupun umurnya masih kecil dan membandingkan dirinya saat Basuki berusia sama dengan anaknya (lihat gambar 4.5).

- Postingan tanggal 9 April 2017

1. Video ‘Basuki ucapkan Dirgahayu TNI AU’

Video pada postingan ini berputar sekitar 15 detik dengan hanya menampilkan gambar pilot dan dua pesawat tempur (lihat gambar 4.6). Pada video maupun *caption* di postingan ini memperlihatkan tulisan “*Dirgahayu TNI AU (Angkatan Udara)*”. Kata ‘Dirgahayu’ menurut KBBI yaitu berumur panjang yang diucapkan untuk memperingati hari jadi yang ditujukan kepada negara atau organisasi. Sehingga kata “*Dirgahayu TNI AU (Angkatan Udara)*” merupakan ucapan selamat yang memperingati hari jadi kepada TNI AU (Angkatan Udara).



basukibtp Dirgahayu TNI AU Terima kasih sudah menghadirkan rasa aman saat kami memandang indah nya langit Nusantara.

Gambar 4.6 *Screenshot* Video & *Caption* Postingan Basuki ucapkan Dirgahayu TNI AU

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *other-enhancement*. Taktik tersebut dilakukan dengan mengucapkan ‘dirgahayu’ dalam video dan *caption*, dan juga menyanjung atas kerja keras dari anggota TNI AU (Angkatan Udara). Sanjungan tersebut berisi ungkapan rasa terima kasih atas kerja keras TNI AU dalam menjalankan tugas untuk melindungi negara Indonesia yang disampaikan melalui *caption* yang dituliskan dengan kata “*Terima kasih sudah menghadirkan rasa aman saat kami memandang indah nya langit Nusantara*”.

2. Foto ‘Pembangunan Eskalator di Halte Cipulir Koridor 13’

Foto pada postingan ini merupakan foto eskalator Halte Cipulir, Koridor 13 TransJakarta yang sedang dibangun (lihat gambar 4.7). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance account* yang dilakukan dengan menunjukkan salah satu hasil kerja Basuki-Djarot ketika menjabat Gubernur & Wakil Gubernur Jakarta periode 2012-2017. Hasil kerja tersebut ditunjukkan pada postingan ini yaitu melalui foto dan juga *caption*. Pada foto di postingan ini terlihat ada 4 foto yang dijadikan menjadi foto *collage* yang memperlihatkan keadaan proses

pembangunan eskalator di Halte Cipulir Koridor 13 TransJakarta.

Pada *caption* di postingan juga tertulis bahwa foto pada postingan ini merupakan foto yang berisi keadaan proses pembangunan eskalator di Halte Cipulir Koridor 13 TransJakarta. Postingan ini ditunjukkan untuk meyakinkan *user* (calon pemilih) bahwa dirinya mampu membuat Jakarta lebih baik dengan menunjukkan salah satu hasil kerja dirinya ketika menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta sebelumnya. Menurut penulis, dengan menunjukkan hasil kerja ketika menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta dapat memberikan kesan bahwa Basuki merupakan sosok yang berkompeten untuk melanjutkan kembali tugas atau pekerjaan sebagai Gubernur DKI Jakarta.



Gambar 4.7. Foto & *Caption* Postingan Pembangunan Eskalator di Halte Cipulir Koridor 13

- Postingan tanggal 10 April 2017

1. Foto ‘Program Kampanye Basuki-Djarot’

Foto pada postingan ini merupakan foto poster yang berisi program kerja atau program kampanye Basuki Djarot (lihat gambar 4.8). Postingan ini termasuk ke dalam strategi

self-promotion dengan taktik *performance claim*. Hal tersebut dikarenakan postingan ini merupakan pernyataan atau lebih tepatnya janji bahwa Basuki akan melaksanakan program kampanye tersebut jika terpilih menjadi Gubernur dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditunjukkan melalui foto dan *caption*.

Caption yang dituliskan Basuki pada postingan ini memiliki gaya tulisan yang secara singkat, jelas dan tegas bahwa program yang dituliskannya secara pasti akan diwujudkan oleh dirinya. Cara penulisan tersebut berkaitan dengan kesan atau citra Basuki yang merupakan sosok yang memiliki gaya komunikasi yang tidak bertele-tele, cenderung frontal dan melontarkan pernyataan secara terang-terangan (www.cnnindonesia.com).



basukibtp Sekarang semua serba online. Supaya lebih canggih, kami akan bangun infrastruktur fiber optik terbaik se-ASEAN. Seluruh gedung di Jakarta dipersiapkan tampung 4G. Dan yang paling penting, WiFi gratis di semua ruang publik. #JakartaPunyaSemua

Gambar 4.8. Foto & *Caption* Postingan Program Kampanye Basuki-Djarot

2. Foto ‘Basuki-Djarot kunjungi PBNU’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto dirinya bersama Djarot, Kiai Said Aqil Sirodj dan juga dengan para jajaran anggota PBNU atau Pengurus Besar Nadhlatul Ulama (lihat gambar 4.9). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing* yang dilakukan dengan

menunjukkan foto yang memperlihatkan sikap baik Basuki yang mau bersilaturahmi, tertawa dan senang bersama dengan Djarot dan orang-orang anggota PBNU yang merupakan orang-orang yang memiliki perbedaan kepercayaan (agama) yang berbeda dengan dirinya (lihat gambar 4.9). Postingan ini memperlihatkan foto yang diunggah tersebut merupakan salah satu momen ketika Basuki-Djarot mengunjungi PBNU yang dipotret secara natural.



basukibtp Malam ini bersilaturahmi dengan Kiai Said Aqil Sirodj dan jajaran PBNU. NU penjaga perdamaian Islam toleran rahmatan lil 'alamin.

Gambar 4.9 Foto & *Caption* Postingan Basuki-Djarot kunjungi PBNU

Pada foto terlihat Basuki yang mengenakan kemeja batik sedang duduk dan dikelilingi oleh beberapa orang lainnya tersebut terlihat dirinya yang menikmati momen tersebut. Postingan ini terkesan bahwa Basuki ingin menunjukkan bahwa dirinya merupakan sosok yang baik dan memiliki hubungan yang baik dengan orang-orang yang memiliki perbedaan kepercayaan (agama) yang berbeda dengan dirinya seperti dengan para tokoh organisasi yang berstandarkan agama Islam yaitu Nadhlatul Ulama. Hal tersebut dilakukan untuk memperbaiki kesan buruk terhadap Basuki terutama ketika munculnya kasus penodaan agama yang dimulai pada bulan Oktober 2016.

- Postingan tanggal 12 April 2017

1. Video ‘Iklan Kampanye Basuki-Djarot’

Pada postingan ini Basuki mengunggah video iklan kampanye Basuki-Djarot. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *exemplification* dengan taktik *militancy*. Taktik tersebut dilakukan dengan menunjukkan bahwa Basuki menyadari bahwa Indonesia termasuk Jakarta memiliki keberagaman dan mengajak untuk bertindak positif, menghargai perbedaan dan bertoleransi. Hal tersebut dilakukan dengan cara pembuatan atau penyajian isi video yang telah diedit sedemikian rupa.

Penyajian video tersebut dilakukan dengan menampilkan orang-orang menggunakan kostum dari berbagai macam suku, budaya, profesi, hobi dan lainnya (lihat gambar 4.10). Selain itu, audio pada video ini merupakan suara Djarot yang memiliki efek suara sedang berpidato menggunakan *mic* yang digunakan pada zaman penjajahan yang memberikan kesan untuk menyadari bahwa Indonesia termasuk Jakarta memiliki keberagaman dan menyuruh untuk tidak mengkhianati kebhinnekaan melalui kata-kata:

“Indonesia itu dibangun dari keberagaman, lewat keringat, darah para pejuang bangsa. Dari beragam suku, ras, agama, etnik sampai dengan antar golongan. Jangan pernah sekalipun khianati kebhinnekaan kita. Jakarta itu Indonesia. Beragam itu Jakarta”.

Video ini juga tidak menutup kemungkinan bahwa video ini hanya sebagai bentuk keperluan promosi diri. Hal tersebut

terlihat dari adanya adegan dimana Basuki dan Djarot yang mengenakan kemeja kotak-kotak merah sedang mengunjungi ke salah satu lingkungan rumah warga pada bagian akhir video. Pada bagian tersebut memperlihatkan bahwa Basuki mau turun lapang dan disambut oleh para warga yang mendukungnya. Selain itu, *caption* pada postingan ini Basuki hanya menuliskan *hashtag* '#BeragamItuBasukiDjarot' yang merupakan slogan Basuki-Djarot yang juga bagian dari promosi Basuki-Djarot.



Gambar 4.10 Screenshot Video Postingan Video Iklan Kampanye Basuki-Djarot

2. Foto ‘Basuki bersama Agus (Pedagang)’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto dirinya bersama salah satu pedagang di Jakarta (lihat gambar 4.11). Pada foto di postingan ini terlihat Basuki mengenakan kemeja kotak-kotak merah yang merupakan pakaian kampanye Basuki-Djarot. Pada foto juga terlihat Basuki berdiri di samping seorang pedagang yang bernama Agus tersebut dan berpose dengan gestur tangan yang menunjukkan huruf ‘V’. Pose tersebut juga menunjukkan angka dua yang dimana angka dua merupakan nomor urut kampanye Basuki-Djarot. Pada foto di postingan ini juga terlihat Basuki yang tersenyum dengan senang. Hal tersebut memberikan kesan bahwa Basuki menunjukkan dirinya yang baik, ramah, *humble* dan *low-profile*.



basukibtp Pengusaha Jakarta itu aset bagi pertumbuhan ekonomi Jakarta. Pemprov akan jadi inkubator dan pemberi ruang untuk bisnis berkembang.

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) seperti Ketoprak Bang Agus ini, akan dipusatkan di pasar. Di pasar akan dilatih jualan sekaligus memilih bahan. Sambil belajar, jualan jalan terus di pasar yang ada pembeli benaran.
#JakartaPunyaSemua

Gambar 4.11. Foto & *Caption* Postingan Anies bersama Agus (Pedagang)

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance account* yang dilakukan dengan menunjukkan foto Basuki bersama dengan seorang pedagang dan pedagang tersebut akan dipusatkan ke pasar dan dilatih untuk berjualan seperti yang dituliskan dalam *caption*-nya. Pernyataan Basuki dalam *caption* postingan ini menunjukkan bahwa apa yang diucapkannya tersebut merupakan salah satu

kemampuan yang dimilikinya. Postingan ini juga memiliki taktik lainnya yaitu taktik *favor doing*. Taktik *favor doing* terlihat dari foto pada postingan ini yang memperlihatkan Basuki yang tersenyum dan terlihat senang ketika berfoto dengan pedagang tersebut.

3. Foto ‘Basuki mendengarkan keluhan warga’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto yang terlihat dirinya yang sedang duduk bersama seorang nenek. Pada foto terlihat bahwa Basuki yang mengenakan kemeja kotak-kotak merah sedang mendengarkan pembicaraan yang dikatakan oleh nenek tersebut dengan serius (lihat gambar 4.12). Sikap tersebut menunjukkan sikap baik Basuki sebagai seorang kandidat atau calon Gubernur DKI Jakarta 2017. Sikap tersebut termasuk ke dalam taktik *favor doing*, akan tetapi jika dilihat secara keseluruhan postingan ini cenderung termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance account*.



basukibtp Kami lihat di lapangan banyak anak yang gizinya kurang terjaga, ternyata karena orangtuanya harus beli popok dewasa untuk kakek neneknya. Belum biaya berobat dan lainnya.

Jadi kami buat Kartu Jakarta Lansia. Tiap bulan ada Rp600 ribu untuk beli makanan bergizi dan kebutuhan lain. Anak dapat KJP, lansia punya KJL. Ini cara kami melayani warga Jakarta dari lahir sampai meninggal dunia.

Gambar 4.12. Foto & Caption Postingan ‘Basuki mendengarkan keluhan warga’

Taktik *performance account* dilakukan dengan menunjukkan cara Basuki meyakinkan calon pemilih melalui cara Basuki menangani masalah yang ada pada warga Jakarta. Hal tersebut ditunjukkan melalui *caption* yang berisi bahwa

Basuki mendapatkan hasil data survei tentang permasalahan di lingkungan masyarakat Jakarta dan membuat program untuk menangani hal tersebut yang dinyatakannya melalui *caption*. *Caption* pada postingan ini memberikan kesan kepada calon pemilih bahwa dirinya merupakan orang yang berkompeten sebagai calon Gubernur DKI Jakarta.

4. Foto 'Basuki dan Djarot'

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto dirinya bersama Djarot dengan mengenakan pakaian kampanye Basuki-Djarot yaitu kemeja kotak-kotak merah. Foto ini memperlihatkan Basuki dan Djarot sama-sama memasukkan kedua tangannya ke dalam kantong celana. Menurut Rom Kominiarek, seorang pendiri Alpha Male Medical Institute menyatakan bahwa postur tersebut dilakukan ketika menghadapi lawan untuk menunjukkan siapa yang lebih berkuasa dan bertindak agar tidak terintimidasi oleh orang lain (www.hipwee.com).



basukibtp Terima kasih dukungan dan semangatnya. Sebagai pelayan rakyat, kami akan jelaskan program-program unggulan untuk warga Jakarta di debat KPUD nanti. #JakartaPunyaSemua

Gambar 4.13 Foto & *Caption* Postingan Foto Basuki-Djarot

Melalui *caption* yang tertulis tulisan '*kami akan jelaskan program-program unggulan untuk warga Jakarta di debat KPUD nanti*' sehingga dapat diketahui bahwa postingan

ini diunggah sebelum acara Debat Pilkada (lihat gambar 4.13). Acara Debat Pilkada tersebut ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB. Postingan ini terkesan bahwa Basuki menunjukkan dirinya tidak ingin terintimidasi oleh orang lain dan siap untuk menghadapi lawannya di acara debat Pilkada tersebut. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam taktik *self-enhancement*.

5. Foto ‘Basuki-Djarot bersama istrinya’

Foto pada postingan ini memperlihatkan Basuki bersama istrinya, Djarot dan juga istri Djarot ketika selesai acara debat KPUD (Komisi Pemilihan Umum Daerah) tanggal 12 April 2017 (lihat gambar 4.14). Postingan ini merupakan postingan dengan strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui ekspresi wajah Basuki di foto yang menunjukkan dirinya sedang tersenyum senang bersama istrinya, Djarot dan istri Djarot. Foto pada postingan ini juga memperlihatkan bahwa Basuki memiliki hubungan yang sangat baik dan dekat terhadap istrinya, Djarot dan juga istri Djarot.

Taktik *favor doing* pada postingan ini juga ditunjukkan melalui *caption* yang berisi bahwa Basuki mengucapkan rasa berterima-kasih kepada orang-orang yang mendukungnya. Pada *caption* di postingan ini juga Basuki menuliskan satu kalimat yang berisi candaan sehingga terkesan bahwa Basuki merupakan sosok yang tidak kaku. Kalimat tersebut adalah ‘*Bu*

Vero pulang ke rumah bareng saya’. Unsur candaan tersebut terletak pada Basuki mengucapkan hal yang memang sudah seharusnya dikarenakan Bu Vero tersebut merupakan istrinya sendiri.



Gambar 4.14. Foto & *Caption* Postingan Basuki-Djarot bersama istrinya

- Postingan tanggal 13 April 2017

1. Video ‘Momen Basuki mengunjungi PBNU’

Postingan ini merupakan video yang menceritakan kegiatan Basuki dan Djarot yang sedang bersilaturahmi atau bertemu dengan Kiai Said Aqil Sirodj dan jajaran PBNU yang sebelumnya pernah diposting melalui postingan yang diunggah tanggal 10 April 2017 (lihat hal 4.15). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing* yang ditunjukkan melalui penyajian video yang memperlihatkan Basuki bersikap baik dan ramah dengan orang-orang yang memiliki keyakinan atau agama yang berbeda dengan keyakinan yang dipegang oleh Basuki.

Sikap baik tersebut ditunjukkan dengan sikap Basuki yang tersenyum, berpakaian dan duduk dengan sopan ketika mengunjungi NU sehingga menunjukkan bahwa Basuki merupakan sosok yang baik, ramah, dan memiliki sikap

toleransi. Sikap baik tersebut juga ditunjukkan melalui *caption*-nya yang berisi Basuki mengucapkan Selamat Harlah (ulang-tahun) untuk NU atau Nahdlatul Ulama (akun @nahdlatuloelama) yang ke 94, dan juga Basuki mendoakan untuk NU agar semakin bermanfaat, jaga kedamaian dan keberagaman bangsa.



basukibtp Selamat Harlah @nahdlatuloelama ke 94, Kamis 16 Rajab 1438 (13 April 2017). Semoga NU makin bermanfaat jaga kedamaian dan keberagaman bangsa.

Gambar 4.15. *Screenshot* Video & *Caption* Postingan Momen Basuki mengunjungi PBNU dan ucapkan Selamat Harlah

- Postingan tanggal 14 April 2017

1. Video ‘Penampilan Bermain Musik oleh istri dan anak Basuki’

Postingan ini merupakan postingan yang diunggah ulang atau ‘*regram*’ dari postingan yang diunggah oleh istri Basuki dalam akun *Instagram* @veronicabtp. Postingan ini berisi video yang menampilkan istri dan anak Basuki yang sedang memainkan alat musik dengan melantunkan lagu Indonesia

Pusaka (lihat gambar 4.16). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *self-enhancement* yang dilakukan dengan menunjukkan bahwa Basuki dan keluarganya memiliki sisi atau jiwa nasionalisme dengan melantunkan lagu tradisional atau lagu kebangsaan.

Taktik *self-enhancement* ditunjukkan melalui *caption* yang berisi pernyataan Basuki bahwa ada bagian pada lirik lagu Indonesia Pusaka yang disukainya, dan juga berisi tulisan lirik yang disukainya tersebut (lihat gambar 4.16). Pada postingan ini juga memiliki taktik lainnya yaitu taktik *other-enhancement*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui video pada postingan ini bahwa Basuki ingin menunjukkan bahwa keluarga yaitu istri dan anaknya memiliki *skill* bermain musik.



basukibtp Regram from @veronicabtp - Ini bagian lirik dari lagu Indonesia Pusaka yang paling saya suka, dan lirik ini yang juga kerap saya sampaikan ke anak-anak...

Reff:
Indonesia ibu pertiwi
Kau kupuja kau kukasihi
Tenagaku bahkan pun jiwaku
Kepadamu rela kuberi...

Tempat berlindung di hari tua...
Sampai akhir menutup mata...
Indonesia selalu kubanggakan...

Untuk kita, semoga Negara Kesatuan Republik Indonesia
selalu akan terjaga...

#Timibu
#MotherAndDaughter
#BFF
#QualityTime



Gambar 4.16 Screenshot Video & Caption Postingan Penampilan Bermain Musik oleh istri dan anak Basuki

2. Foto 'Promosi Acara Ahok Show'

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto poster yang mempromosikan program acara yang dibintanginya (lihat gambar 4.17). Program acara tersebut adalah acara Ahok Show yang disiarkan setiap hari Jum'at. Postingan ini termasuk ke dalam taktik *self-enhancement* dikarenakan postingan ini ditujukan untuk mempromosikan dirinya melalui program acara yang merupakan wadah dimana Basuki dapat meningkatkan diri agar lebih dikenal dan dapat memperbaiki citra yang telah melekat pada diri Basuki sehingga warga yang menonton acara tersebut dapat menyukainya.



basukibtp Udah nonton kan keseruan Ahok Show minggu2 kemarin?? Minggu ini akan lebih seru lagi nih karena #BasukiDjarot akan LIVE ditemani oleh istri dan anak-anak tercinta! 🥰

Bagi kamu yang punya pertanyaan kepada #BasukiDjarot tentang program, atau mau memberikan masukan ide-ide kreatif untuk Jakarta, atau bahkan bertanya ke para Istri, boleh tulis pertanyaanmu di kolom comment di bawah ini!! 🙌🙌

Pertanyaan terpilih akan langsung dijawab oleh #BasukiDjarot di segmen #KepoinPelayanJakarta!

Saksikan keseruannya jam 19.00 malam ini LIVE di :

Facebook: @ahokdjarot & @ahokbtp

Instagram: @basukibtp

Twitter: @basuki_btp

Youtube: bit.ly/youtubeahok.

Gambar 4.17. Foto & Caption Postingan Promosi Acara Ahok Show

3. Video ‘Program Kampanye Basuki-Djarot’

Pada postingan ini Basuki mengunggah sebuah video bergambar animasi. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui video yang berisi tentang alasan mengapa memilih Basuki-Djarot yang dijawab dengan tawaran program-program yang diajukan Basuki-Djarot (lihat gambar 4.18). Program-program tersebut merupakan klaim Basuki bahwa dirinya mampu dan akan menjalankan program tersebut jika terpilih sebagai Gubernur DKI Jakarta selanjutnya.

Caption pada postingan ini dituliskan dengan cara meyakinkan *user* (calon pemilih) bahwa dirinya kompeten dan mampu melayani warga dengan baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan penggunaan kata-kata tertentu seperti kata ‘tugas’ daripada kata ‘program’ (lihat gambar 4.18). Kata ‘tugas’ memiliki arti yaitu pekerjaan yang wajib dikerjakan sehingga terlihat adanya tanggung-jawab yang ditanggung. Sedangkan kata ‘program’ hanya terlihat sebuah rancangan atau rencana yang akan dilakukan di masa depan akan tetapi rancangan tersebut memungkinkan dapat tidak terlaksanakan.





basukibtp Tugas kami melayani warga Jakarta. Bukan jadi pemimpin. Jadi fokus kami terus buat program yang dibutuhkan seluruh warga tanpa pilih-pilih. Sebagai pelayan rakyat, pekerjaan kami tiap hari memastikan rencana berjalan dan mencegah penyelewengan. Warga Jakarta dari janin sampai meninggal dunia, akan kami urus. Karena #JakartaPunyaSemua.

Gambar 4.18 Foto & *Caption* Postingan Program Kampanye Basuki-Djarot

4. Foto ‘Basuki-Djarot beserta keluarga’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto dirinya bersama istrinya, anak-anaknya, Djarot dan juga keluarga Djarot (lihat gambar 4.19). Hal ini dikuatkan dengan tulisan *caption* yang berisi mengenai keluarga (lihat gambar 4.19). Postingan ini merupakan salah satu bentuk strategi *exemplification* dengan strategi *militancy*. Hal tersebut ditunjukkan melalui tulisan *caption* postingan ini yang dimana Basuki mengajak untuk bertindak positif seperti yang dilakukannya yaitu mengajak untuk menghargai perbedaan dan menghargai ibu yang menjadi tumpuan keluarga (lihat gambar 4.19).

Pada postingan ini juga memiliki taktik lainnya yaitu taktik *favor doing*. Taktik tersebut terlihat dari foto yang memberikan kesan bahwa Basuki memiliki hubungan yang baik dan dekat dengan keluarganya dan juga dengan keluarga Djarot. Pada foto di postingan ini terlihat Basuki mengenakan kemeja putih dan berdiri di tengah yang dimana posisi utama. Pada foto juga terlihat Basuki, Djarot, istri Basuki dan salah satu anak Basuki menggunakan properti untuk berfoto yang berbentuk kumis, topi pesta dan mulut. Selain itu, taktik *favor doing* juga ditunjukkan melalui ungkapan rasa terima kasih kepada orang-orang yang telah menonton program acara Ahok Show.



basukibtp Belajar memahami perbedaan bisa dimulai dari keluarga. Anak, ibu, bapak, semua punya pendapat dan pikiran masing-masing. Tapi kita harus kompak karena keluarga adalah segalanya. Tumpuan keluarga adalah ibu. Jadi hargai dan utamakan ibu kita. Bangsa yang kuat asalnya dari keluarga yang kuat.

Terima kasih sudah nonton Ahok Show. Semoga terhibur dan kehadiran kami bermanfaat.

Jangan lupa tanggal 19 April datang ke TPS, kita perjuangkan keberagaman.

Gambar 4.19. Foto & *Caption* Postingan Basuki-Djarot beserta keluarga

- Postingan tanggal 15 April 2017

1. Foto ‘Rencana pembangunan Masjid Raya’

Dalam postingan ini terlihat Basuki sedang berada ditengah kumpulan warga muslim ketika dirinya sedang berada di tempat Makam Mbah Priok yang terlihat dari tulisan yang ada di gedung putih di bagian *background* foto ini (lihat gambar 4.20). Pada foto di postingan terlihat Basuki mengenakan kemaja batik yang seperti sedang berjalan dan diantar keliling yang kemudian

menengok ke kiri dikarenakan adanya orang yang mengajak untuk bersalaman dengannya. Pada foto juga terlihat Basuki yang tersenyum ketika menengok dan melihat kepada orang yang mengajak untuk bersalaman dengannya sehingga foto tersebut menunjukkan bahwa Basuki bersikap ramah dengan orang-orang yang ada disekelilingnya tersebut.



Gambar 4.20. Foto & *Caption* Postingan Rencana Pembangunan Masjid Raya

Postingan ini cenderung termasuk ke dalam bentuk strategi *exemplification* dengan taktik *helping* yang dilakukan dengan menunjukkan bahwa Basuki peduli terhadap para warga muslim di Jakarta. Pada *caption* di postingan ini Basuki menuliskan bahwa dirinya akan membangun masjid di beberapa wilayah agar warga Jakarta dapat beribadah dengan khusyuk (lihat gambar 4.20). Postingan ini dimaksudkan untuk menarik perhatian dan memberikan kesan bahwa dirinya peduli terhadap warga muslim dengan infrastruktur yang sering digunakan oleh warga muslim yaitu masjid. Postingan ini juga memiliki taktik *favor doing* yang ditunjukkan melalui foto yang memperlihatkan Basuki tersenyum ramah terhadap orang-orang yang disekelilingnya.

2. Foto ‘Basuki survei sungai’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto yang memperlihatkan bahwa Basuki sedang menyurvei atau mengamati salah satu sungai yang ada di Jakarta (lihat gambar 4.21). Foto pada postingan ini terdapat editan filter yang membuat foto berwarna ‘sepia’ dan dipotret dari *angle* atas. Pada foto tersebut terlihat Basuki mengenakan kemeja kotak-kotak yang dimana penulis berasumsi bahwa kemeja kotak-kotak tersebut berwarna merah yang dimana kemeja tersebut merupakan pakaian kampanye Basuki-Djarot.



Gambar 4.21. Foto & *Caption* Postingan Basuki sedang survei sungai

Postingan ini termasuk dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance account*. Hal tersebut dilakukan dengan menunjukkan bahwa sungai yang ada pada foto di postingan ini merupakan hasil kerja Basuki mengenai normalisasi sungai. Hasil kerja tersebut disampaikan melalui *caption* bahwa dirinya berhasil mengurangi jumlah ‘titik banjir’ (lihat gambar 4.21). Pada postingan ini Basuki ingin menyampaikan bahwa dirinya dan Djarot selalu berusaha untuk menjaga sungai tetap bersih atau yang sering disebut normalisasi sungai. Dengan menunjukkan hasil kerja ketika

Basuki menjabat Gubernur DKI Jakarta dapat memberikan kesan dan meyakinkan calon pemilih bahwa Basuki merupakan sosok yang berkompeten untuk melanjutkan kembali tugas sebagai Gubernur DKI Jakarta.

3. Foto ‘Basuki mendengarkan keluhan warga’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto yang terlihat bahwa dirinya sedang berinteraksi dengan warga (lihat gambar 4.22). Pada foto di postingan ini terlihat Basuki yang mengenakan kemeja kotak-kotak dan juga beberapa orang atau warga sehingga penulis berasumsi bahwa foto pada postingan ini dipotret ketika Basuki sedang mengunjungi lingkungan rumah warga atau yang disebut turun lapang. Pada foto juga terlihat Basuki sedang mendengarkan apa yang dikatakan oleh seorang nenek yang mengenakan hijab putih dengan menatap langsung mata nenek tersebut sehingga terkesan bahwa Basuki baik dan ramah dengan warga.



basukibtp Jakarta punya Qlue untuk laporan warga supaya segera diatasi. Tapi selalu ada warga yang ingin melapor langsung pada kami.

Maka tiap pagi kami siap di Balai Kota. Kami dengar, lalu disposisi pada tim dicarikan solusi. Ini cara kami segera hadir dan melayani. #JakartaPunyaSemua

Gambar 4.22. Foto & *Caption* Postingan Basuki mendengarkan keluhan warga

Pada *caption* di postingan ini Basuki menuliskan bahwa dirinya setiap pagi berada di Balai Kota dan selalu siap untuk melayani warga yang ingin melapor ketika dirinya menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta (2014-2017). *Caption* tersebut

memberikan kesan bahwa Basuki merupakan sosok yang profesional, tanggap dan kompeten. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance account* yang ditunjukkan melalui tulisan *caption* yang menyatakan bahwa di Jakarta memiliki aplikasi ‘Qlue’.

Aplikasi Qlue merupakan sebuah aplikasi yang diluncurkan oleh Basuki pada tanggal 15 Desember 2015 yang dimana waktu itu Basuki masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta (www.id.wikipedia.org/wiki/Qlue). Aplikasi tersebut merupakan aplikasi yang dapat digunakan oleh warga untuk melaporkan peristiwa yang terjadi seperti kebakaran, tindak kriminal dan lainnya yang kemudian akan direspon oleh pemerintah untuk ditindaklanjuti.

4. Foto ‘Promosi Acara JakGram’

Postingan ini merupakan postingan yang termasuk dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *self-enhancement*. Taktik tersebut dilakukan dengan menunjukkan postingan yang mempromosikan sebuah acara yang dibintangi oleh Basuki. Pada postingan ini, Basuki mengunggah foto poster animasi untuk mempromosikan *event* atau acara JakGram. Dalam *caption* yang dituliskan, acara JakGram atau Jakarta Beragam tersebut dapat ditonton secara *live* melalui akun-akun *social media* para selebritas Indonesia (lihat gambar 4.23).

Taktik *self-enhancement* pada postingan ini juga terlihat pada foto yang terdapat beberapa gambar animasi yaitu gambar tangan dengan jari yang menunjukkan angka dua, gambar wanita dan laki-laki yang mengacungkan tangan dengan berpose angka jari dua, dan juga tulisan Jakgram (lihat gambar 4.23). Promosi pada foto tersebut tidak hanya berkaitan dengan acara Jakgram saja, akan tetapi promosi terhadap Basuki-Djarot yang dilambangkan dengan angka dua dikarenakan angka dua merupakan nomor urut Basuki-Djarot di Pilkada DKI Jakarta 2017.



Gambar 4.23. Foto & Caption Postingan Promosi Acara JakGram

5. Foto ‘Program Kampanye Basuki-Djarot’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto poster yang berisi tentang salah satu program kampanye yang diajukan Basuki-Djarot yang berhubungan dengan fasilitas kesehatan (lihat gambar 4.24). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *exemplification* dengan taktik *helping* dengan menunjukkan bahwa Basuki peduli dengan kesehatan warga dan membantu warga agar dapat menikmati layanan kesehatan dengan layak.

Hal tersebut ditunjukkan melalui foto dan juga *caption* pada postingan ini.

Caption pada postingan ini bertuliskan “*Kami mau rumah sakit, ambulans, bahkan dokter pribadi tidak hanya untuk orang yang sanggup bayar*” yang menunjukkan bahwa Basuki-Djarot memiliki keinginan dan berharap bahwa warga yang tidak mampu membayar juga dapat menikmati fasilitas kesehatan yang layak. Hal tersebut diwujudkan Basuki dengan membuat program meng-*upgrade* puskesmas menjadi rumah sakit umum kecamatan, 100 ambulans gratis, dan fasilitas dokter dan bidan pribadi datang ke rumah pasien dengan gratis.

Melalui tulisan *caption* tersebut memberikan kesan bahwa Basuki merupakan sosok yang sangat peduli kepada orang lain terutama dengan warga Jakarta. Akan tetapi, tulisan *caption* tersebut juga merupakan bentuk promosi diri agar mendapatkan suara saat pemilihan umum. Pada postingan ini juga memiliki taktik lainnya yaitu taktik *performance claim* yang ditunjukkan melalui foto yang berisi program kampanye yang diajukan Basuki-Djarot. Program yang diajukan Basuki-Djarot yang disampaikan dalam postingan ini termasuk cara dari taktik *performance claims*.



basukibtp Kami mau rumah sakit, ambulans, bahkan dokter pribadi tidak hanya untuk orang yang sanggup bayar. #JakartaPunyaSemua fasilitas kesehatan. #MantapPilih2

Gambar 4.24. Foto & Caption Postingan Program Kampanye Basuki-Djarot

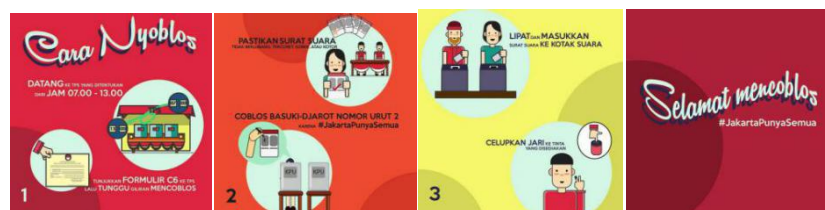
6. Foto 'Cara menyoblos suara di TPS'

Pada postingan ini Basuki mengunggah empat foto yang berisi tentang cara menyoblos di TPS atau tempat pemilihan suara (lihat gambar 4.25). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *exemplification* dengan taktik *militancy* yang ditunjukkan bahwa Basuki mengajak para warga untuk memperjuangkan kebhinnekaan melalui pemilihan suara. Pada postingan ini juga memiliki taktik *entreaties for help* yang ditunjukkan dengan mengunggah keempat foto tersebut yang terlihat Basuki meminta bantuan calon pemilih untuk mencoblos Basuki-Djarot nomor urut 2 (dua).

Taktik *entreaties for help* pada postingan ini tidak terlihat secara jelas dikarenakan Basuki tidak menyatakan secara jelas untuk meminta bantuan *audience* (calon pemilih) untuk memilihnya di pemilihan suara. Penulisan pada *caption* dituliskan dengan cara penulisan atau pemilihan kata-kata yang bersifat motivasi dan mengajak untuk bertindak nasionalisme (lihat gambar 4.25). Penulisan tersebut dilakukan karena Basuki ingin menutupi kelemahannya dan menutupi

ketidakberdayaannya bahwa dirinya sangat memerlukan suara dari calon pemilih yang berdampak pada citra Basuki.

Caption di postingan ini juga terdapat taktik *self-enhancement* dimana tulisan ‘*Persatuan itu prioritas utama kita, kalo gubernur urusan nomor dua*’. Tulisan tersebut mengandung dua makna, pertama, tulisan tersebut terkesan bahwa Basuki tidak peduli menang atau kalah dikarenakan menjadi gubernur merupakan urusan nomor dua. Kedua, tulisan tersebut terkesan bahwa persatuan merupakan prioritas Basuki-Djarot, dan urusan mengenai tugas dan tanggung jawab sebagai gubernur merupakan urusan nomor dua yang dimana nomor dua merupakan nomor urut Basuki-Djarot di Pilkada DKI Jakarta 2017. Sehingga kata ‘*kalo gubernur urusan nomor dua*’ tersebut menunjukkan bahwa Basuki-Djarot lah yang layak menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta.



basukibtp Demokrasi dibuat supaya semua suara mayoritas maupun minoritas diperhatikan. Demokrasi kita anut untuk membawa keadilan, bukan perpecahan.

19 April nanti, datang ke TPS. Kita perjuangkan kebhinnekaan. Persatuan itu prioritas utama kita, kalau gubernur urusan nomor dua. #MantapPilih2

Gambar 4.25. Foto & *Caption* Postingan Cara menyoblos suara di TPS

7. Foto ‘Ajakan untuk menyoblos di pemilihan suara’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto animasi yang terlihat bahwa beberapa orang mulai berkumpul mengelilingi

Basuki-Djarot dan terbentuk angka 2 (dua) (lihat gambar 4.26). Orang-orang yang mengelilingi Basuki-Djarot pada foto ini melambangkan sebagai warga Jakarta. Foto tersebut memberikan kesan bahwa banyak orang yang mendukung dirinya. Hal tersebut menunjukkan sikap optimis Basuki menghadapi masa pencoblosan atau pemilihan suara yang dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 19 April 2017.

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *self-enhancement* dikarenakan pada foto dan *caption* berisi promosi diri Basuki-Djarot melalui angka 2 (dua). Foto di postingan ini juga terdapat unsur untuk mengingatkan *audience* (calon pemilih) agar memberikan suaranya dengan menampilkan angka 2 (dua) yang merupakan angka atau nomor urut dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Hal tersebut juga dipertegas melalui *caption* yang ditulis dengan *hashtag* ‘#MantapPilih2’.

Caption pada postingan ini Basuki menyampaikan tentang perbedaan dan kebersamaan. Jika disangkutpautkan dengan foto di postingan ini, perbedaan yang dimaksud tersebut terlihat dari berbagai pakaian yang digunakan oleh orang-orang sekeliling Basuki-Djarot yang mengacu pada perbedaan profesi, budaya, usia, hobi dan lainnya. Sedangkan mengenai kebersamaan ditunjukkan kepada kumpulan orang-orang yang berbeda-beda mendukung Basuki-Djarot.



basukibtp Perbedaan yang menyatukan, kebersamaan yang menguatkan. Tanggal 19 kita buktikan #MantapPilih2!

Gambar 4.26. Foto & *Caption* Postingan Ajakan untuk menyoblos di pemilihan suara

8. Foto ‘Basuki-Djarot bersama Sumarsono’

Pada postingan ini Basuki mengunggah foto yang memperlihatkan dirinya bersama Djarot dan Sumarsono (lihat gambar 4.27). Sumarsono merupakan orang yang menggantikan Basuki dan Djarot sebagai PLT selama cuti kampanye. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Hal tersebut dilakukan dengan menunjukkan rasa terima kasih Basuki kepada Sumarsono dan memuji Sumarsono yang telah bekerja keras menggantikan Basuki-Djarot sebagai PLT yang dituliskan melalui *caption* (lihat gambar 4.27).

Foto pada postingan ini memperlihatkan Basuki, Djarot dan Sumarsono sama-sama mengenakan kemeja batik. Hal tersebut dikarenakan pada foto memperlihatkan upacara resmi penyerahan kembali tugas sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta kepada Basuki dan Djarot sehingga pakaian yang dikenakan juga harus formal, rapih, dan sopan. Upacara resmi penyerahan kembali tugas sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta kepada Basuki dan Djarot terlihat

dari gestur tangan. Gestur tangan tersebut terlihat tangan kanan Sumarsono menjabat tangan kanan Djarot, kemudian tangan kiri Sumarsono dan tangan kanan Djarot memegang buku laporan, dan juga tangan kanan Basuki memegang jabatan tangan antara Sumarsono dengan Djarot (lihat gambar 4.27).



basukibtp Saatnya kami kembali bekerja. Banyak pekerjaan rumah yang harus diselesaikan. Terima kasih pak Sumarsono yang telah bekerja keras sebagai Plt selama kami cuti.

Gambar 4.27. Foto & *Caption* Postingan Basuki-Djarot bersama Sumarsono

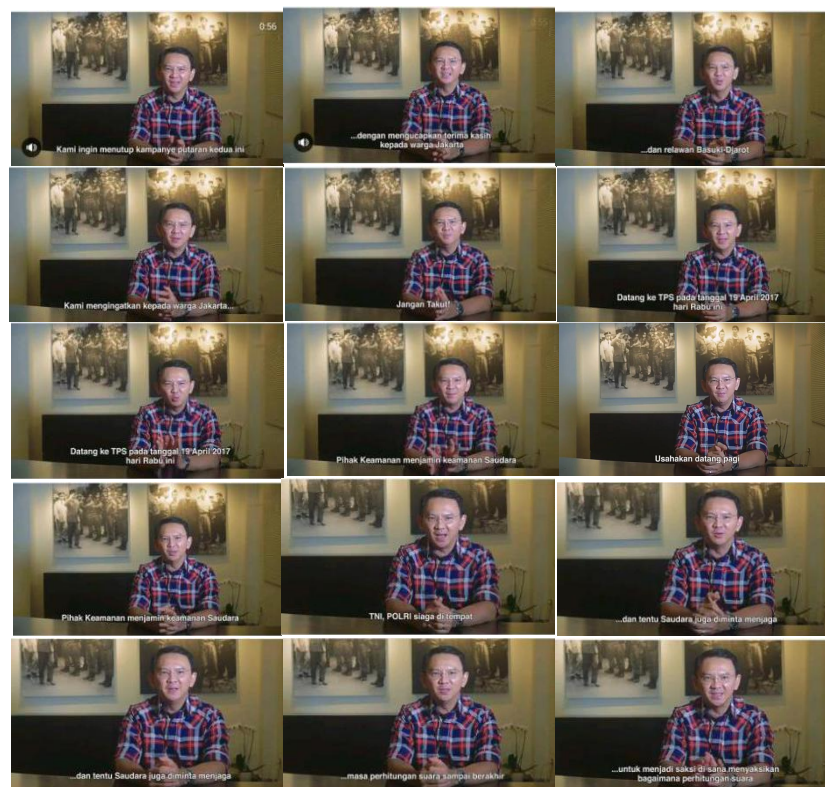
9. Video ‘Penutupan Kampanye Putaran Kedua’

Pada postingan ini Basuki mengunggah video yang berisi dirinya yang menyampaikan beberapa hal mengenai pencoblosan, ucapan rasa terima kasih dan meminta pertolongan atau permohonan kepada warga Jakarta (lihat gambar 4.28). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *supplication* dengan taktik *entreaties for help* yang dilakukan dengan menunjukkan Basuki meminta bantuan atau permohonan. Permohonan yang diminta oleh Basuki pada video ini adalah Basuki meminta para warga untuk datang ke TPS untuk mencoblos dan mengawasi masa perhitungan suara.

Taktik *entreaties for help* termasuk dalam strategi *supplication* yang menunjukkan bahwa *actor* memperlihatkan dirinya yang lemah dan tidak berdaya agar orang lain berbelas kasihan. Akan tetapi, pada video ini Basuki tidak terlalu

menunjukkan sikap yang menginginkan belas kasihan orang lain. Dalam video ini, Basuki menunjukkan sikap yang tegas dan berwibawa yang terlihat dari ucapan (*audio*) dan gerakan-gerakan Basuki pada video di postingan ini. Ucapan Basuki tersebut yaitu;

“Kami ingin menutup kampanye putaran kedua ini dengan mengucapkan rasa terima kasih kepada warga Jakarta dan relawan Basuki-Djarot. Kami mengingatkan kepada warga Jakarta, Jangan Takut! Datang ke TPS pada tanggal 19 April 2017 hari Rabu ini. Usahakan datang pagi. Pihak Keamanan menjamin keamanan Saudara. TNI, POLRI siaga di tempat dan tentu Saudara juga diminta menjaga masa perhitungan suara sampai berakhir untuk menjadi saksi disana menyaksikan bagaimana perhitungan suara. Silahkan hubungi Call Center kami di (021)2980-8200 jika mengalami masalah di TPS sekitar anda. Mari kita wujudkan pesta demokrasi Pilkada Jakarta yang damai, aman dan menyenangkan buat kita semua.”





Gambar 4.28. *Screenshot Video & Caption* Postingan Penutupan Kampanye Putaran Kedua

10. Foto ‘Basuki Gendong Anak Kecil’

Foto dalam postingan ini menampilkan bagaimana Basuki, Djarot dan beberapa warga tersenyum dan tertawa. Sama seperti pada postingan yang diunggah tanggal 7 April 2017 (lihat hal. 4.29), pada foto ini menampilkan gambar animasi Basuki dan Djarot. Gambar animasi Basuki dan Djarot dalam foto ini memperlihatkan Basuki sedang mengangkat anak kecil untuk memasukkan bola ke *ring* basket (lihat gambar 4.29). Postingan ini cenderung termasuk ke dalam strategi *supplication* dengan taktik *entreaties for help*.

Taktik *entreaties for help* terlihat dari *caption* yang tertulis kata “*Bantu kami melanjutkan pekerjaan ini*”. Dalam konteks berkampanye, Basuki juga menuliskan kata-kata untuk meyakinkan calon pemilih bahwa Basuki-Djarot bekerja untuk warga Jakarta yang membutuhkan. Sehingga efek dari strategi

suplication yang menunjukkan dirinya lemah dapat terminimalisir. Selain taktik *entreaties for help, caption* yang ditulis juga memiliki taktik lainnya yaitu taktik *militancy*.

Taktik *militancy* tersebut terlihat dari *caption* yang terkesan bahwa Basuki siap berjuang demi anak-anak Jakarta yang dituliskan dengan kata ‘mereka’ (lihat gambar 4.29). Kata ‘mereka’ tersebut didukung dengan foto yang diunggah yang ditunjukkan Basuki sedang mengangkat seorang anak kecil. Selain itu juga ditunjukkan dari editan warna foto yang pada bagian anak kecil yang sedang diangkat Basuki memiliki warna cerah (warna asli dari foto asli) sedangkan warna yang lainnya (selain Basuki & Djarot) memiliki warna hitam putih.



Gambar 4.29. Foto & *Caption* Postingan Basuki Gendong Anak Kecil

4.2.1.2 Pembahasan Hasil Analisis Postingan Basuki

Penjelasan mengenai analisis postingan Basuki diatas menunjukkan bahwa postingan yang diunggah Basuki selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua pada akun *Instagram* @basukibtp terdapat postingan yang memperlihatkan dirinya bersama keluarganya, Djarot dan keluarga Djarot, para tokoh organisasi agama Islam, warga Jakarta; postingan yang berisi promosi program acara Ahok Show, promosi program kampanye Basuki-Djarot, iklan kampanye

Basuki-Djarot, hasil kerja selama menjabat Gubernur DKI Jakarta sebelumnya (2014-2017) dan lainnya. Berikut penjelasan postingan yang diunggah Basuki berdasarkan kategori Strategi & Taktik *Impression Management* Jones & Pittman:

1. *Ingratiation*

a) *Favor doing*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *favor doing* ini menunjukkan bahwa Basuki merupakan sosok yang baik, murah hati, memiliki sifat bersyukur atau rasa terima kasih kepada orang lain, dan *warm-hearted person*. Hal tersebut ditunjukkan dengan sikap Basuki yang tersenyum, tertawa, ungkapan rasa terima kasih, dan lainnya. Pada postingan dengan taktik *favor doing* juga memperlihatkan kedekatan Basuki dengan keluarganya, Djarot dan keluarga Djarot. Selain itu juga memperlihatkan sikap baik Basuki dengan orang-orang yang memiliki perbedaan kepercayaan (agama) yang berbeda dengan dirinya.

b) *Self-enhancement*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *self-enhancement* ini merupakan postingan yang berisi promosi program acara yang dibintanginya. Program acara tersebut diantaranya adalah Ahok Show dan JakGram. Selain postingan yang berisi promosi program acara yang dibintanginya Basuki, postingan dengan taktik *self-enhancement* ditunjukkan dengan

postingan yang memperlihatkan kepercayaan dirinya dan juga menunjukkan bahwa dirinya merupakan orang yang memiliki jiwa nasionalisme.

c) *Other-enhancement*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *other-enhancement* hanya postingan yang berisi ucapan dirgahayu atau hari jadi kepada TNI AU (Angkatan Udara) dan menyanjung atas kerja keras dari anggota TNI AU (Angkatan Udara). Penyanjungan tersebut berisi ungkapan rasa terima kasih atas kerja keras TNI AU dalam menjalankan tugas untuk melindungi negara Indonesia yang disampaikan melalui *caption* yang dituliskan dengan kata “*Terima kasih sudah menghadirkan rasa aman saat kami memandang indahnya langit Nusantara*”.

2. *Self promotion*

a) *Performance claim*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *performance claim* ini merupakan postingan yang berisi program kampanye yang diajukan Basuki-Djarot. Program kampanye yang diajukan Basuki-Djarot merupakan pernyataan atau lebih tepatnya janji bahwa Basuki akan melaksanakan program kampanye tersebut jika terpilih menjadi Gubernur dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Pada postingan disajikan dengan menyajikan penjelasan tentang program dan juga alasan mengapa memilih Basuki-Djarot yang dijawab dengan tawaran program-program yang diajukan

Basuki-Djarot sehingga menunjukkan bahwa Basuki berkompeten.

b) *Performance account*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *performance account* ini merupakan postingan yang menunjukkan hal-hal disekitarnya untuk menunjukkan kemampuannya. Hal tersebut salah satunya adalah hasil kerja ketika Basuki menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta (2014-2017) yaitu diantaranya adalah eskalator Halte Cipulir Koridor 13 TransJakarta yang sedang dibangun, normalisasi sungai yang berhasil dan aplikasi Qlue. Postingan tersebut untuk meyakinkan *user* dan dapat memberikan kesan bahwa Basuki merupakan sosok yang berkompeten untuk melanjutkan kembali tugas atau pekerjaan sebagai Gubernur DKI Jakarta.

Pada salah satu postingan Basuki menuliskan bahwa di Jakarta terdapat aplikasi ‘Qlue’. Aplikasi Qlue merupakan sebuah aplikasi yang diluncurkan oleh Basuki pada tanggal 15 Desember 2015 yang dimana waktu itu Basuki masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta (www.id.wikipedia.org/wiki/Qlue). Aplikasi tersebut merupakan aplikasi yang dapat digunakan oleh warga untuk melaporkan peristiwa yang terjadi seperti kebakaran, tindak kriminal dan lainnya yang kemudian akan direspon oleh pemerintah untuk ditindaklanjuti. Sehingga aplikasi Qlue

menjadi sebuah hasil kerja dirinya ketika menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta (2014-2017).

Postingan dengan taktik *performance account* lainnya ditunjukkan dengan menampilkan foto Basuki bersama warga yang disertai dengan *caption* yang berisi solusi atas permasalahan yang ada di Jakarta dan lainnya. Postingan tersebut yaitu postingan Basuki bersama pedagang dan *caption* yang berisi tentang pemindahan atau dipusatkan ke pasar dan dilatih untuk berjualan (lihat hal 59), postingan Basuki bersama seorang nenek dan *caption* yang berisi solusi Kartu Jakarta Lansia (lihat hal 60), postingan Basuki bersama seorang nenek dan *caption* yang berisi pernyataan dirinya selalu siap berada Balai Kota untuk melayani warga ingin melapor (lihat hal 71).

3. *Exemplification*

a) *Militancy*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *militancy* ini merupakan postingan yang memberikan kesan bahwa Basuki merupakan sosok yang bermoralitas tinggi dan tindakan Basuki dapat dijadikan contoh. Postingan tersebut diantaranya adalah postingan yang berisi harapan Basuki terhadap GP Ansor dengan membuatkan pesan yang dituliskan dalam *frame*; dan juga postingan yang bersifat mengajak untuk bertindak positif, toleransi dan menghargai sosok ibu dalam keluarga dengan kata-kata yang memotivasi dan positif.

b) *Helping*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *helping* ini merupakan postingan yang menunjukkan Basuki peduli dan bertindak membantu orang lain atau warga Jakarta seperti menyediakan fasilitas umum layak seperti rumah sakit dan masjid. Taktik *helping* tersebut ditunjukkan dengan tulisan *caption* Basuki yang menuliskan “*Kami mau rumah sakit, ambulans, bahkan dokter pribadi tidak hanya untuk orang yang sanggup bayar*” yang memperlihatkan dirinya sangat peduli dengan warga Jakarta. Sehingga postingan dengan taktik *helping* dapat memberikan kesan Basuki merupakan sosok yang peduli dan rela berkorban untuk warga Jakarta.

4. *Supplication*

a) *Entreaties for help*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *entreaties for help* ini merupakan postingan yang memperlihatkan Basuki meminta bantuan. Bantuan tersebut berkaitan dengan pemilihan suara yang dilangsungkan pada tanggal 19 April 2017. Permintaan bantuan tersebut seperti permintaan untuk para warga untuk datang ke TPS untuk mencoblos dan mengawasi masa perhitungan suara, dan juga permintaan para warga untuk mencoblos Basuki-Djarot. Basuki secara jelas meminta bantuan pada *user* (calon pemilih) seperti dalam *caption* pada salah satu

postingan yang dituliskan dengan kata “*Bantu kami melanjutkan pekerjaan ini*”.

Taktik *entreaties for help* yang termasuk dalam strategi *supplication* yang menunjukkan bahwa *actor* memperlihatkan dirinya yang lemah dan tidak berdaya agar orang lain berbelas kasihan. Akan tetapi, pada postingan yang diunggah Basuki yang termasuk ke dalam taktik *entreaties for help* tidak terlalu ditunjukkan bahwa dirinya merupakan orang yang lemah dan meminta belas kasihan dari *user* (calon pemilih). Hal tersebut dilakukan oleh Basuki dengan cara meyakinkan calon pemilih bahwa Basuki-Djarot bekerja untuk warga Jakarta yang membutuhkan sehingga efek dari strategi *supplication* yang menunjukkan dirinya lemah dapat terminimalisir.

Hal yang dilakukan Basuki tersebut pada salah satu postingannya yaitu pada postingan yang berisi video penutupan kampanye Pilkada DKI 2017 putaran kedua yang memperlihatkan Basuki tidak terlalu menunjukkan sikap yang tegas dan berwibawa yang terlihat dari ucapan (*audio*) dan gerakan-gerakan Basuki pada video di postingan ini. Ucapan Basuki tersebut yaitu;

“Kami ingin menutup kampanye putaran kedua ini dengan mengucapkan rasa terima kasih kepada warga Jakarta dan relawan Basuki-Djarot. Kami mengingatkan kepada warga Jakarta, Jangan Takut! Datang ke TPS pada tanggal 19 April 2017 hari Rabu ini. Usahakan datang pagi. Pihak Keamanan menjamin keamanan Saudara. TNI, POLRI siaga di tempat dan tentu Saudara juga diminta menjaga masa perhitungan suara sampai berakhir untuk

menjadi saksi disana menyaksikan bagaimana perhitungan suara. Silahkan hubungi Call Center kami di (021)2980-8200 jika mengalami masalah di TPS sekitar anda. Mari kita wujudkan pesta demokrasi Pilkada Jakarta yang damai, aman dan menyenangkan buat kita semua.”

Pada postingan yang diunggah Basuki terlihat bahwa terdapat jenis pakaian khusus yang dikenakan Basuki yaitu kemeja kotak-kotak merah, kemeja kotak-kotak, kemeja polos dan kemeja/baju batik. Pakaian kemeja dapat menandakan pakaian yang formal, rapih, sopan, dan memperlihatkan profesionalitas pada individu yang mengenakannya. Selain itu, kemeja juga merupakan salah satu ciri khas Basuki dimana pakaian yang digunakan untuk promosi kampanye Basuki-Djarot adalah kemeja kotak-kotak merah. Sehingga pakaian yang digunakan Basuki pada postingan selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta putaran kedua ditunjukkan untuk memperlihatkan bahwa dirinya merupakan sosok yang profesional dan berkompeten.

Pada postingan yang diunggah Basuki terdapat beberapa postingan yang memunculkan wajah para artis yaitu diantaranya adalah Afgansyah Reza, Vena Annisa, Tika Panggabean (anggota Project Pop) dan Cut Mini. Dari keempat artis tersebut, penulis hanya menemukan artikel berita bahwa Afgan dan Tika Panggabean merupakan salah satu artis yang mendukung Basuki. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan cara Basuki untuk memperoleh suara dengan menampilkan nama dan wajah beberapa artis. Duncombe (2007) menyatakan bahwa ada kepercayaan ketika artis mendukung salah satu kandidat atau partai membuat media

hingga masyarakat umum akan menyadari dan memperhatikan tentang kandidat/partai yang didukung.

Pada postingan yang diunggah Basuki terdapat 3 postingan yang memperlihatkan dirinya bersama para tokoh agama dari organisasi Islam yaitu organisasi GP Anzor (Gerakan Pemuda Anzor) dan NU (Nadhlatul Ulama). Pada postingan tersebut berisi tentang kegiatan kunjungan Basuki-Djarot ke organisasi-organisasi tersebut. Pada salah satu postingan yang diunggah pada tanggal 13 April 2017 (lihat hal 63) berisi bahwa kunjungan Basuki-Djarot ke NU salah satunya untuk mendapatkan dukungan dengan memberikan janji bahwa Basuki-Djarot akan memperhatikan warga muslim ketika dirinya terpilih di pemilihan suara.

Caption yang dituliskan Basuki pada postingan ini memiliki gaya tulisan yang secara singkat, jelas dan tegas atau *'to the point'* bahwa program yang dituliskannya secara pasti akan diwujudkan oleh dirinya. Menurut penulis, cara penulisan tersebut berkaitan dengan kesan atau citra Basuki yang merupakan sosok yang memiliki gaya komunikasi yang tidak bertele-tele, cenderung frontal dan melontarkan pernyataan secara terang-terangan (www.cnnindonesia.com). Pada *caption* juga terdapat ciri khas lainnya yaitu penulisan *caption* yang dituliskan dengan cara meyakinkan *user* (calon pemilih) bahwa dirinya kompeten dan mampu melayani warga dengan baik.

Penulisan *caption* tersebut salah satunya adalah penggunaan kata-kata tertentu seperti kata *'tugas'* daripada kata *'program'*. Kata

‘tugas’ memiliki arti yaitu pekerjaan yang wajib dikerjakan sehingga terlihat adanya tanggung-jawab yang ditanggung. Sedangkan kata ‘program’ hanya terlihat sebuah rancangan atau rencana yang akan dilakukan di masa depan akan tetapi rancangan tersebut memungkinkan dapat tidak terlaksanakan. Selain itu, penulisan *caption* juga dituliskan dengan cara menuliskan beberapa hal yang menjadi fakta atau bukti nyata dari permasalahan yang ada atau terjadi di Jakarta dan juga jawaban atau solusi atas permasalahan tersebut.

Pada postingan Basuki juga terdapat beberapa *hashtag* yang digunakan yaitu diantaranya adalah ‘#AhokShow’, ‘#KepoinPelayanRakyat’, ‘#JakartaPunyaSemua’, ‘#BeragamItuBasukiDjarot’, ‘#JakartaBeragam’, ‘#MantapPilih2’ dan ‘#MantapPilihNo2’. *Hashtag-hashtag* tersebut digunakan pada postingan-postingan yang bertujuan mempromosikan Basuki-Djarot. Selain itu, Basuki juga menuliskan *hashtag* lainnya yang tidak termasuk atau tergolong untuk promosi Basuki atau Basuki-Djarot seperti ?

Hashtag ‘#AhokShow’ dan ‘#JakartaBeragam’ merupakan *hashtag* yang digunakan pada postingan yang mempromosikan program acara yang dibintangi Basuki yaitu Ahok Show dan JakGram (Jakarta Beragam). Kemudian *hashtag* ‘#KepoinPelayanRakyat’ juga digunakan untuk mempromosikan program acara Ahok Show dikarenakan pada program tersebut terdapat sesi tanya-jawab dengan Basuki yang disebut sesi ‘Kepoin Pelayan Jakarta’. *Hashtag* ‘#JakartaPunyaSemua’ merupakan slogan yang dipegang oleh Basuki-Djarot. Menurut berita

yang disiarkan oleh program berita NET12 (dalam youtube.com/) bahwa slogan tersebut memiliki arti bahwa “Ibu Kota Jakarta bukan hanya milik golongan tertentu tetapi juga milik seluruh warga”. Sedangkan *hashtag* ‘#BeragamItuBasukiDjarot’ merupakan *hashtag* yang memiliki arti bahwa Jakarta memiliki beragam suku, agama, budaya dan lainnya yang merupakan titik fokus ataupun slogan Basuki-Djarot. *Hashtag* ‘#MantapPilih2’ dan ‘#MantapPilihNo2’ merupakan *hashtag* yang digunakan pada postingan promosi Basuki-Djarot ketika mendekati hari pemilihan suara.

4.2.2 Postingan Anies Baswedan

4.2.2.1 Analisis Postingan Anies Baswedan

Postingan yang diunggah oleh Anies melalui akun *Instagram* miliknya yaitu @aniesbaswedan selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua berjumlah 50 postingan. Berikut merupakan analisis pada setiap postingan yang diunggah Anies melalui akun *Instagram* @aniesbaswedan :

- Postingan tanggal 6 April 2017

1. Foto ‘Anies sedang turun lapang’

Pada postingan ini Anies mengunggah tiga foto yang memperlihatkan dirinya sedang turun lapang dan dikelilingi oleh banyak warga. Postingan ini cenderung termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claim*. Taktik tersebut dilakukan melalui pernyataan yang ditulis melalui *caption* dan didukung dengan pemilihan foto yang diunggah.

Pernyataan Anies melalui *caption* dituliskan dengan kata-kata yang bersifat memotivasi, positif dan dapat meyakinkan calon pemilih bahwa dirinya mampu dan layak menjadi Gubernur DKI Jakarta 2017.

Upaya promosi diri dan meyakinkan calon pemilih tersebut didukung dengan ketiga foto yang diunggah pada postingan ini. Foto-foto tersebut merupakan foto yang memperlihatkan dirinya yang sedang turun lapang dan bersikap ramah walaupun berada di kerumunan banyak orang (lihat gambar 4.30). Menurut penulis, dengan menunjukkan ketiga foto yang diunggah pada postingan ini yang ditambah dengan tulisan *caption* dapat memberikan kesan bahwa dirinya siap dan rela turun lapang yang menunjukkan bahwa dirinya kompeten sebagai pemimpin.



aniesbaswedan Ini bukan soal Anies-Sandi, ini kerja kolosal, kerja bersama ribuan orang, mari kita hantarkan kemenangan untuk warga Jakarta.

Insya Allah lima tahun ke depan kita #MajuBersama membawa perubahan bagi warga Jakarta.

Gambar 4.30. Foto & *Caption* Postingan Anies sedang turun lapang

2. Foto ‘Poster acara Blak Blakan’

Pada postingan ini, Anies mengunggah foto mengenai acara yang dilakukan dan di-streaming-kan oleh detikcom yaitu acara ‘Blak Blakan’ (lihat gambar 4.31). Postingan ini termasuk ke

dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *self-enhancement*. Hal tersebut dikarenakan pada postingan ini berisi tentang promosi program acara yang dibintangi oleh Anies dan Sandi. Menurut penulis, dengan mempromosikan acara yang dibintangi oleh Anies menjadi sebuah wadah dimana Anies dapat meningkatkan diri agar lebih dikenal dan disukai oleh calon pemilih.



Gambar 4.31. Foto poster dan *caption* acara Blak Blakan

3. Foto ‘Anies dan warga Tolak Reklamasi’

Pada postingan ini baik dari foto maupun *caption* menunjukkan bahwa Anies tidak menyetujui dengan adanya program Reklamasi. Hal tersebut dinyatakan Anies melalui *caption*-nya bahwa penolakan Reklamasi ditunjukkan untuk melindungi rakyat kecil dan para nelayan agar sejahtera (lihat gambar 4.32). Klaim yang dituliskan melalui *caption* dan tindakannya yang memiliki kesamaan dengan warga tersebut. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *opinion conformity*.



aniesbaswedan Hari ini kita kirimkan pesan agar pemerintah melindungi rakyat kecil dan para nelayan bisa sejahtera.

Selamat Hari Nelayan Nasional!

Gambar 4.32. Foto & *caption* postingan Anies dan warga Tolak Reklamasi

4. Foto 'Anies bersama anak-anaknya'

Foto pada postingan ini terlihat Anies bersama kedua anaknya. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing* dengan menunjukkan bahwa Anies dekat dengan anak-anaknya. Pada foto terlihat Anies dan anak-anaknya seperti sedang menonton video bersama dan memangku salah satu anaknya (lihat gambar 4.33). Hal tersebut merupakan hal-hal yang menunjukkan simbol cinta. Dalam *caption*-nya tertulis bahwa pada hari itu (tanggal 6 April 2017) Anies pulang ke rumah lebih awal dan langsung bermain dengan anak-anaknya.

Pada *caption* yang ditulis pada postingan ini tertulis “*Semalam pulang lebih awal... langsung dikerubuti anak-anak..*” yang menunjukkan bahwa anak-anak Anies langsung mendatangi Anies ketika pulang ke rumah dikarenakan anak-anak Anies senang berada di dekat Anies. Menurut penulis, melalui postingan ini dapat membuat calon pemilih menanggapi bahwa Anies merupakan sosok diri dan sosok ayah yang baik yang membuat para calon pemilih dapat menyukai dirinya.



aniesbaswedan Semalam pulang lebih awal... langsung dikerubuti anak-anak.. 😊

Gambar 4.33. Foto & *caption* postingan Anies bersama anak-anaknya

- Postingan tanggal 7 April 2017

1. Video 'Iklan program DP 0'

Postingan video ini berupa video iklan kampanye program Anies-Sandi. Video iklan ini dinamai iklan Griya Jakarta Bahagia yang sesuai dituliskan dalam *caption* postingan ini (lihat gambar 4.34). Iklan tersebut berisi mengenai salah satu program kampanye Anies-Sandi yaitu program DP 0 (baca: de-pe nol). Postingan ini merupakan upaya promosi diri dengan strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*. Taktik tersebut dilakukan melalui video yang berisi tentang promosi program DP 0.

Melalui promosi program DP 0 yang merupakan salah satu program yang diajukan Anies-Sandi pada kampanye ini dapat memperlihatkan bahwa Anies merupakan sosok yang berkompeten dikarenakan mampu memberikan inovasi yang akan dilakukannya jika dirinya terpilih sebagai DKI Jakarta 2017. Promosi program DP 0 dalam video ini memperlihatkan atau di-*setting* bahwa Fenny Mawar (sebagai *host*) melakukan *interview* (tanya-jawab) dengan Pandji (sebagai *Sales Management DP 0*).

Tempat *interview* pada video ini juga di-*setting* memilih *setting* di halaman rumah, dalam rumah dan depan rumah (lihat gambar 4.44). *Setting* tersebut dikarenakan berkaitan dengan isi video yaitu isi *interview* program DP 0 yang merupakan program mengenai rumah dengan uang muka atau DP 0. Selain itu, promosi program DP 0 ini juga terlihat ketika Fenny menyanjung program DP 0 dengan mengatakan “*Ini satu-satunya penawaran yang terspektakuler yang pernah ada selama saya menjadi host*”.



aniesbaswedan Mau tahu lebih jelas mengenai program DP0? simak iklan Griya Jakarta Bahagia berikut ini.

#RumahMilikS3ndiri *
bit.ly/dpnol

*) Senin harga tidak naik.

Gambar 4.34. *Screenshot Video & Caption* Postigan Iklan Kampanye Program DP 0

2. Video 'Iklan dukungan artis untuk Anies-Sandi'

Video postingan ini berupa video yang dimana beberapa artis menyanyikan sebuah lagu sebagai bentuk dukungan mereka untuk Anies-Sandi. Pada video ini dibuka dengan menampilkan seorang wanita dengan menggunakan mukena yang sedang memegang Al-Qur'an yang sudah terbuka (lihat gambar 4.35). Kemudian video ini menampilkan wajah beberapa artis yang sedang menyanyikan sesuai bagian liriknya masing-masing (lihat gambar 4.35). Setelah itu, muncul wajah Anies dan Sandi bersama para artis dan tokoh *public figure* lainnya (lihat gambar 4.35).





aniesbaswedan Teman-teman mari bergabung dan satukan semangat untuk bersama melangkah maju.

Saatnya kita peduli dan jangan tertinggal mengambil kesempatan untuk perbaikan negeri.

#JumatBerkah

Gambar 4.35. *Screenshot Video & Caption* Postingan Iklan dukungan artis untuk Anies-Sandi

Postingan ini merupakan strategi *exemplification* dengan taktik *militancy* yang ditunjukkan melalui lirik dan juga *caption* yang ditulis. Kata-kata pada lirik lagu tersebut memperlihatkan bahwa Anies mengajak untuk melakukan hal kebaikan untuk memperbaiki negeri. Kata-kata yang digunakan dalam lirik dan juga *caption* terkesan sebagai kata-kata motivasi dan positif sehingga postingan ini memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang bermoralitas tinggi dan berintegritas. Lirik pada lagu ini bernuansa agama Islam yang berjudul ‘*Tala’al Badru*’ yang telah diaransemen dengan mengubah pada bagian lirik lagu sebagai berikut:

*“Wahai para sahabat semua. Mari bergabung bersama..
Satukanlah semangat kita, untuk sebuah perubahan..
Mari saatnya kita peduli, demi perbaikan negeri..
Janganlah lagi berdiam diri, mari perbaiki negeri..
Lepaskan semua ragu dan duka, rapatkan barisan kita..
Bersama insya Allah bisa, mari sambut pemimpin kita..
Tala’al-Badru ‘alayna, min thaniyyatil-Wada’
Wajaba al-shukru ‘alayna, ma da’a lillahi da’.”*

Pada postingan ini merupakan video yang berisi tentang promosi Anies-Sandi yang dilakukan dengan cara memperlihatkan beberapa artis dalam video sebagai pendukung Anies. Para artis dan tokoh *public figure* diantaranya adalah Nagita Slavina, Raffi Ahmad, Mulan Jameela, Denada, Neno Warisman, Jamal Mirdad, Muhammad Ihsan Tarore, Dwiki Darmawan, Astri Ivo, Krisdayanti. Menurut penulis, dengan memperlihatkan beberapa artis dan tokoh *public figure* sebagai pendukung Anies-Sandi dapat meningkatkan *citra* diri yang baik terhadap Anies.

3. Foto ‘*Selfie* Anies saat di program tv ‘Super Family 100’

Foto pada postingan ini merupakan foto *selfie* Anies bersama istrinya, Sandi, istri Sandi, Raffi Ahmad, dan juga Eko Patrio (lihat gambar 4.36). Postingan ini merupakan strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing* yang ditunjukkan melalui foto yang memperlihatkan Anies terlihat ramah dengan tersenyum dan juga melalui *caption* yang ditulis bahwa dirinya senang ketika berada di momen yang ada di foto tersebut. Pada *caption* tertulis bahwa foto tersebut diambil ketika proses syuting *taping* program acara televisi ‘Super Family’ 100 pada tanggal 6 April 2017.

Menurut penulis, dengan menunjukkan foto *selfie* bersama dengan artis dapat memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang baik, menyenangkan dan mudah berteman. Selain

itu, foto bersama artis juga memiliki kekuatan untuk mendapatkan rasa ketertarikan calon pemilih. Rasa tertarik yang didapat dari calon pemilih terhadap Anies-Sandi dapat berdampak pada potensi mendapatkan suara atau dukungan dari calon pemilih.



aniesbaswedan Bersenang-senang di tapping #SuperFamily100 kemarin, tunggu tanggal mainnya ya. :)

Gambar 4.36. Foto & *Caption* Postingan Selfie Anies saat proses syuting program tv ‘Super Family 100’

4. Foto ‘Promosi acara iNews TV’

Postingan ini menampilkan foto poster dari program acara televisi ‘Menanti Jawara Jakarta’ yang ditayangkan melalui *channel* iNews TV (lihat gambar 4.37). Postingan ini termasuk ke dalam taktik *self-enhancement* dikarenakan pada postingan ini berisi promosi acara yang dibintangi oleh Anies. Dengan mempromosikan acara yang dibintangi oleh Anies menjadi sebuah wadah dimana Anies dapat meningkatkan diri agar lebih dikenal dan disukai oleh calon pemilih. Selain itu, melalui program acara ini Anies juga dapat memperlihatkan dirinya sebaik mungkin agar dapat meningkatkan jumlah calon pemilih dirinya.



aniesbaswedan Mari saksikan 'Menanti Jawara Jakarta' di Inewstv sebentar lagi pukul 20:00.

Saya dan Bang Sandiaga Uno akan bertukar gagasan dengan Pak Basuki Tjahaja Purnama dan Pak Djarot Saiful Hidayat.

Jangan lupa #nontonbersama keluarga & kerabat di rumah. :)
#SalamBersama

Gambar 4.37. Foto & *caption* postingan promosi diri di program tv 'Menanti Jawara Jakarta' iNews TV

- Postingan tanggal 8 April 2017

1. Video 'Anies & Sandi nge-*rap*'

Pada postingan video ini merupakan salah satu dokumentasi ketika Anies dan Sandi saat di acara Blak Blakan dari detikcom. Pada video ini terlihat Anies dan Sandi diberi tantangan untuk menjawab pertanyaan dengan cara menge-*rap* (lihat gambar 4.38). Postingan ini termasuk ke dalam taktik *favor doing* yang dilakukan dengan cara pemilihan momen ketika Anies berada di acara Blak Blakan tersebut. Pemilihan momen tersebut yaitu dilakukan Anies dengan mengunggah video yang memperlihatkan dirinya dapat membuat orang yang menonton dirinya terhibur.

Taktik *favor doing* pada postingan ini ditunjukkan melalui sikap Anies pada video di postingan ini. Dalam video ini, Anies tidak terlihat lihai menge-*rap* dibandingkan Sandi, akan tetapi dengan aksinya saat menge-*rap* dapat membuat para *host* dan penonton tertawa. Melalui sikap Anies pada video di postingan ini yaitu seperti tersenyum, bersedia untuk menge-*rap* walaupun

tidak lhai, dan lainnya dapat memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang baik, humoris dan mudah berteman. Selain melalui video, *caption* yang ditulis pun terlihat lebih personal dan lebih bersahabat dengan menuliskan *emoticon* senyum “:)” (lihat gambar 4.38).



aniesbaswedan Siapa yang lebih keren ngerapnya? :)

#BlakBlakanAniesSandi via @detikcom

Gambar 4.38. *Screenshot Video & Caption* Postingan Anies & Sandi sedang menge-Rap di acara Blak Blakan

2. Video ‘Iklan program Jakarta Kece NET Tv’

Postingan ini berupa iklan program acara tv yaitu ‘Jakarta Kece’ dari NET Tv yang mendatangkan Anies-Sandi beserta lawannya yaitu Basuki-Djarot yang disiarkan pada tanggal 8 April 2017 pukul 20.00 WIB. Video ini termasuk ke dalam

strategi *ingratiation* dengan taktik *self-enhancement*. Hal tersebut ditunjukkan melalui promosi acara terhadap acara yang dibintangi oleh Anies. Promosi acara tersebut dilakukan Anies dengan mengunggah video iklan program tv ‘Jakarta Kece’ dari NET TV dan juga melalui *caption* yang ditulis.

Melalui video terlihat beberapa kompilasi potongan-potongan video mengenai Anies-Sandi dan Basuki-Djarot dan memperlihatkan Anies dan Basuki mengucapkan beberapa kata yang berupa ajakan untuk menonton program tersebut (lihat gambar 4.39). Sedangkan melalui *caption* yang ditulis Anies terlihat dari kata “*Malam ini jangan lupa saksikan #JakartaKece.*”. Dengan mempromosikan acara yang dibintanginya menjadi sebuah wadah dimana Anies dapat meningkatkan diri agar lebih dikenal dan disukai oleh calon pemilih. Selain itu, melalui program acara ini Anies juga dapat memperlihatkan dirinya sebaik mungkin agar dapat meningkatkan jumlah calon pemilih dirinya.





aniesbaswedan Malam ini jangan lupa saksikan #JakartaKece.

Enaknya saya dan Pak @basukibtp nanti adu rap atau adu gagasan ya? :)

.
.
.

Punya pertanyaan untuk kami?
Kirim video pertanyaanmu ke twitter @netmediatama dengan tagar #JakartaKece

Gambar 4.39. Screenshot Video & Caption Postingan Iklan program tv 'Jakarta Kece'

3. Video 'Perkataan Anies di program Mata Najwa'

Video pada postingan ini menampilkan beberapa kompilasi video dokumentasi Anies ketika turun lapang yang di-edit sedemikian rupa (lihat gambar 4.40). Kompilasi video tersebut menampilkan Anies sedang turun lapang, berkomunikasi dengan warga, Anies sedang berjabat tangan dan Anies tersenyum. Selain itu, *audio* pada video ini merupakan suara Anies sedang menjawab pertanyaan dari Najwa Shihab saat berada di program tv 'Mata Najwa' Metro TV. Pertanyaan yang diberikan tersebut adalah *"Jika terpilih apa rencana anda sebagai Gubernur untuk memulihkan lagi kerukunan berwarga khususnya kerukunan umat beragama?"*.





aniesbaswedan Jakarta adalah kota yang bhinneka, bagaimana merawat kebhinnekaan itu?

Ya, dengan menjangkau semua, membuka dialog dengan semua warganya.

Gambar 4.40. Screenshot Video & Caption Postingan Perkataan Anies di program tv 'Mata Najwa'

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claim* dikarenakan Anies memberikan pernyataan dan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Pernyataan tersebut itulah yang ditunjukkan Anies bahwa dirinya ingin dilihat sebagai sosok yang kompeten. Pernyataan yang diucapkan Anies berisi kata-kata yang bersifat motivasi, dan dapat meyakinkan calon pemilih bahwa dirinya mampu dan layak menjadi sebagai Gubernur DKI Jakarta selanjutnya. Berikut adalah jawaban Anies untuk pertanyaan tersebut yaitu:

“Gubernur menjangkau semua, bukan hanya menjalankan program. Tetapi merawat kebhinnekaan, memastikan hukum tegak untuk semua. Dan bisa berkomunikasi dengan siapa saja yang ada di Jakarta. Gubernur harus menjadi gubernur semuanya. Dan yang tidak kalah penting adalah memfasilitasi dialog. Ketika saya Gubernur, maka saya akan fasilitasi dialog, pihak-pihak yang berbeda. Baik itu sosial ekonomi atas bawah, ataupun pandangan ideologi kanan kiri. Saya jangkau

semuanya untuk komunikasi. Supaya apa?. Kota ini terus menjadi cermin, tidak ada kota lain lebih bhinneka dari Jakarta. Ketika saya Gubernur, justru saya menyadari kata-kata saya harus merekatkan, kata-kata saya justru harus membangun suasana persatuan. Untuk memastikan Jakarta tetap bhinneka, Jakarta tetap tegak hukum, dan suasana persatuan ada di Jakarta.”

4. Foto ‘Selfie Anies saat di NET TV’

Foto pada postingan ini merupakan foto *selfie* Anies bersama Sandi, Ahok, Djarot, Omes, dan Rahma (pembawa acara program ‘Jakarta Kece’ dan staf Net Media). Dalam postingan ini tidak terdapat *caption* sehingga penulis tidak mengetahui dengan jelas kapan dan pada momen apa foto ini diambil. Penulis berasumsi bahwa foto pada postingan ini diambil ketika proses siaran program acara tv ‘Jakarta Kece’ yang ditayangkan pada tanggal 8 April 2017 pukul 20.00 WIB dengan melihat pakaian yang digunakan dan *background* foto di studio NET TV (lihat gambar 4.41).

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Hal tersebut ditunjukkan melalui foto yang memperlihatkan Anies terlihat ramah dengan tersenyum (lihat gambar 4.41). Selain itu juga foto pada postingan ini memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang baik dan mudah berteman dikarenakan pada foto ini Anies berfoto dengan lawannya dalam Pilkada yaitu Basuki-Djarot (lihat gambar 4.41). Foto bersama artis memiliki kekuatan untuk

mendapatkan ketertarikan calon pemilih terhadap Anies-Sandi dan juga mendapatkan suara dari calon pemilih.



Gambar 4.41. Foto *Selfie* Anies dan lainnya saat di NET TV

- Postingan tanggal 9 April 2017

1. Foto ‘Anies berada di kerumunan warga Warakas’

Pada postingan ini Anies mengunggah foto yang memperlihatkan dirinya sedang berada di dalam kerumunan warga Warakas, Tanjung Priok. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing* yang dilakukan dengan cara yaitu pemilihan foto yang diunggah dan *caption* yang ditulis. Melalui foto, taktik tersebut ditunjukkan melalui sikap Anies yang menunjukkan ekspresi wajah Anies pada foto ini yang terlihat senang dengan tersenyum walaupun Anies harus berdesak-desakan dengan warga (lihat gambar 4.42).

Sedangkan melalui *caption*, Anies menuliskan bahwa dirinya merasa senang ketika bersama warga-warga Warakas (lihat gambar 4.42). Melalui foto dan *caption* pada postingan ini dilakukan agar dapat disukai oleh calon pemilih. Menurut

penulis, melalui postingan ini dapat memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang baik, terbuka, dan sosok yang *humble* terhadap siapapun termasuk para warga. Dengan menunjukkan kesan tersebut, postingan ini dapat meningkatkan citra diri Anies yang kemudian berimbas ke peningkatan suara dari calon pemilih.

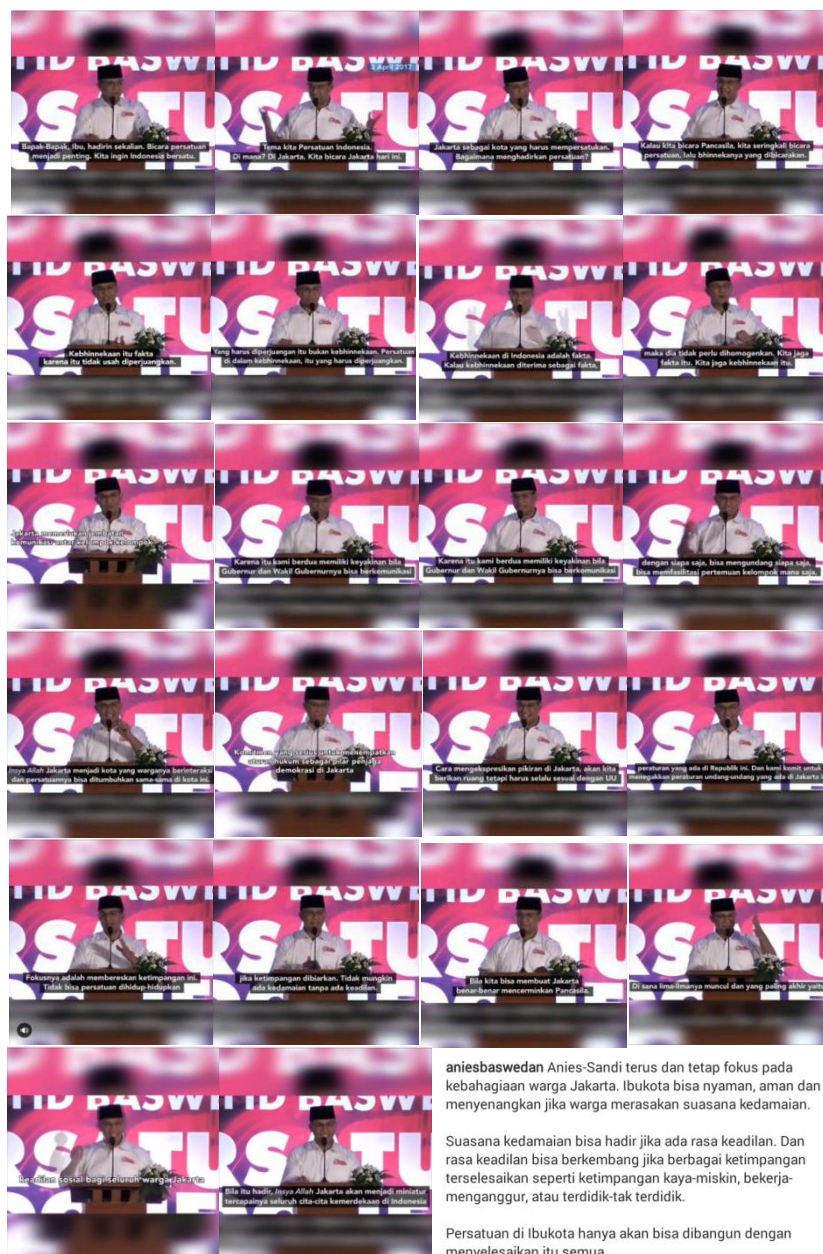


aniesbaswedan Bahagia bersama teman-teman di Warakas. :)

Gambar 4.42. Foto & *Caption* Postingan Anies berada di kerumunan warga Warakas

2. Video ‘Anies berpidato’

Pada postingan ini terdapat tiga unggahan video yang ketiganya menampilkan Anies sedang berpidato (lihat gambar 4.43). Pada video unggahan kedua merupakan lanjutan dari video unggahan pertama. Kemudian video unggahan ketiga merupakan lanjutan dari video unggahan kedua. Penulis tidak dapat menebak dan mengetahui dimana Anies berpidato pada ketiga video di postingan ini. Isi pidato pada ketiga video di postingan ini membahas tentang persatuan dan kedamaian. Pada pidato ini, Anies mengenakan pakaian yang khas yang dikhususkan untuk kampanye yaitu kemeja putih dan peci (lihat gambar 4.43).



Gambar 4.43. Screenshot Video & Caption Postingan Pidato Anies mengenai Persatuan

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *exemplification* dengan taktik *militancy*. Taktik tersebut dilakukan melalui ucapan atau isi dari pidato Anies pada video dan juga tulisan pada *caption*. Pilihan kata-kata baik dari ucapan Anies pada pidato maupun *caption* yang ditulis Anies pada postingan ini terkesan bahwa Anies ingin menunjukkan bahwa dirinya

merupakan sosok yang bermoral positif, berintegritas dan dapat dijadikan contoh. Hal tersebut ditunjukkan melalui klaim yang diucapkan Anies bahwa dirinya dan wakilnya berkomitmen untuk mampu mewujudkan keinginan warga Jakarta yang damai. Berikut adalah ungkapan Anies pada pidato di postingan ini, yaitu:

“Bapak-bapak, Ibu, hadirin sekalian. Bicara persatuan menjadi penting. Kita ingin Indonesia bersatu. Tema kita Persatuan Indonesia. Dimana? Di Jakarta. Kita bicara Jakarta hari ini. Jakarta sebagai kota yang mempersatukan. Bagaimana menghadirkan persatuan? Kalau kita bicara Pancasila, kita seringkali bicara persatuan, lalu Bhinneka-nya yang dibicarakan. Kebhinnekaan itu fakta karena itu tidak usah diperjuangkan. Yang harus diperjuangkan itu bukan kebhinnekaan. Persatuan di dalam kebhinnekaan itu yang harus diperjuangkan. Kebhinnekaan di Indonesia adalah fakta. Kalau kebhinnekaan diterima sebagai fakta, maka dia tidak perlu dihomogenkan. Kita jaga fakta itu. Kita jaga kebhinnekaan itu. Jakarta memerlukan jembatan komunikasi antar kelompok-kelompok. Karena itu kami berdua memiliki keyakinan bila Gubernur dan Wakil Gubernurnya bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bisa mengundang siapa saja, bisa memfasilitasi pertemuan kelompok mana saja, Insya Allah Jakarta menjadi kota yang warganya berinteraksi dan persatuannya bisa ditumbuhkan sama-sama di kota ini. Komitmen yang serius untuk menempatkan aturan hukum sebagai pilar penjaga demokrasi di Jakarta. Cara mengekspresikan pikiran di Jakarta akan kita berikan ruang tetapi harus selalu sesuai dengan Undang-undang, peraturan yang ada di Republik ini. Dan kami komit untuk menegakkan peraturan undang-undang yang ada di Jakarta ini. Fokusnya adalah membereskan ketimpangan ini. Tidak bisa persatuan dihidup-hidupkan jika ketimpangan dibiarkan. Tidak mungkin ada kedamaian tanpa ada keadilan. Bila kita bisa membuat Jakarta benar-benar mencerminkan Pancasila. Disana lima-limanya muncul dan yang paling akhir yaitu keadilan sosial bagi seluruh warga Jakarta. Bila itu hadir, Insya Allah Jakarta akan menjadi miniatur tercapainya seluruh cita-cita kemerdekaan di Indonesia.”

- Postingan tanggal 10 April 2017

1. Video ‘Pernyataan Anies mengenai Pendidikan’

Pada postingan ini Anies mengunggah video yang berisi tentang pendidikan. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *exemplification* dengan taktik *militancy*. Hal tersebut ditunjukkan melalui pemilihan foto dan potongan video yang dijadikan video pada postingan ini. Pada video di postingan ini menampilkan beberapa video kompilasi Anies-Sandi dan anak-anak sekolah yang diedit sedemikian rupa. Baik dari kompilasi video dan audio pada postingan ini berkaitan dengan pendidikan.

Kompilasi video tersebut berisi video anak-anak sekolah, video Anies sedang mengunjungi warga, video Anies dan Sandi di sebuah acara, foto Anies sedang di Jepang dan foto Anies di acara *The Forum Young Global Leaders* (lihat gambar 4.44). Pemilihan foto dan video yang dijadikan video kompilasi tersebut memberikan kesan bahwa Anies sangat peduli terhadap pendidikan di Indonesia terutama di Jakarta. Hal tersebut juga mengingatkan bahwa perannya yang pernah menjadi Menteri Pendidikan.

Ucapan Anies (audio) dan *caption* (lihat gambar 4.44) pada postingan ini memberikan kesan bahwa dirinya merupakan sosok yang berintegritas, memiliki intelektualitas yang tinggi, dan dapat dijadikan contoh. Ucapan Anies (audio) pada

postingan ini merupakan ucapan Anies mengenai pendidikan, yaitu:

“Pendidikan kita bukan saja mencerdaskan, bukan saja menambah pengetahuan, tetapi pendidikan kita juga menciptakan atau menghasilkan orang-orang yang bisa mendapatkan peluang lebih baik. Peluang itu punya konsekuensi pada tingkat kesejahteraan lebih baik. Pendidikan itu adalah instrumen rekayasa sosial. Siapa dididik apa hari ini, menentukan siapa duduk dimana besok. Pendidikan menjadi eskalator sosial ekonomi. Mereka bukan siapa-siapa, kuliah lalu terbuka peluang menjadi middle class bahkan upper class Indonesia.”



aniesbaswedan Pendidikan adalah eskalator sosial ekonomi.

Siapa dididik apa hari ini, menentukan siapa duduk di mana besok.

Siapa yang teman-teman pilih 19 April nanti akan menentukan terwujudnya eskalator tersebut.

Gambar 4.44. *Screenshot* Video & *Caption* Postingan Pernyataan Anies mengenai Pendidikan

2. Foto ‘Anies menikmati minuman khas Indonesia’

Pada postingan ini, Anies mengunggah tiga foto yang memperlihatkan dirinya sedang menikmati minuman (lihat gambar 4.45). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut dilakukan melalui pemilihan foto yang diunggah. Pemilihan foto tersebut dilakukan dengan mengunggah ketiga foto yang memberikan kesan bahwa Anies bersikap *low profile* dengan mau menikmati minuman khas Indonesia yang dijual oleh pedagang keliling dan berada di tengah-tengah warga.

Foto-foto tersebut yaitu foto Anies sedang menikmati dua jajanan Indonesia yaitu es cincau dan es selendang mayang yang terlihat pada foto unggahan pertama dan unggahan kedua (lihat gambar 4.45). Sedangkan pada foto unggahan ketiga, Anies sedang menikmati minuman es kelapa atau air kelapa bersama istrinya. Pada foto unggahan ketiga ini Anies memperlihatkan sisi romantis dengan menunjukkan Anies meminum air kelapa dalam satu batok yang sama bersama istrinya. Melalui ketiga foto pada postingan ini, memberikan

kesan bahwa Anies merupakan sosok yang baik, *low-profile* dan romantis.



aniesbaswedan Panas-panas begini enakya...? :)

Gambar 4.45. Foto & *caption* postingan Anies menikmati minuman khas Indonesia

3. Foto ‘Penandatanganan kontrak politik Anies dengan JRMK & UPC’

Pada postingan ini Anies mengunggah tiga foto yang menunjukkan Anies sedang dalam sebuah acara penandatanganan kontrak politik antar Anies dengan Jaringan Rakyat Miskin Kota (JRMK) Jakarta dan *Urban Poor Consortium* (UPC) (lihat gambar 4.46). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*. Klaim pada postingan ini berupa penandatanganan kontrak politik ini merupakan janji Anies bahwa dirinya mampu menjalankan apa yang disetujui pada kontrak tersebut.



aniesbaswedan Menandatangani kontrak politik dengan teman-teman Jaringan Rakyat Miskin Kota (JRMK) Jakarta dan Urban Poor Consortium (UPC).

Mereka sudah berulang kali merasakan tanda tangan tak terlaksana, tapi teman-teman tak putus asa. Karena teman-teman adalah yang berusaha tanpa henti, meneruskan tradisi perjuangan ini.

Ini tugas besar, mohon bantu kawal terus, ingatkan, dan koreksi kalau kami salah nantinya. Karena kami adalah bagian dari teman-teman. Anies-Sandi bagian dari kalian. Pekerjaan mengubah ini bukan kerja keras satu-dua orang tapi kerja bersama.

Gambar 4.46. Foto & *caption* postingan penandatanganan kontrak politik Anies dengan JRMK & UPC

4. Video ‘Anies-Sandi saat di program tv ‘Jakarta Kece’

Video pada postingan ini merupakan potongan ketika Anies dan Sandi melakukan *stand-up* di acara program tv ‘Jakarta Kece’ NET Tv disiarkan pada tanggal 8 April 2017 pukul 20.00 WIB (lihat gambar 4.47). Pada awal video ini, Anies akan memulai *stand-up* dan meminta para penonton untuk tertawa. Jeda setelah Anies meminta para penonton tertawa, tiba-tiba Basuki tertawa. Dengan aksi tersebut membuat para penonton tertawa. Menurut penulis, Anies memilih potongan video tersebut dikarenakan ingin menunjukkan bahwa dirinya dan Basuki memiliki hubungan yang baik.

Setelah itu terlihat adanya *scene* yang dipotong ketika Anies ber-*stand-up*, kemudian muncul salah satu potongan Anies ber-*stand-up* yang membahas tentang dirinya yang berani hadir di program acara tv ‘Dangdut Academy’. Dalam perkataannya tersebut menunjukkan taktik *self-enhancement*. Akan tetapi, postingan ini cenderung termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing* dikarenakan postingan

ini baik dari video maupun *caption* memperlihatkan sikap baik Anies. Melalui video, Anies menunjukkan sikap yang ramah, humoris dan mencoba menghibur dengan memberikan sesuatu yang dapat membuat orang lain tertawa. Sedangkan pada *caption*, Anies menuliskan kata “*Teman-teman, tolong tertawa ya...*” dan menuliskan *emoticon* “:D” (tertawa) yang menunjukkan bahwa dirinya bersikap baik, ramah dan bersahabat (lihat gambar 4.47).



aniesbaswedan Teman-teman, tolong tertawa ya... :D

.

.

.

#JakartaKece di @netmediatama

Gambar 4.47. *Screenshot Video & Caption* Postingan Anies-Sandi di program tv ‘Jakarta Kece’

- Postingan tanggal 11 April 2017

1. Video ‘Tweet Jahat’

Postingan ini merupakan video yang berisi tentang ‘*Tweet Jahat*’ yang dimana Anies menjawab atas cuitan (*tweet*) jahat yang dikirimkan pada akun *Twitter* milik Anies. Pada setiap postingan video *Tweet Jahat* dimulai dengan gambar 4.48 yang terdapat emoticon atau emoji wajah seorang yang tertawa. Selain itu, audio pada video ini merupakan suara Anies yang mengatakan ‘*Mohon bersabar ini ujian. Mohon ditahan, emosi mohon ditahan emosi*’. Hal-hal tersebut terkesan bahwa video ini merupakan video yang hanya sekedar untuk bercanda atau hiburan.



Gambar 4.48 Gambar *Opening* Video ‘*Tweet Jahat*’

Pada postingan ini, Anies menjawab cuitan jahat yang dikirimkan oleh akun *Twitter* Julvan Jovina (@julvanjovina) yang berisi “*ngebet banget jadi gub (baca: gubernur), tidak konsisten, mending jualan obat nyamuk*”. Video *Tweet Jahat* pada postingan ini memunculkan kompilasi dua video yang membahas satu tema dan dipisahkan melalui gambar 4.49. Setelah memunculkan gambar 4.48, video ini dilanjutkan dengan

memunculkan kompilasi video pertama lalu muncul gambar 4.49, kemudian memunculkan kompilasi video kedua yang merupakan lanjutan dari video pertama (lihat gambar 4.50).



Gambar 4.49. Gambar yang memisahkan kedua video

Video pertama tersebut menampilkan Anies menjawab cuitan jahat yaitu *“Dulu, saya pernah jualan obat nyamuk, tapi kurang laku. Ternyata masalah utama di Jakarta bukan nyamuk, masalah utamanya adalah kurangnya lapangan pekerjaan, pendidikan, kebutuhan pokok yang harganya tidak terjangkau”*. Kemudian seorang laki-laki yang duduk disebelah Anies menjawab *“Et, bapak kampanye mulu”*. Setelah itu Anies menjawab *“Namanya juga ngebet”* yang membuat dirinya dan para *crew* tertawa.

Sedangkan pada video kedua menampilkan lanjutan dari ucapan seorang laki-laki disebelah Anies yang mengucapkan *“Et, bapak kampanye mulu”*. Kemudian Anies terdiam sejenak dan mengatakan *“Nekat nih”*. Perkataan Anies tersebut membuat orang laki-laki disebelahnya kaget dan sedikit merasa takut, dan juga membuat para *crew* tertawa. Postingan ini termasuk ke dalam taktik *favor doing* dikarenakan secara keseluruhan video ini menunjukkan bahwa Anies bersikap

ramah, tidak kaku, mudah berteman terutama terhadap para crew saat proses syuting. Akan tetapi, video ‘Tweet Jahat’ ini juga memiliki strategi *exemplification* dengan strategi *self-denial* yang dimana Anies mencoba untuk menolak rumor atau cuitan jahat yang dikemas dengan candaan.



aniesbaswedan Ada yang lebih jahat dari #tweetjahat ini? :)

Gambar 4.50. Screenshot Video & Caption Postingan ‘Tweet Jahat’

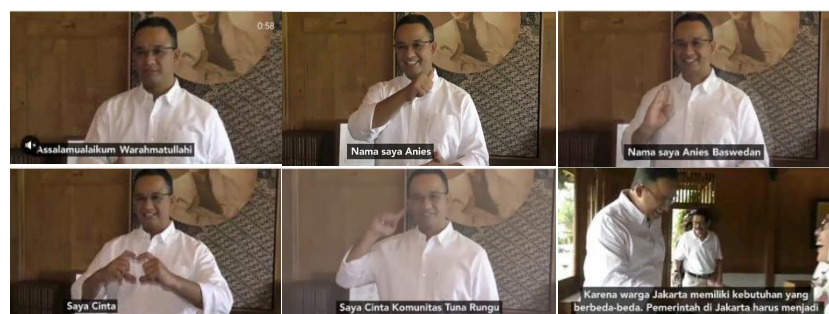
2. Video ‘Anies kunjung komunitas tuna rungu’

Postingan ini merupakan video berisi dokumentasi Anies saat mengunjungi komunitas tuna rungu di Jakarta. Video

dimulai dengan memunculkan Anies sedang mengucapkan, “*Assalamualaikum Warahmatullahi wa Barakatuh. Nama saya Anies Baswedan. Saya cinta Komunitas Tuna Rungu*” menggunakan bahasa isyarat (lihat gambar 4.51). Kemudian video dilanjutkan dengan kompilasi video kegiatan Anies saat berkunjung ke Komunitas Tuna Rungu yang diisi dengan audio dan diedit dengan sedemikian rupa (lihat gambar 4.51).

Postingan ini cenderung termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*. Taktik tersebut ditunjukkan *caption* yang ditulis (lihat gambar 4.51). Klaim tersebut menyebutkan dirinya dan wakilnya berkomitmen akan melibatkan warga yang berkebutuhan khusus dalam melaksanakan kebijakan saat dirinya dan wakilnya terpilih menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Jakarta 2017. Ucapan klaim Anies pada video ini yaitu:

“Karena warga Jakarta memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Pemerintah di Jakarta harus menjadi pemerintah bagi setiap warga Jakarta bukan sebagian warga. Karena itu kami merasa kehadiran teman-teman semua mengingatkan kita bahwa Jakarta harus menjadi milik semua. Jakarta harus memberikan kesempatan yang sama bagi semua. Termasuk bagi saudara-saudara kita yang memiliki kebutuhan khusus.”





aniesbaswedan Bersilaturahmi dengan teman-teman komunitas tuna rungu di Jakarta.

Jakarta harus menjadi milik semua warganya, memberikan kesempatan yang sama bagi semua.

Anies-Sandi berkomitmen melibatkan teman-teman berkebutuhan khusus dalam merumuskan kebijakan pemerintah daerah yang ramah difabel.

Gambar 4.51. *Screenshot Video & Caption* Postingan Anies kunjungi Komunitas Tuna Rungu

3. Video ‘Iklan #MajuBersama’

Postingan ini merupakan video iklan kampanye Anies-Sandi yang mengajak warga Jakarta untuk mencoblos Anies-Sandi. Postingan ini termasuk ke dalam *self-promotion* dengan taktik *performance claims*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui klaim terhadap beberapa program yang diajukan Anies-Sandi seperti program OK OCE dan lainnya yang disajikan melalui video yang telah diedit sedemikian rupa hingga terlihat menarik. Penyajian video tersebut dilakukan dengan memperlihatkan bagaimana warga Jakarta mulai dari anak-anak, anak sekolah, remaja, keluarga, pekerja, hingga pengusaha terlihat bahagia (lihat gambar 4.52).

Melalui video (baik dari gambar dan audio) dan juga *caption* pada postingan ini memberikan kesan bahwa warga Jakarta dapat bahagia jika berani melangkah maju bersama Anies-Sandi sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta di masa yang akan datang. Kesan tersebut juga berdampak pada kesan atau citra diri Anies yang kompeten, dan mampu menjalani program-program yang diajukan Anies-Sandi ketika dirinya terpilih sebagai Gubernur DKI Jakarta 2017. Taktik tersebut juga dilakukan melalui *caption* yang bertuliskan *hashtag* ‘#MajuBersama’ yang merupakan slogan yang digunakan dan menjadi ciri khas Anies-Sandi dalam berkampanye.





aniesbaswedan Jakarta, ayo bersiap melangkah
#MajuBersama!

Gambar 4.52. *Screenshot* Video & *Caption* Postingan Iklan Kampanye Anies-Sandi

4. Foto ‘Anies sedang menggendong bayi warga’

Pada postingan ini Anies mengunggah foto dirinya yang sedang menggendong seorang bayi. Dalam postingan ini Anies menuliskan Kampung Aquarium pada fitur ‘*add location*’ di postingan ini sehingga penulis berasumsi bahwa foto pada postingan ini diambil ketika Anies berada di Kampung Aquarium. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui foto dan juga melalui *caption* yang dimana Anies memberikan do’a untuk bayi tersebut (lihat gambar 4.53).

Taktik *favor doing* tersebut ditunjukkan melalui foto yaitu dengan memperlihatkan sikap Anies yang sedang menggendong bayi dari seorang warga. Menurut penulis, dengan menunjukkan sikap tersebut memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang baik, ramah, terbuka, *low-profile* dan mudah

berteman dengan menunjukkan Anies mau menggendong bayi dari seorang warga. Selain itu, postingan ini juga dapat menarik perhatian atau ketertarikan calon pemilih terhadap Anies yang berdampak pada pilihan suara.



aniesbaswedan Bayi mungil ini namanya Muhammad Anies Sandi, usianya hampir 2 bulan. Dipanggilnya Asa.
Mudah-mudahan menjadi anak yang soleh, anak yang bermakna bagi dirinya dan orangtuanya.
Mudah-mudahan anak ini memiliki masa depan bahagia, tidak harus mengalami apa yang dialami orangtuanya.

Gambar 4.53. Foto dan *caption* postingan Anies sedang menggendong bayi warga

- Postingan tanggal 12 April 2017

1. Video ‘Anies-Sandi saat di program tv ‘Jakarta Kece’

Pada postingan ini merupakan potongan video saat Anies ber-*stand-up* di program tv ‘Jakarta Kece’ yang disiarkan pada tanggal 8 April 2017 pukul 20.00 WIB (lihat gambar 4.54). Pada potongan video di postingan ini Anies sedang menjelaskan salah satu materi *stand-up* yang membahas bagaimana Anies mengetahui kata “*bingits*” yang saat ini sering digunakan oleh warga terutama anak muda. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiion* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut dilakukan melalui cara pemilihan potongan video yang diunggah pada postingan ini.

Pemilihan potongan video tersebut dilakukan Anies dengan memilih video yang menunjukkan dirinya bersikap baik dengan mau ber-*stand-up* dan dapat membuat para penonton tertawa.

Selain itu, pada video ini dan *caption* menunjukkan bahwa Anies mengakui dirinya saat ini mengetahui dan mengikuti perkembangan masa kini atau *trend* saat ini terutama aplikasi *social media* dikarenakan mengikuti Pilkada DKI Jakarta 2017. Hal tersebut memberikan kesan bahwa Anies menjangkau pemilih yang berusia muda.



aniesbaswedan Gara-gara pilkada, saya jadi update bingits soal aplikasi media sosial.

Aplikasi apa yang pertama kali teman-teman update setiap pagi? :) #JakartaKece

Gambar 4.54. *Screenshot Video & Caption* Postingan Anies-Sandi di program tv 'Jakarta Kece'

2. Foto ‘Anies sedang menjenguk Novel’

Pada postingan ini Anies mengunggah tiga foto yang terlihat Anies sedang di dalam sebuah ruangan rumah sakit untuk mengunjungi/menjenguk saudara sepupu Anies yaitu Novel. Menurut tulisan dari *caption*, Novel masuk rumah sakit dan diberangkat ke Singapura untuk melakukan pengobatan matanya yang terkena air keras (lihat gambar 4.55). Melalui foto dan *caption* pada postingan ini terlihat Anies memberikan dukungan, dorongan dan do’a untuk Novel yang merupakan bentuk dari sikap baik Anies. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*.



aniesbaswedan Barusan pesawat yang membawa Novel, sepupu kami, berangkat ke Singapura untuk melanjutkan pengobatan terhadap matanya yang terkena siraman air keras oleh penyerang tak bertanggung jawab. Air keras itu sempat masuk, terutama ke dalam mata kirinya.

Novel adalah pejuang tangguh tak kenal takut. Ia sadar akan konsekuensi perjuangannya. Kejadian seperti ini hanya akan membuat ia dan keluarga semakin teguh berjuang.

Kemarin saja, Novel tetap bercanda: "Bang, sekarang udah bisa makan enak nih". Saya jawab: iyalah, wong dari subuh nggak makan. Lalu dia katakan, "Bang ini semua sudah ditakdirkan. Ana memang sdh ditakdirkan sakit hari ini, jadi dijalani saja. InsyaAllah kita maju terus." Itu semua dikatakan sambil tetap senyum Kami menerima banyak pesan dukungan dari seluruh Indonesia. Beberapa bahkan menyatakan kerelaan menyumbangkan matanya untuk mengganti mata Novel bila ia mengalami kebutaan permanen. Dukungan yang sangat berarti baginya dan keluarga.

Mohon doakan Novel dan keluarga, agar ia dipulihkan dan makin dikuatkan dalam melanjutkan perjuangan. Karena memang ia akan terus berjuang...

Gambar 4.55. Foto & *caption* postingan Anies sedang menjenguk Novel

3. Video ‘Iklan kampanye Anies-Sandi’

Postingan ini merupakan video iklan kampanye Anies-Sandi yang berisi lagu yang dinyanyikan oleh beberapa artis. Artis-artis tersebut antara lain Raffi Ahmad, Nagita Slavina, Denada Tambunan, Ustadz Solmed, Ihsan Tarore dan lain-lain. Selain artis, pada video ini juga terdapat beberapa relawan atau pendukung Anies-Sandi. Video ini dimulai dengan gambar 4.56 yang merupakan salah satu bagian atau potongan foto pertama yang dibagi menjadi sembilan postingan (lihat gambar 4.56). Kesembilan potongan gambar tersebut merupakan poster untuk mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB.



Gambar 4.56. Gambar potongan foto postingan pertama dari sembilan gambar / postingan

Kemudian video dilanjutkan dengan menampilkan berbagai lokasi di Jakarta seperti patung Monas, toko OK OCE, patung Monumen Pembebasan Irian Jaya dan lainnya (lihat gambar 4.57). Selain itu, pada video ini juga menampilkan tarian dari beberapa relawan/pendukung Anies-Sandi, tarian dan nyanyian

oleh para artis (lihat gambar 4.57). Menurut penulis, postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance accounts*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui video yang menunjukkan bahwa disekitar Anies ada beberapa artis yang mendukungnya.





aniesbaswedan Tadinya saya dan Bang @sandiuno mau ikut nyanyi, tapi ternyata ngerap susah juga ya... #GubernurGu3

Gambar 4.57. Screenshot Video & Caption Postingan Iklan Kampanye Anies-Sandi

Menurut penulis, dengan memperlihatkan beberapa artis dan tokoh *public figure* sebagai pendukung Anies-Sandi dapat meningkatkan *citra* diri yang baik terhadap Anies. Selain itu juga, dengan memperlihatkan beberapa artis dan tokoh *public figure* dapat menjadi pegangang kuat untuk mendapatkan ketertarikan calon pemilih terhadap Anies-Sandi dan juga mendapatkan suara dari calon pemilih. Penulis menginterpretasikan bahwa melalui video ini Anies ingin menunjukkan bahwa dirinya berkompeten menjadi pemimpin dikarenakan adanya beberapa orang yang mempercayai dan mengandalkan dirinya agar menjadi Gubernur DKI Jakarta selanjutnya.

Selain itu, video pada postingan ini berisikan lagu yang ditunjukkan untuk mendukung dan memilih Anies-Sandi dengan menggunakan kaus bertulis angka tiga dalam berbagai bahasa dan terus menyebutkan angka tiga pada lirik. Lirik lagu pada video ini yaitu:

*“Sabang sampai Merauke, berbagai keyakinan.
Suku, budaya. Pilih 3 ya 3.
Tinggalnya di Jakarta. Cinta damai bersatu.*

*Semua pasti memilih 3 ya 3.
Kenapa saling benci, lo kenapa saling maki,
Jakarta punya bersama, kita hidup disini.
Kita beda tapi bersatu untuk Indonesia.
Kota Jakarta sungguh gak ada duanya.
Lo pilih siapaaa?
Tiga ya tiga....
Sabang sampai Merauke, berbagai keyakinan.
Suku, budaya. Pilih 3 ya 3.
Tinggalnya di Jakarta. Cinta damai bersatu.
Semua pasti memilih 3 ya 3.
Sabang sampai Merauke, berbagai keyakinan.
Suku, budaya. Pilih 3 ya 3.
Tinggalnya di Jakarta. Cinta damai bersatu.
Semua pasti memilih 3 ya 3.
Tiga ya tiga....”*

4. Foto ‘Program kampanye Anies-Sandi’

Pada postingan ini, Anies mengunggah lima foto yang berisi potongan foto poster acara debat pilkada dan foto poster-poster program yang diajukan Anies-Sandi. Pada foto unggahan pertama merupakan salah satu bagian atau potongan foto pertama yang dibagi menjadi sembilan postingan (lihat gambar 4.58). Kesembilan potongan gambar tersebut merupakan poster untuk mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB. Sedangkan foto unggahan kedua hingga kelima merupakan foto poster yang berisi program-program yang diajukan Anies-Sandi (lihat gambar 4.59)



Gambar 4.58. Gambar potongan foto postingan kedua dari sembilan gambar / postingan

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*. Hal tersebut berhubungan dengan program-program yang diajukan Anies-Sandi seperti Pendidikan Berkualitas Hingga Tuntas, OK OCE: Punya Usaha Sendiri, OK OTrip: Dengan Tiket Terusan Rp 5.000 Sekali Jalan; dan program DP 0: Hunian Rakyat Terjangkau. (lihat gambar 4.59). Program kampanye yang diajukan Anies-Sandi merupakan klaim atau pernyataan bahwa Anies dan Sandi mampu menjalaninya jika dirinya terpilih sebagai DKI Jakarta 2017.



Gambar 4.59. Foto & caption postingan program kampanye Anies-Sandi

5. Video ‘Program DP 0 (DP Nol)’

Postingan ini merupakan video mengenai penjelasan tentang salah satu program yang diajukan Anies-Sandi yaitu program DP 0 (baca: de-pe nol). Postingan ini dibuka dengan salah satu potongan foto yang terbagi menjadi sembilan postingan (lihat gambar 4.60). Melalui salah satu potongan foto yang dibagi menjadi sembilan postingan tersebut merupakan upaya mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB. Kemudian, video dilanjutkan dengan video animasi yang dibuat oleh Chiki Fawzi (akun *Instagram* @ChikiFawzi) seperti yang ditulis dalam *caption* (lihat gambar 4.61).



Gambar 4.60. Gambar potongan foto postingan ketiga dari sembilan gambar / postingan

Video animasi dalam postingan ini dibuat semenarik mungkin dengan memberikan data tentang pembuatan rumah di Jakarta, warga Jakarta yang tidak memiliki rumah sendiri, DP rumah yang mahal dan lainnya (lihat gambar 4.61). Selain itu, pada akhir video terdapat kalimat (melalui audio) “*Wajar gak kalo akhirnya mas Anies dan bang Sandi memikirkan caranya*

supaya semakin banyak warga Jakarta yang bisa punya rumah?. Sudah menjadi tugas seorang pemimpin bukan untuk mencari solusi bagi masalah warganya?” yang terkesan bahwa video ini ingin membuat calon pemilih menganggap Anies & Sandi dapat menjadi pemimpin yang baik.

Melalui postingan ini, video tersebut terkesan untuk mempromosikan diri. Promosi diri tersebut terlihat dari bagaimana penyampaian mengenai program kampanye yang diajukan oleh Anies-Sandi melalui gambar (video) dan audio yang telah diedit sedemikian rupa. Penulis menginterpretasikan bahwa program DP 0 yang diajukan Anies-Sandi tersebut merupakan sebuah klaim Anies bahwa dirinya mampu untuk menjalankan program tersebut jika dirinya terpilih sebagai Gubernur DKI Jakarta 2017. Sehingga, postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*.





Gambar 4.61. *Screenshot Video & Caption* Postingan Video Iklan Kampanye Program DP 0

6. Foto ‘Program kampanye Anies-Sandi’

Pada postingan ini, Anies mengunggah lima foto yang terdapat empat foto poster mengenai program kampanye Anies-Sandi. Pada foto unggahan pertama, foto tersebut merupakan salah satu bagian atau potongan dari satu foto yang dibagi menjadi sembilan postingan (lihat gambar 4.62). Melalui salah satu potongan foto yang dibagi menjadi sembilan postingan tersebut merupakan upaya mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB. Sedangkan pada foto unggahan kedua hingga kelima merupakan foto-foto poster mengenai program kampanye Anies-Sandi (lihat gambar 4.63).



Gambar 4.62. Gambar potongan foto postingan ketiga dari sembilan gambar / postingan

Melalui foto-foto poster yang berisi program kampanye yang diajukan Anies-Sandi menjadikan postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*. Program kampanye yang diajukan Anies-Sandi merupakan klaim atau pernyataan bahwa Anies dan Sandi mampu menjalaninya jika dirinya terpilih sebagai DKI Jakarta 2017. Program tersebut diantaranya adalah Perempuan Jakarta Mandiri & Terlindungi, Kesetaraan Warga Difabel, Guru PAUD Sejahtera dan Bahagia; dan program Jakarta Kota Berbudaya (lihat gambar 4.63).



Gambar 4.63. Foto & Caption Postingan Program Kampanye Anies-Sandi

7. Video ‘Anies-Sandi saat di program tv ‘Jakarta Kece’

Postingan ini merupakan video potongan ketika Anies menjadi bintang tamu di program tv ‘Jakarta Kece’ yang disiarkan pada tanggal 8 April 2017 pukul 20.00 WIB. Video ini dibuka dengan salah satu potongan gambar dari satu foto yang dibagi menjadi sembilan postingan (lihat gambar 4.64). Melalui

salah satu potongan foto yang dibagi menjadi sembilan postingan tersebut merupakan upaya mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB.



Gambar 4.64. Gambar potongan foto postingan ketiga dari sembilan gambar / postingan

Pada video di postingan ini, terlihat bahwa Anies dan Sandi diberikan tantangan untuk ber-*stand-up* atau membuat lelucon (lihat gambar 4.65). Dalam video, Anies mengatakan bahwa dirinya sering melihat anak-anak era zaman saat ini memegang *handphone* lalu sering mengatakan ‘*swipe* ke kanan’ dan bingung maksud dari kata ‘*swipe* ke kanan’ tersebut. Kemudian dirinya mengetahui bahwa anak-anak tersebut sedang bermain aplikasi *Tinder* dan mengaku bahwa dirinya ingin men-*download* aplikasi tersebut. Akan tetapi, setelah mengetahui fungsi dari aplikasi *Tinder* yang pada akhirnya tidak dilakukannya dengan mengucapkan, “Ah sudahlah, kita udah cukup fitnah, udah cukup gosip, ga usah nambah pake *Tinder* lagi” yang membuat para penonton tertawa.



aniesbaswedan Ingat ya teman-teman, tanggal 19 April nanti swipe tangan ke kanan baru coblos. :)

#JakartaKece

Gambar 4.65. Screenshot Video & Caption Postingan Anies-Sandi di program tv 'Jakarta Kece'

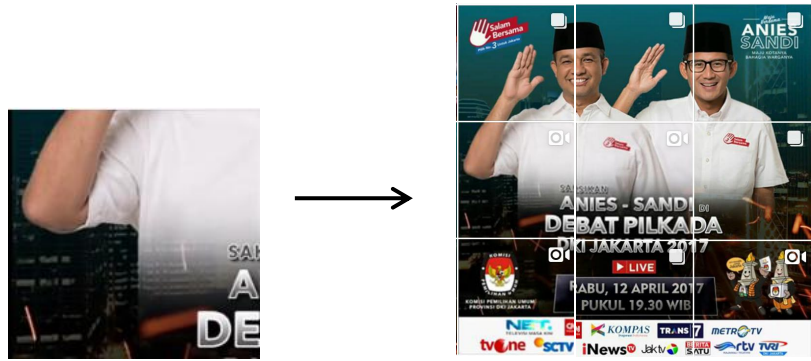
Video ini sebagai salah satu untuk mempromosikan dirinya dengan menggunakan kata 'swipe ke kanan'. Penggunaan kata tersebut terlihat dari *caption* yang ditulis pada postingan ini yang tertulis "Ingat ya teman-teman, tanggal 19 April nanti swipe tangan ke kanan baru coblos. :)". Maksud dari *swipe* tangan ke kanan adalah menggeser tangan ke sebelah kanan

yaitu ke posisi kolom di kertas pencoblosan Anies-Sandi yang berada di sebelah kanan.

Selain itu, pada video di postingan ini memberikan kesan bahwa Anies juga merupakan sosok manusia biasa yang sama seperti lainnya yang mulai mencoba mengikuti perkembangan zaman terutama perkembangan teknologi. Hal tersebut terlihat ketika Anies menyampaikan bahwa dirinya ingin mencoba untuk men-*download* aplikasi yang digunakan saat ini yaitu *Tinder*. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *favor doing* dimana Anies mencoba untuk membuat dirinya menarik dan juga humoris agar disukai oleh calon pemilih yaitu warga Jakarta.

8. Video ‘Testimoni program OK OCE Anies-Sandi’

Pada postingan ini Anies mengunggah video yang berisi tentang testimoni dari salah satu wirausahawan program OK OCE. Seperti yang diketahui, program OK OCE merupakan salah satu program kampanye yang diajukan Anies-Sandi. Video ini dibuka dengan salah satu potongan gambar dari satu foto yang dibagi menjadi sembilan postingan (lihat gambar 4.66). Melalui salah satu potongan foto yang dibagi menjadi sembilan postingan tersebut merupakan upaya mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB.



Gambar 4.66. Gambar potongan foto postingan ketiga dari sembilan gambar / postingan

Video dilanjutkan dengan isi *interview* atau ucapan testimoni tentang program OK OCE oleh salah satu wirausahawan (lihat gambar 4.67). Wirausahawan tersebut bernama Dwi Firmansyah, berumur 37 tahun yang mempunyai usaha aneka kue yang bernama DFP Cakes. Testimoni yang dikatakan Dwi seperti manfaat yang dirasakan, penghasilan atau omset, dan lainnya yang bersifat positif. Melalui video ini tentunya dapat berdampak pada citra Anies-Sandi yang semakin baik dikarenakan program yang diajukannya memiliki dampak yang baik bagi kehidupan warga.





aniesbaswedan Apa benar #OKOCE itu Ogah Kerja Ogah Cape?

Simak cerita pengalaman Dwi Firmansyah, salah satu wirausahawan #OKOCE.

Gambar 4.67. Screenshot Video & Caption Postingan Testimoni Anggota Program OK OCE

Menurut penulis, melalui postingan ini Anies ingin menunjukkan orang-orang yang disekitarnya yang merasakan hasil kerja atau kemampuannya melalui program OK OCE yaitu salah satunya adalah Dwi tersebut. Dengan menunjukkan hal tersebut dapat meningkatkan citra diri Anies dan juga meningkatkan rasa percaya calon pemilih terhadapnya. Selain itu, melalui postingan ini juga memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang berkompeten. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance account*.

9. Video 'Pergusuran rumah warga'

Pada postingan ini Anies menggunggah dua video yang berisi tentang tempat pergusuran yaitu Kampung Akuarium, Jakarta Utara. Kedua video tersebut memperlihatkan keadaan sisa pergusuran pada tanggal 7 Januari 2017 dan juga memperlihatkan Anies dan Sandi ketika berada di Kampung Akuarium. Pada video unggahan pertama, video ini dibuka dengan salah satu potongan gambar dari satu foto yang dibagi menjadi sembilan postingan (lihat gambar 4.68). Melalui salah

satu potongan foto yang dibagi menjadi sembilan postingan tersebut merupakan upaya mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB.



Gambar 4.68. Gambar potongan foto postingan ketiga dari sembilan gambar / postingan

Video dilanjutkan dengan memperlihatkan keadaan tempat Kampung Akuarium yang telah digusur dan juga sebuah potongan *interview* Sandi dengan para wartawan (lihat gambar 4.69). Pada video unggahan pertama yang memperlihatkan keadaan sisa pergusuran Kampung Akuarium diedit dengan menggunakan warna hitam putih yang memberikan kesan sedih dan pedih (lihat gambar 4.69). Sedangkan video unggahan pertama yang memperlihatkan *interview* Sandi dengan para wartawan tidak diedit atau menggunakan warna asli (lihat gambar 4.69).





aniesbaswedan Peristiwa seperti ini tidak boleh terjadi lagi. Kita harus selalu berkerjasama dengan warga dengan mengutamakan musyawarah.

Semua diajak berbicara dan rencana yang ada dibicarakan dengan warga, dan kita cari solusi untuk semuanya yang baik, jangan dari pemerintah saja.

Agar maju kotanya dan bahagia warganya. :)

Gambar 4.69. Screenshot Video & Caption Postingan Klaim Anies-Sandi tentang Pergusuran

Pada video unggahan kedua memperlihatkan Anies dan Sandi sedang berada di tengah para warga dan memberikan beberapa ucapan mengenai janji Anies-Sandi yang akan membangun kembali rumah warga di tempat tersebut (lihat gambar 4.69). Anies mengucapkan, “*Kita ganti kebijakannya, bukan cuma ganti Gubernurnya, tapi ganti kebijakannya. Dan*

nanti InsyaAllah tempat ini bisa ditata ulang, semua bisa hidup bahagia di tempat ini. Dan InsyaAllah tempat ini justru menjadi tempat bukan saja untuk penghidupan, bukan saja untuk mendapat kehidupan, tetapi InsyaAllah di tempat ini kesejahteraan akan hadir untuk semua”.

Ucapan Anies tersebut merupakan sebuah janji atau klaim dirinya dengan para warga Kampung Akuarium yang memberikan kesan bahwa dirinya mampu mewujudkan janji tersebut. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam taktik *performance claims* yang memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang berkompeten. Selain itu, *caption* pada postingan ini juga ditulis dengan penggunaan kata-kata yang bersifat positif dan meyakinkan dan meningkatkan kepercayaan calon pemilih kepada dirinya.

10. Foto ‘program kampanye Anies-Sandi’

Pada postingan ini Anies menggunggah tiga foto yang dimana pada unggahan pertama merupakan salah satu potongan gambar dari satu foto yang dibagi menjadi sembilan postingan (lihat gambar 4.70). Melalui salah satu potongan foto yang dibagi menjadi sembilan postingan tersebut merupakan upaya mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB. Sedangkan pada unggahan kedua dan ketiga merupakan foto poster program Anies-Sandi (lihat gambar 4.71).



Gambar 4.70. Gambar potongan foto postingan ketiga dari sembilan gambar / postingan

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui foto yang berisi tentang program-program kampanye yang diajukan Anies-Sandi. Menurut penulis, program kampanye yang diajukan Anies-Sandi merupakan klaim atau pernyataan bahwa Anies dan Sandi mampu menjalaninya jika dirinya terpilih sebagai DKI Jakarta 2017. Program tersebut diantaranya adalah Kepulauan Seribu Mandiri dan Tolak Reklamasi. Selain itu, pada *caption* yang ditulis pada postingan ini Anies memperjelas mengapa salah satu programnya yaitu program Kepulauan Seribu Mandiri dibuat (lihat gambar 4.71).



aniesbaswedan Kepulauan Seribu adalah halaman depan Jakarta, namun selama ini sering dianggap sebagai halaman belakang.

Itulah mengapa Kepulauan Seribu menjadi salah satu perhatian utama Anies-Sandi, agar kemajuan pembangunan di Jakarta bisa hadir dirasakan di halaman depannya.

#MajuBersama

Gambar 4.71. Foto & *caption* postingan program kampanye Anies-Sandi

11. Video 'Pernyataan Anies mengenai persatuan'

Pada postingan ini Anies mengunggah tiga video. Ketiga video tersebut merupakan satu video utuh yang terbagi menjadi

tiga unggahan di satu postingan. Pada video unggahan pertama, video dimulai dengan memunculkan gambar 4.72 yang merupakan salah satu potongan gambar dari satu foto yang dibagi menjadi sembilan postingan. Melalui salah satu potongan foto yang dibagi menjadi sembilan postingan tersebut merupakan upaya mempromosikan acara Debat Pilkada DKI Jakarta 2017 yang ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB.



Gambar 4.72. Gambar potongan foto postingan ketiga dari sembilan gambar / postingan

Postingan ini termasuk ke dalam strategi *exemplification* dengan taktik *militancy*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui penyajian video dan juga *caption* yang ditulis. Penulis menginterpretasikan bahwa video di postingan ini memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang berintegritas, berintelektual dan mau berkorban demi warga Jakarta. Hal tersebut terlihat dari penyajian video melalui gambar dan juga audio yang telah diedit sedemikian rupa. Selain itu, taktik *militancy* juga terlihat dari *caption* yang ditulis dengan kalimat



aniesbaswedan Jakarta memerlukan jembatan komunikasi antar kelompok-kelompok yang sudah terlalu lama terisolasi satu sama lain, karena itu pemimpinnya harus bisa berkomunikasi dengan siapa saja.

Insya Allah 19 April kita mulai bangun bersama jembatan itu di kota ini. :)

Gambar 4.73. Screenshot Video & Caption Postingan Pernyataan Anies mengenai persatuan

Gambar-gambar yang ada dalam video di postingan ini dipilih dan menyesuaikan dengan tema dan juga kata-kata atau alur audio. Pemilihan gambar-gambar tersebut merupakan kompilasi foto maupun potongan video seperti bangunan Jakarta, kegiatan warga Jakarta, budaya Jakarta, foto tentang hukum di Indonesia, foto Anies dan Sandi menggunakan baju adat Betawi, kegiatan Anies dan Sandi turun ke lapang atau berinteraksi dengan warga dan lainnya (lihat gambar 4.73). Sedangkan, audio pada ketiga video tersebut merupakan ucapan

Anies yang pada sebelumnya pernah diunggah dalam postingan tanggal 9 April 2017 poin nomor dua (lihat hal 4.73). Ucapan (audio) pada postingan ini yaitu:

“Jakarta sebagai kota yang harus mempersatukan. Kalau kita bicara Pancasila, seringkali kita bicara persatuan lalu bhinnekanya yang dibicarakan. Kebhinnekaan itu fakta, fakta itu diterima bukan diperjuangkan. Yang harus diperjuangkan itu bukan kebhinnekaan. Persatuan di dalam kebhinnekaan, itu yang harus diperjuangkan. Bagaimana menghadirkan persatuan? Kami menyadari, Jakarta memerlukan jembatan komunikasi antara kelompok-kelompok yang sudah terlalu lama terisolasi satu sama lain. Karena itu kami berdua memiliki keyakinan, bila Gubernur dan Wakil Gubernurnya bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bisa mengundang siapa saja, bisa memfasilitasi pertemuan kelompok mana saja, InsyaAllah Jakarta menjadi kota yang warganya berinteraksi, dan persatuannya bisa ditumbuhkan sama-sama di kota ini. Kami berdua memiliki komitmen yang serius untuk menempatkan aturan hukum sebagai pilar penjaga demokrasi di Jakarta. Cara mengekspresikan pikiran di Jakarta, akan kita berikan ruang tetapi harus selalu sesuai dengan UU dan peraturan yang ada di Republik ini, dan kami komit untuk menegakkan peraturan undang-undang yang ada di Jakarta ini. Fokusnya adalah membereskan ketimpangan ini. Tidak bisa persatuan dihidup-hidupkan jika ketimpangan dibiarkan. Tidak mungkin ada kedamaian tanpa ada keadilan. Bila kita bisa membuat Jakarta benar-benar mencerminkan Pancasila, disana lima-limanya muncul yang paling akhir yaitu keadilan sosial bagi seluruh warga Jakarta. Bila itu hadir, InsyaAllah Jakarta akan menjadi miniatur tercapainya seluruh cita-cita kemerdekaan ini”.

12. Foto ‘Anies terlihat senang setelah sesi debat KPUD berakhir’

Pada foto di postingan ini Anies terlihat sangat senang bersama Sandi dan pendukungnya (lihat gambar 4.74). Dilihat dari *caption* yang ditulis, Anies merasa sangat senang dikarenakan Anies dan Sandi telah menyelesaikan sesi Debat

Pilkada yang terakhir (lihat gambar 4.74). Debat Pilkada tersebut ditayangkan pada hari Rabu tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB. Pada *caption* tertulis bahwa Anies meminta bantuan untuk mendo'akan dan mendukungnya (lihat gambar 4.74). Permintaan bantuan Anies yang dituliskan pada *caption* tersebut termasuk ke dalam strategi *supplication* dengan taktik *entreaties for help*.

Menurut penulis, postingan ini lebih cenderung termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Hal tersebut dikarenakan foto pada postingan ini menunjukkan bahwa Anies tidak sungkan berbagi kesenangan bersama pendukungnya yang terkesan bahwa Anies merupakan sosok yang ramah, tidak kaku dan mudah berteman. Selain itu, pada *caption* yang dituliskan Anies mengucapkan kata-kata syukur seperti “*Alhamdulillah*”, dan mengucapkan kata-kata yang menunjukkan dirinya merupakan sosok yang baik dan agamis.



aniesbaswedan Alhamdulillah, we did it, Bro @sandiuno dan teman2 semua.

Kita sudah sampaikan segala niat dan rencana untuk kemajuan Jakarta dan kebahagiaan warganya dalam #debat KPUD terakhir tadi. Ikhtiar kita terus jalankan, tawakal kita terus jaga.

Selanjutnya kita serahkan kepada Yang Maha Membolak-balikkan Hati untuk menuntun warga memilih pemimpin demi kemajuan Jakarta. Kami mohon doa dan dukungannya.

Gambar 4.74. Foto & *Caption* Postingan Anies terlihat senang setelah sesi debat KPUD berakhir

13. Foto ‘Anies memeluk Sandi setelah sesi debat KPUD berakhir’

Pada postingan ini juga merupakan foto dari salah satu momen acara sesi debat KPUD terakhir. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing* yang ditunjukkan melalui foto dan juga *caption*. Taktik *favor doing* dalam foto di postingan ini memperlihatkan Anies yang sedang memeluk Sandi (lihat gambar 4.75). Menurut penulis, dengan menunjukkan foto dimana Anies sedang memeluk Sandi memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang baik dan memiliki hati yang ‘hangat’.

Selain itu, pada foto tersebut juga memberikan kesan bahwa *audience* dalam melihat perbedaan dari karakter antara Basuki-Djarot dan Anies-Sandi. Sedangkan *caption* yang dituliskan, Anies mengucapkan kata-kata syukur seperti “*Alhamdulillah*” dan mengucapkan kata-kata yang menunjukkan dirinya merupakan sosok yang baik dan agamis. Menurut penulis, dengan menunjukkan hal-hal tersebut berdampak baik terhadap citra Anies. Hal tersebut berhubungan dengan isu kasus yang menimpa Basuki yang menjadi poin positif untuk dirinya menarik perhatian dan pilihan suara dari calon pemilih.



aniesbaswedan Alhamdulillah, we did it, Bro @sandiuno dan teman2 semua.

Kita sudah sampaikan segala niat dan rencana untuk kemajuan Jakarta dan kebahagiaan warganya dalam #debat KPUD terakhir tadi. Ikhtiar kita terus jalankan, tawakal kita terus jaga.

Selanjutnya kita serahkan kepada Yang Maha Membolak-balikkan Hati untuk menuntun warga memilih pemimpin demi kemajuan Jakarta. Kami mohon doa dan dukungannya.

Gambar 4.75. Foto & *Caption* Anies memeluk Sandi setelah sesi debat KPUD berakhir

- Postingan tanggal 13 April 2017

1. Video ‘*Tweet Jahat*’

Pada postingan ini Anies mengunggah video ‘*Tweet Jahat*’ yang menanggapi cuitan jahat yang dikirimkan oleh akun *Twitter* Wedus Gembel (@iqbalboid1981) (lihat gambar 4.76). Cuitan tersebut merupakan cuitan yang membalas cuitan yang diposting oleh Kompas (@kompascom) yang berisi ‘*anies sandi KW 3..program opo maen sinetron*’. Penulis menginterpretasikan bahwa dalam video ini Anies diminta untuk bersandiwara atau ber-*acting* dikarenakan ada kaitan dengan cuitan jahat yang dikirimkan yang terdapat kata ‘*sinetron*’. Sandiwara Anies dimulai ketika dirinya telah mendengarkan cuitan yang dibacakan dan mulai menjawab “*Apa? KW 3? Program kita ini kan original...*”.

Setelah itu, ditengah Anies sedang menjawab dan bersandiwara terdapat seorang kru yang berperan sebagai sutradara memotong sandiwara tersebut dengan nada suara yang tinggi dan keras. Sutradara tersebut memotong ucapan Anies

dengan mengatakan “Cut.. Cut.. Mana ekspresinya? Ayo ulang!”. Setelah mendengar ucapan dari sutradara, Anies terlihat sangat kaget dan bingung hingga dia mengatakan “Woowww...” sambil memegang dadanya. Dengan melihat reaksi Anies tersebut tidak lama kemudian Anies dan para kru tertawa terbahak-bahak.

Pada adegan Anies terkejut tersebut terlihat natural bahwa dirinya benar-benar terkejut atau bukan rekayasa. Hal tersebut dikarenakan cerita pada setiap video ‘Tweet Jahat’ telah direncanakan atau dibuat oleh para kru untuk menanggapi cuitan-cuitan jahat terhadap Anies yang dibuat secara humoris. Melalui adegan ini memperlihatkan Anies merupakan sosok orang yang baik, ramah, memiliki sisi humoris dan juga terlihat dekat dengan para kru. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*.





aniesbaswedan Kabar gembira untuk kita semua...
kini #tweetjahat ada setiap hari! :)

Ternyata saya tidak jago bersandiwara...

Gambar 4.76. Screenshot Video & Caption Postingan 'Tweet Jahat'

2. Video 'Ucapan Anies saat sesi Debat Pilkada'

Video di postingan ini merupakan potongan dari video siaran Anies ketika sesi Debat Pilkada melalui *channel* Metro TV yang disiarkan tanggal 12 April 2017 pukul 19.30 WIB (lihat gambar 4.77). Dalam video ini, Anies terlihat tidak kaku dan tidak grogi menyampaikan argumen dirinya terhadap pertanyaan yang diberikan pada sesi debat Pilkada tersebut. Hal tersebut terlihat dari penyampaian yang relatif lancar, tidak

terbata-bata dan argumennya selesai tepat waktu pada waktu yang telah ditentukan. Ucapan Anies tersebut yaitu:

“Bantuan sosial berhenti. Proyek berhenti. Perda berdasarkan sebuah agama muncul jika Gubernur baru muncul. Itu semua keliru, itu semua salah. Gubernur baru justru akan mengantarkan Jakarta pada pemerintahan yang lebih efektif, pemerintahan yang merangkul semuanya, pemerintahan yang membuat semua merasa di rumahnya, termasuk kepada mantan lawan ketika pilkada. Semua yang diucapkan, dikatakan, bagian dari sejarah, bila ada keliru kami mengucapkan permohonan maaf. Dan kemudian kita bangun sama-sama Jakarta. Jika saya..kami menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur maka mantan lawan pun adalah warga kita, yang akan kita hormati sebagaimana yang lain-lain. Karena itu kita mengajak kepada semuanya, seluruh warga Jakarta, dahulu pakai bambu runcing, sekarang gunakan paku, tusuk yang sebelah kanan untuk perubahan di Jakarta”.

Dalam video ini, Anies mengucapkan tentang bagaimana yang akan dilakukannya ketika menjadi Gubernur DKI Jakarta selanjutnya. Penulis menginterpretasikan bahwa secara keseluruhan postingan ini baik video (gambar dan audio) dan *caption* termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claim*. Walaupun pada awal video, ucapan Anies sedikit memiliki taktik *self-denial* yaitu bagaimana Anies menolak dan mengklarifikasi bahwa tidak akan adanya Perda yang berdasarkan salah satu agama saja yaitu Islam yang dapat disebut Perda Syariah (lihat gambar 4.77).

Taktik *performance claims* ditunjukkan melalui video dan audio yang memperlihatkan bahwa Anies akan memperlakukan Basuki-Djarot yang merupakan mantan lawan saat pilkada dengan baik seperti warga lainnya jika dirinya terpilih sebagai

Gubernur DKI Jakarta selanjutnya. Selain itu, pada *caption* yang ditulis memberikan kesan bahwa Anies bersikap toleransi bahwa akan adanya perbedaan pilihan ketika pemilihan suara berlangsung yaitu tanggal 19 April 2017 (lihat gambar 4.77).



aniesbaswedan Masih ada kehidupan setelah Pilkada. Walaupun 19 April nanti mungkin berbeda pilihan, mari kita tetap sama-sama bangun Jakarta.

Gambar 4.77. Screenshot Video & Caption Postingan Ucapan Anies saat Debat Pilkada

3. Video 'Iklan kampanye Anies-Sandi'

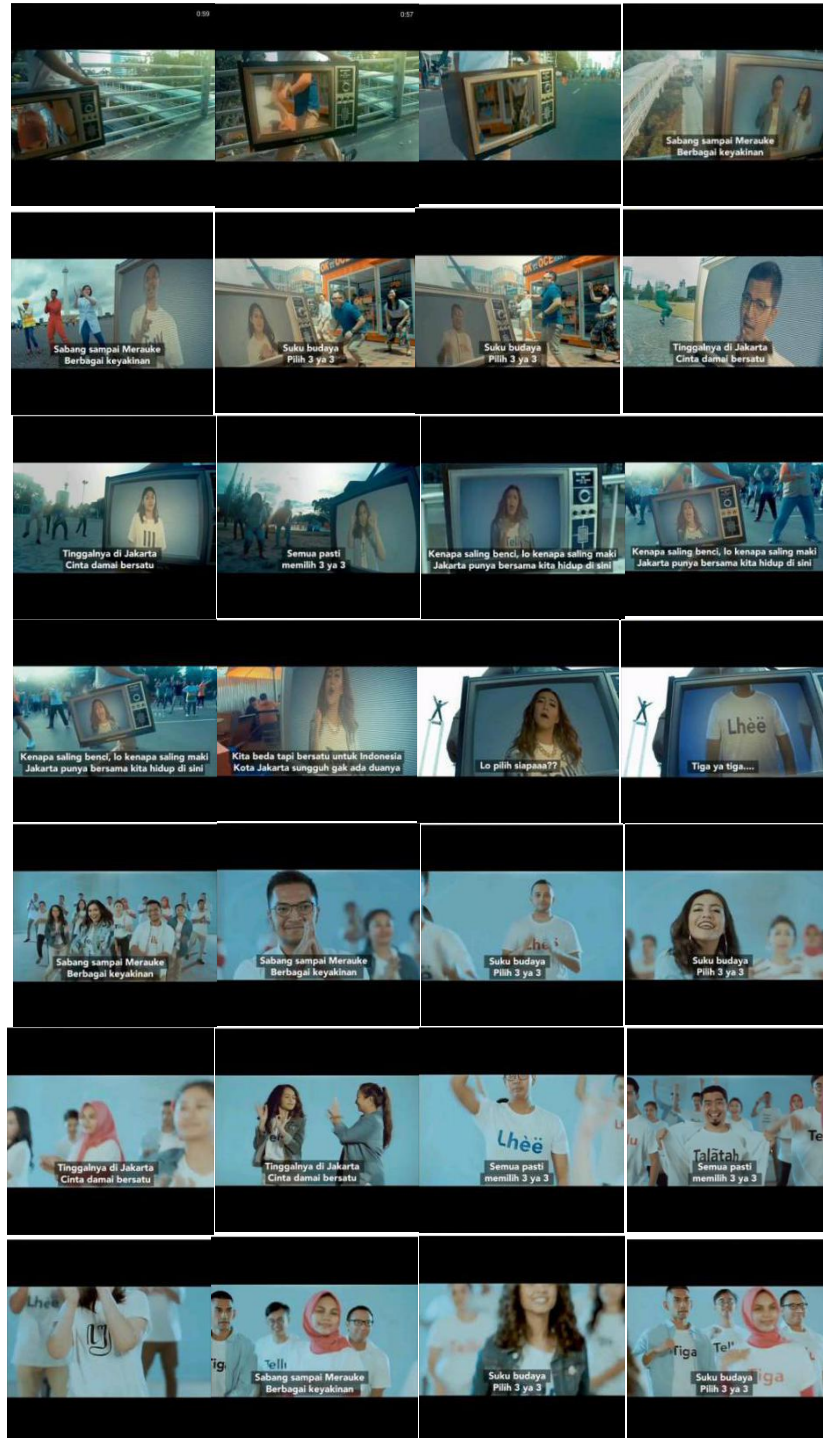
Postingan ini merupakan iklan kampanye Anies-Sandi yang berisi lagu yang dinyanyikan oleh beberapa artis. Video ini pernah diposting sebelumnya yaitu diposting pada tanggal 12 April 2017. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance accounts*. Taktik tersebut dilakukan dengan cara

Anies menunjukkan bahwa disekitarnya ada beberapa artis yang mendukungnya. Artis-artis tersebut antara lain Raffi Ahmad, Nagita Slavina, Denada Tambunan, Ustadz Solmed, Ihsan Tarore dan lain-lain (lihat gambar 4.78). Selain artis, pada video ini juga terdapat beberapa relawan atau pendukung Anies-Sandi (lihat gambar 4.78).

Menurut penulis, melalui video ini secara tidak langsung Anies mempromosikan dirinya. Penulis menginterpretasikan bahwa melalui video ini Anies ingin menunjukkan bahwa dirinya berkompeten untuk menjadi pemimpin dikarenakan adanya beberapa orang yang mempercayai dan mengandalkan dirinya agar menjadi Gubernur DKI Jakarta selanjutnya. Selain itu, video pada postingan ini berisikan lagu yang ditunjukkan untuk mendukung dan memilih Anies-Sandi dengan menggunakan kaos bertulis angka tiga dalam berbagai bahasa dan terus menyebutkan angka tiga pada lirik. Lirik lagu pada video ini yaitu:

*“Sabang sampai Merauke, berbagai keyakinan.
Suku, budaya. Pilih 3 ya 3.
Tinggalnya di Jakarta. Cinta damai bersatu.
Semua pasti memilih 3 ya 3.
Kenapa saling benci, lo kenapa saling maki,
Jakarta punya bersama, kita hidup disini.
Kita beda tapi bersatu untuk Indonesia.
Kota Jakarta sungguh gak ada duanya.
Lo pilih siapaaa?
Tiga ya tiga....
Sabang sampai Merauke, berbagai keyakinan.
Suku, budaya. Pilih 3 ya 3.
Tinggalnya di Jakarta. Cinta damai bersatu.
Semua pasti memilih 3 ya 3.*

*Sabang sampai Merauke, berbagai keyakinan.
 Suku, budaya. Pilih 3 ya 3.
 Tinggalnya di Jakarta. Cinta damai bersatu.
 Semua pasti memilih 3 ya 3.
 Tiga ya tiga....”*





Gambar 4.78. *Screenshot Video & Caption* Postingan Video Iklan Kampanye Anies-Sandi

4. Video ‘Jawaban Anies untuk video dari opini.id’

Pada postingan ini Anies mengunggah tiga video yang berisi bahwa Anies menjawab atau menanggapi dari opini warga yang dikirimkan melalui Opini.id dalam bentuk video. Video opini warga tersebut berisi ada seorang lelaki yang meminta atau menggugat calon kandidat Pilkada DKI Jakarta 2017 untuk memperhatikan jombloan dan jomblowati (lihat gambar 4.79). Jawaban Anies terhadap permintaan tersebut dapat dibantu melalui program-program yang diajukan oleh Anies-Sandi. Program-program tersebut adalah KJP Plus, DP Rumah Rp 0 (nol), dan program OKE OCE (lihat gambar 4.79).

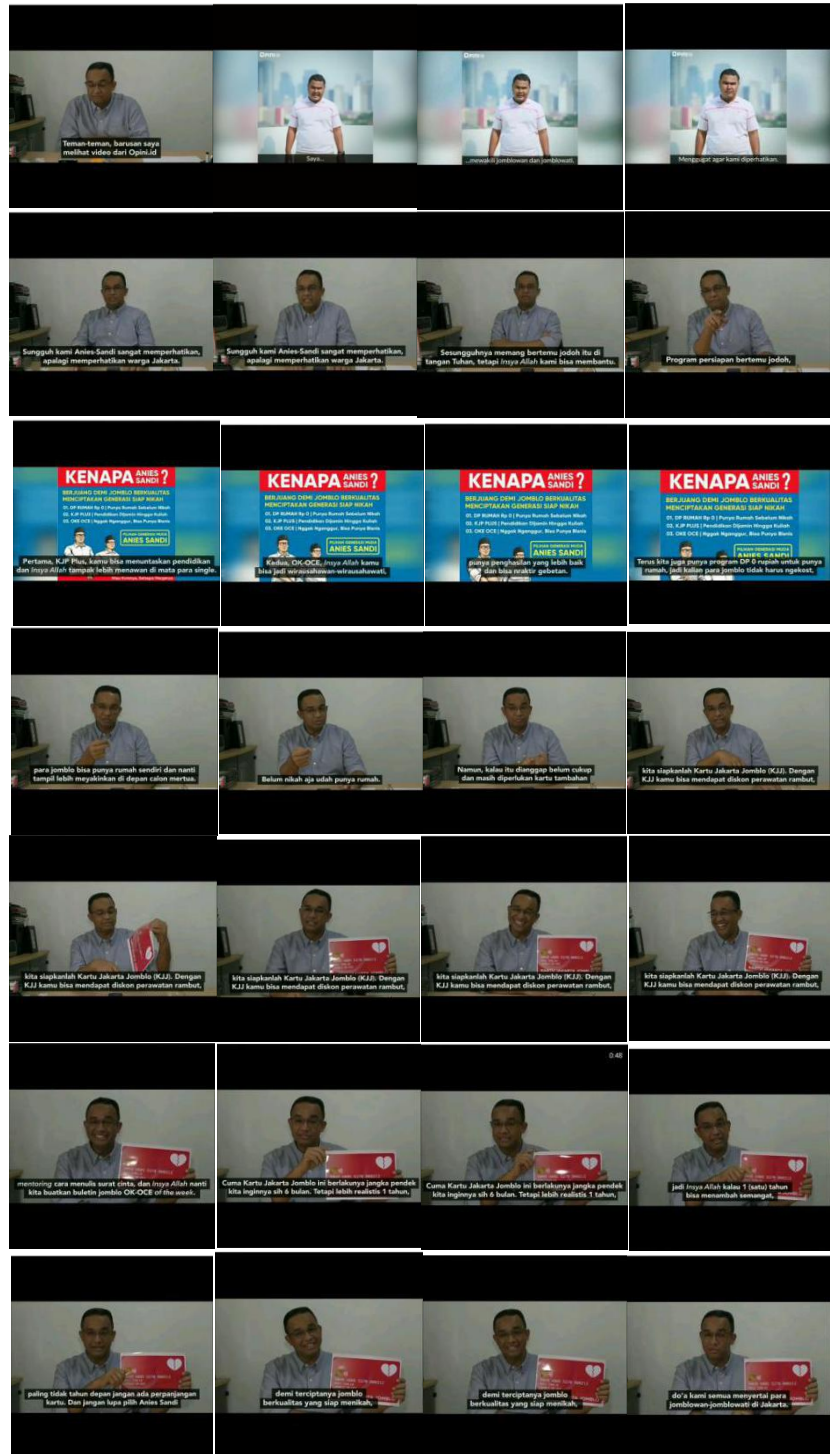
Anies menerangkan program-program tersebut dengan pengaplikasian terhadap situasi agar para jomblo dapat menikah. Penjelasan Anies tersebut merupakan selipan promosi diri Anies-Sandi untuk meyakinkan calon pemilih melalui program-program yang diajukan Anies-Sandi. Selain penjelasan ketiga program tersebut, Anies mengatakan bahwa Anies-Sandi

menyiapkan kartu KJJ atau Kartu Jakarta Jomblo yang dapat digunakan dan memberikan diskon perawatan rambut, *mentoring* cara menulis surat cinta dan masa berlaku kartu tersebut. Selain itu, Anies menyatakan bahwa Anies-Sandi akan membuat buletin Jomblo OKE-OCE *of the week*.

Ketika Anies memulai menjelaskan KJJ, Anies terlihat mulai menjelaskan sambil tersenyum-senyum. Seperti yang diketahui bahwa kartu KJJ dan lainnya (selain program KJP Plus, DP Rumah Rp 0, dan OKE-OCE) bukan program yang diajukan Anies-Sandi (lihat gambar 4.79). Sikap Anies yang mulai tersenyum-senyum tersebut dikarenakan Anies merasa geli terhadap apa yang diucapkannya hingga dirinya tertawa setelah menjelaskan semuanya. Anies mengatakan bahwa video pada postingan ini bermaksud untuk lucu-lucuan (hiburan) seperti yang ditulis dalam *caption* postingan ini (lihat gambar 4.79).

Dengan melihat sikap Anies dalam video ini, penulis menginterpretasikan bahwa postingan ini termasuk ke dalam strategi *exemplification* dengan taktik *militancy*. Hal tersebut dikarenakan video ini memberikan kesan bahwa Anies siap melakukan tugasnya demi para warga Jakarta termasuk para jomblo dan jomblowati di Jakarta. Akan tetapi, dalam video ini juga berisi taktik *performance claims* yang dimana penjelasan tentang tiga program Anies-Sandi yang dapat

membantu warga hingga menjangkau warga yang kesusahan mencari jodoh, dan juga taktik *favor doing* dimana Anies terkesan baik, humoris, tidak kaku dan bersahabat.





aniesbaswedan Jawaban dari video @Opini.id 'Jomblo Gugat Cagub Jakarta'. Untuk para jomblo dan jomblowati diharapkan untuk tenang.

Anies-Sandi punya solusi untuk mengurangi angka #jomblo di ibu kota.

Mohon bersabar... ini video hanya untuk lucu-lucuan :)

Gambar 4.79. Screenshot Video & Caption Postingan video lucu-lucuan menjawab video dari opini.id

- Postingan tanggal 14 April 2017

1. Video 'Tweet Jahat'

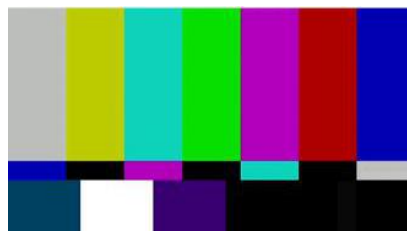
Pada postingan ini Anies mengunggah video 'Tweet Jahat'. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pada setiap video 'Tweet Jahat' dimulai dengan gambar 4.80 yang ingin menyampaikan bahwa video 'Tweet Jahat' merupakan video yang sekedar untuk hiburan. Dalam video ini, cuitan jahat dikirimkan oleh davidtuan andartua s (akun *Twitter* @andar_sihombing). Cuitan tersebut berisi foto dan beberapa kata yang *me-mention* akun lain. Cuitan jahat yang menjadi perhatian dalam video ini yaitu foto yang berisi seolah-olah

penghargaan The Oscars yang menunjuk Anies sebagai *Best Inconsistence Actor* (lihat gambar 4.81).



Gambar 4.80. Gambar *Opening Video 'Tweet Jahat'*

Dalam video ini, Anies menanggapi cuitan tersebut dengan santai. Anies mengatakan atau mengakui bahwa dirinya pernah mendapatkan piala The Oscars (lihat gambar 4.82). Akan tetapi, lelaki disebelah Anies terlihat bingung dan tidak mengingat hal tersebut (lihat gambar 4.82). Kemudian, muncul video yang berisi siaran acara The Oscar pada zaman dahulu. Dalam video tersebut memperlihatkan bahwa yang mendapatkan piala The Oscar adalah Tom Hanks sebagai *Actor in a Leading Role*. Setelah itu video dilanjutkan dengan memunculkan gambar 4.82 sebagai tanda berhenti atau melanjutkan video dengan adegan sebelum video siaran acara The Oscar.



Gambar 4.81. Gambar pemisah video pertama dan kedua

Pada video sebelum muncul video siaran acara The Oscar Anies bertanya “*Gak inget ya?*” kepada lelaki di sebelahnya yang terlihat bingung. Setelah gambar 4.81, video dilanjutkan

dengan jawaban dari lelaki yang disebelah Anies. Jawaban tersebut adalah “*Saya belum lahir pak kayaknya*” yang membuat Anies dan para kru tertawa (lihat gambar 4.82). Kemudian Anies mengatakan ‘*Kamu tuh loh, tega-teganya loh, bilang belum lahir. Mbok jawabnya yang lain gitu loh*’. Perkataan tersebut juga membuat Anies dan para kru tertawa.

Dalam adegan tersebut terlihat natural jika dibandingkan video sebelum gambar 4.81. Hal tersebut dikarenakan cerita pada setiap video ‘*Tweet Jahat*’ telah direncanakan atau dibuat oleh para kru untuk menanggapi cuitan-cuitan jahat terhadap Anies yang dibuat secara humoris. Melalui adegan ini memperlihatkan Anies terlihat dekat dengan para kru dan juga memiliki sikap humoris. Sehingga postingan ini termasuk dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*.





aniesbaswedan "Life is like a box of chocolates, you never know what you're gonna get."

Begitu juga isi tab mention twitter saya, kali ini dapat #tweetjahat begini. :)

Gambar 4.82. Screenshot Postingan Video & Caption 'Tweet Jahat'

2. Foto 'Anies kunjungi Nahdlatul Ulama'

Pada postingan ini Anies mengunggah tiga foto yang memperlihatkan dan ditegaskan melalui *caption*-nya bahwa Anies sedang bersama Rais Syuriah Nahdlatul Ulama DKI Jakarta yaitu KH. Mahfud Asirun dan warga Nahyidin di Jl. Selong, Duri Kesambi (lihat gambar 4.83). Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui pemilihan foto dan juga *caption* yang ditulis. Pemilihan foto pada postingan ini memperlihatkan Anies berkunjung ke organisasi Nahdlatul Ulama DKI Jakarta.



aniesbaswedan Bersilahturahim dengan Rais Syuriah Nahdlatul Ulama DKI Jakarta, KH. Mahfudz Asirun sekaligus mendengarkan aspirasi warga Nahdiyyn yang ada di Jalan Selong, Duri Kosambi.

Kita ingin warga Jakarta merasakan seperti tinggal di rumah sendiri. Insya Allah ini suatu babak baru memajukan warga Nahdiyyn dan warga Jakarta. Ini akan mencerminkan Islam Rahmatan Lil Alamin.

Gambar 4.83. Anies bersama para anggota Nahdlatul Ulama DKI Jakarta

Dalam foto pada postingan ini terlihat Anies bersikap santun dengan para anggota Nahdlatul Ulama DKI Jakarta. Melalui *caption* yang ditulis, Anies menuliskan bahwa dirinya ingin warga Jakarta merasakan seperti tinggal di rumah sendiri atau dengan kata lain yaitu nyaman. Pernyataan Anies tersebut merupakan salah satu bentuk sikap baik Anies yang peduli dengan warga Jakarta. Melalui foto dan *caption* pada postingan ini memberikan kesan bahwa Anies ingin menunjukkan bahwa dirinya merupakan seseorang yang baik, ramah, dan peduli.

Menurut penulis, dengan Anies mengunggah foto pada postingan yang menunjukkan dirinya memiliki hubungan baik dengan organisasi Nahdlatul Ulama memberikan poin tambah kepada Anies. Hal tersebut dapat meningkatkan *citra* diri yang baik terhadap Anies terutama pada saat Pilkada DKI Jakarta 2017 terdapat isu kasus penodaan agama yang menimpa Basuki. Hal tersebut menjadi poin tambah untuk Anies yang memiliki *citra* diri sebagai sosok agamis (agama Islam) dikarenakan

warga Jakarta banyak yang marah terhadap Basuki dengan adanya isu kasus yang menimpa Basuki.

3. Video ‘Program DP 0 (DP Nol)’

Postingan ini merupakan video mengenai penjelasan tentang program yang diajukan Anies-Sandi yaitu program DP 0 (baca: de-pe nol). Video ini berupa video animasi yang memiliki konsep gambar dan dibuat oleh orang yang sama seperti yang sebelumnya diunggah pada tanggal 12 April 2017 akan tetapi isi materi video yang disampaikan berbeda. Video animasi ini juga dibuat oleh Chiki Fawzi (akun *Instagram* @ChikiFawzi). Selain itu, pengisi suara dalam video ini juga sama seperti pengisi suara di video yang diunggah pada tanggal 12 April 2017.

Materi program DP 0 dalam video ini diawali dengan pengenalan dan penjelasan program DP 0 itu seperti apa kemudian penjelasan tentang siapa saja yang dapat mengikuti program tersebut (lihat gambar 4.84). Penjelasan program DP 0 yang merupakan sebuah klaim Anies bahwa dirinya mampu untuk menjalankan program tersebut jika dirinya terpilih sebagai Gubernur DKI Jakarta 2017. Sehingga postingan ini termasuk ke dalam strategi *self-promotion* dengan taktik *performance claims*.





aniesbaswedan Siapa saja yang berhak ikut program #DPNo!
 .
 Silakan simak video penjelasan yang apik buatan @ChikiFawzi ini. :)
 bit.ly/dpno!

Gambar 4.84. Screenshot postingan (video & caption) program DP 0

4. Video ‘Tweet Jahat’

Postingan ini merupakan video yang bertemakan ‘*Tweet Jahat*’ yang dimana Anies menjawab atas cuitan (*tweet*) jahat yang dikirimkan pada akun *Twitter* milik Anies. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa pada setiap postingan video *Tweet Jahat* dimulai dengan gambar 4.85. Gambar 4.85 terdapat emoticon atau emoji wajah seorang yang tertawa. Selain itu, audio pada video ini merupakan suara Anies yang mengatakan ‘*Mohon bersabar ini ujian. Mohon ditahan, emosi mohon ditahan emosi*’. Hal-hal tersebut terkesan bahwa video ini merupakan video yang hanya sekedar untuk bercanda atau hiburan.



Gambar 4.85. Gambar *Opening* Video 'Tweet Jahat'

Video edisi 'Tweet Jahat' di postingan ini Anies menanggapi cuitan jahat yang dikirim oleh akun *Twitter* @bastantavicario. Cuitan jahat tersebut berisi bahwa akun *Twitter* @bastantavicario menyuruh Anies menyebutkan isi Pancasila dan menganggap remeh bahwa Anies hanya dapat menyebutkan sila pertama (lihat gambar 4.86). Kemudian, cuitan tersebut dijawab oleh Anies dengan menyebutkan kelima sila Pancasila. Setelah menjawab dengan benar, Anies diberikan sepeda sebagai hadiah (lihat gambar 4.86). Hal tersebut merupakan hal yang sering dilakukan oleh Bapak Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo.

Pada awal video ketika Anies menjawab dan menyebutkan kelima sila Pancasila menunjukkan strategi *exemplification* dengan taktik *self-denial* bahwa dirinya bukan sosok yang hanya hafal sila pertama seperti yang dikatakan oleh akun *Twitter* @bastantavicario. Akan tetapi, penulis menganalisis postingan ini merupakan strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing* dikarenakan secara keseluruhan video ini menunjukkan bahwa Anies bersikap ramah, tidak kaku, mudah berteman terutama terhadap para *crew* saat proses syuting.

Selain itu, terlihat sikap Anies yang bahwa Anies mau mengikuti dan membuat sebuah video dengan konsep tentang kebiasaan Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo yang sering memberikan sepeda kepada anak-anak sekolah yang dapat menjawab pertanyaan darinya.



Gambar 4.86. Screenshot Postingan Video & Caption 'Tweet Jahat'

5. Foto ‘Anies di program tv ‘Dangdut Academy 4’

Pada postingan ini Anies mengunggah enam foto dirinya ketika sedang berada di program acara televisi ‘Dangdut Academy 4’. Postingan ini termasuk ke strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui foto dan *caption* pada postingan ini. Melalui foto memperlihatkan Anies yang tersenyum, senang dan percaya diri untuk tampil bernyanyi di atas panggung (lihat gambar 4.87). Kepercayaan diri tersebut juga dapat termasuk ke dalam taktik *self-enhancement*. Selain itu, rasa kesenangannya terlihat dari bagaimana dari ungkapan terima kasih kepada program tv ‘Dangdut Academy 4’ melalui *caption*-nya (lihat gambar 4.87).

Taktik *favor doing* pada postingan ini juga terlihat bagaimana Anies mau bergabung bersama dengan para host dan juri program acara tersebut untuk bernyanyi dan menghibur para penonton. Pada foto-foto di postingan ini terlihat bahwa Anies tidak ragu untuk bernyanyi dan ‘berjoged’ walaupun dirinya telah menjadi seorang kandidat politik. Menurut penulis, dengan Anies melakukan hal itu dapat meningkatkan rasa suka dari calon pemilih kepada dirinya. Hal tersebut dikarenakan warga Indonesia termasuk Jakarta banyak yang menyukai lagu dengan *genre* dangdut.



aniesbaswedan Bagaimana goyangan saya malam ini di #DAcademy4?

.
.
.

Terima kasih @Dangdut_Academy4 untuk kesempatan manggungnya. :)

Gambar 4.87. Foto & *caption* postingan Anies saat di program tv ‘Dangdut Academy 4’

6. Foto ‘Selfie Anies dengan host dan juri program tv ‘Dangdut Academy 4’

Pada postingan ini Anies mengunggah foto *selfie* dirinya bersama *host* (pembawa acara) dan juri dari program acara televisi ‘Dangdut Academy 4’ yaitu Gilang Dirga, Ramzi, Iis Dahlia, Nassar, Irfan Hakim, Elvy Sukaesih, Beniqno, Soimah, Ivan Gunawan, Inul Daratista, Iyeth Bustami, dan Rina Nose (lihat gambar 4.88). Foto ini diambil ketika Anies mendatangi program tv ‘Dangdut Academy 4’. Pada foto ini Anies terlihat sangat senang dan bahagia. Melalui foto ini, Anies ingin menunjukkan bahwa dirinya memiliki kenangan yang indah

pada saat itu bersama para host dan juri program tv ‘Dangdut Academy 4’.

Selain foto, Anies menuliskan *caption* dengan tulisan “@dangdut_academy4 memang #OKOCE!”. Tulisan *caption* ini memberikan kesan bahwa dirinya memuji program tv ‘Dangdut Academy 4’. Sehingga pada postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *other-enhancement*. Menurut penulis, dengan memuji orang lain memiliki pengaruh bahwa orang yang memuji tersebut akan disukai pula oleh orang yang dipuji dan orang lain.



Gambar 4.88. Foto selfie Anies dengan host dan juri program tv ‘Dangdut Academy 4’

- Postingan tanggal 15 April 2017

1. Video ‘Tweet Jahat’

Pada postingan ini, Anies mengunggah video edisi “*Tweet Jahat*”. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa video edisi ‘*Tweet Jahat*’ merupakan video yang ditunjukkan untuk hiburan walaupun video ini juga memiliki tujuan untuk

menjawab cuitan-cuitan jahat terhadapnya. Hal tersebut dapat dilihat melalui gambar 4.89 yang muncul pada awal video yang terdapat emoticon atau emoji wajah seorang yang tertawa. Selain itu, audio pada video ini merupakan suara Anies yang mengatakan ‘*Mohon bersabar ini ujian. Mohon ditahan, emosi mohon ditahan emosi*’.



Gambar 4.89. Gambar *Opening* Video ‘*Tweet Jahat*’

Video ini berisi dua kompilasi video yang membahas satu cuitan yang dikirimkan ke akun *Twitter* @aniesbaswedan. Pada kompilasi video pertama, Anies duduk berdua bersama bersama seorang laki-laki dan mendengarkan cuitan jahat yang dibacakan oleh laki-laki tersebut. Cuitan tersebut dikirimkan oleh akun HITAM PUTIH (@mawarme44600243) yang kemudian video tersebut seolah-olah terganggu. Kemudian muncul orang bertopeng didepan kamera dengan warna gambar hitam putih (lihat gambar 4.90).

Pada awalnya adegan tersebut seolah-olah menyeramkan, akan tetapi berubah menjadi candaan karena ucapan Anies yang mengatakan “Ngalangin ngalangin” kepada orang bertopeng tersebut. Selain itu, Anies juga berulah kembali yang membuat para kru tertawa terbahak-bahak (lihat gambar 4.90). Setelah itu,

muncul gambar pemisah yang kemudian muncul kompilasi video kedua (lihat gambar 4.90). Pada kompilasi video kedua ini merupakan video dokumentasi dari proses pengambilan gambar atau syuting. Pada proses pengambilan gambar, Anies terlihat sedang tertidur saat proses 'take' dan terbangun. Kemudian para kru pun tertawa melihat Anies terbangun dan terlihat merasa malu. Video ini memperlihatkan interaksi, candaan dan kedekatan diantara Anies dengan para kru pada proses syuting. Melalui hal tersebut, video ini memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang baik, ramah, dan mudah berteman. Sehingga, postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik *favor doing* juga ditunjukkan melalui *caption* yang ditulis dengan cara tidak formal dan terdapat unsur bercanda.





Gambar 4.90. Screenshot Video & Caption Postingan “Tweet Jahat”

2. Video ‘Tweet Jahat’

Pada postingan ini juga Anies mengunggah video edisi “*Tweet Jahat*”. Dalam video ini, Anies menanggapi cuitan jahat tidak serius atau candaan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa video edisi ‘*Tweet Jahat*’ merupakan video yang ditunjukkan untuk hiburan walaupun video ini juga memiliki tujuan untuk menjawab cuitan-cuitan jahat terhadapnya. Cuitan jahat pada postingan ini dikirimkan oleh Indrawati setyawan (akun *Twitter* @indrawati23) yang menuliskan “Liat pak anies berasa liat mantan yang sudah berubah menjadi orang yang tidak kita kenal lagi. Sakitnya luar biasa.”.

Dalam video ini, Anies menanggapi cuitan jahat tersebut dengan ber-*acting* bahwa dirinya tidak mengenali wanita yang memanggil dirinya dengan nama Anies. Kemudian dia

menjawab, “I’m Dan... Baswe Dan” (lihat gambar 4.91). Kemudian pada video ini, menampilkan Anies yang sedang menembak yang diiringi dengan lagu *soundtrack* dari film James Bond (lihat gambar 4.91). Hal tersebut terlihat Anies ingin menunjukkan bahwa dirinya terlihat keren dengan mampu menembak dari jarak jauh, ber-*acting*, dan editan video yang dibuat sedemikian rupa. Sehingga pada postingan ini merupakan salah satu taktik *favor doing*.



Gambar 4.91. Screenshot Video & Caption Postingan ‘Tweet Jahat’

3. Video ‘Tweet Jahat’

Postingan ini berisi video edisi ‘*Tweet Jahat*’ dengan menampilkan Anies dan Sandi menanggapi cuitan jahat. Cuitan jahat tersebut dikirimkan oleh Nong Darol Mahmada (akun *Twitter* @nongandah) yang ditujukan kepada Sandi. Dalam cuitan tersebut, @nongandah mengirimkan foto Sandi dengan gaya khas OK OCE yang di-blur pada bagian tangannya dan menuliskan cuitan “*Ya ampun mas Sandi ini maksudnya apa*” (lihat gambar 4.92). Maksud dari cuitan jahat tersebut adalah @nongandah menunjukkan foto editan di bagian tangan yang di-blur tersebut Sandi sedang menunjukkan simbol tangan dengan makna pornografi yang diketahui oleh masyarakat Indonesia.

Melalui video ini, Anies dan Sandi menanggapi cuitan tersebut dengan candaan. Sandi mengatakan bahwa dengan adanya foto tersebut elektabilitas Anies-Sandi meningkat. Sedangkan, Anies menanggapi cuitan tersebut dengan menyatakan bahwa foto yang dikirimkan oleh @nongandah tersebut hasil editan fotonya kurang keren (lihat gambar 4.92). Setelah itu, pada video ini muncul beberapa foto editan Sandi yang diiringi lagu dengan sesuai tema pada foto tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa Anies mencoba untuk menghibur dengan menampilkan foto-foto yang telah diedit sehingga

postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*.



aniesbaswedan Ya ampun mbak Nong ini maksudnya apa?
🤔🤔🤔

#TweetJahat
#whatdoyoumean

Gambar 4.92. Screenshot Video & Caption Postingan 'Tweet Jahat'

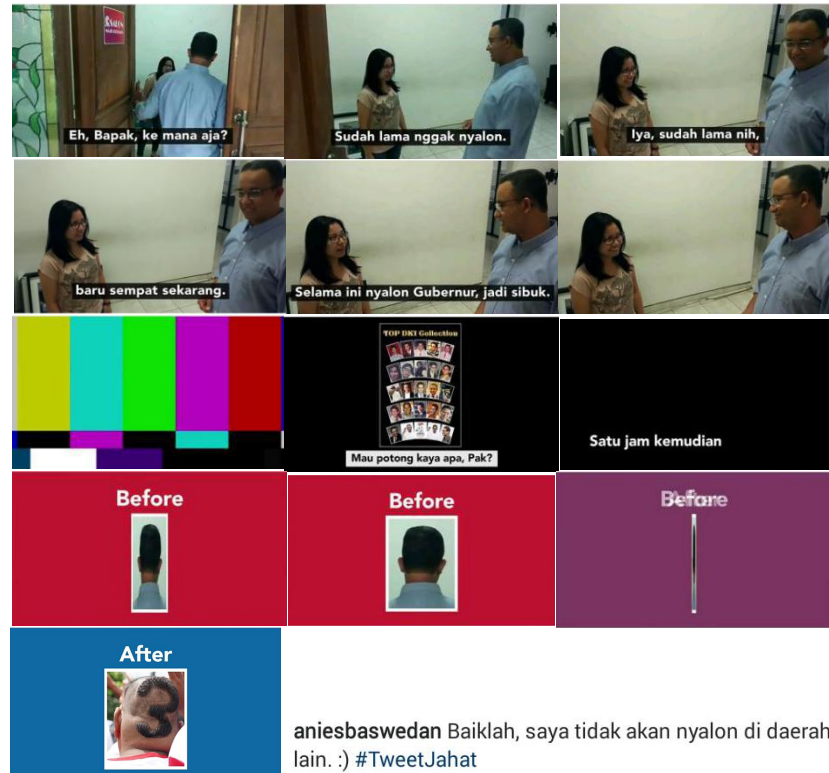
4. Video 'Tweet Jahat'

Pada postingan ini juga Anies mengunggah video 'Tweet Jahat'. Tweet jahat dikirimkan oleh dongeng wayang (akun Twitter @dongengwayang) yang berisi "Kalo kalah di DKI

jangan nyalon di daerah lain ya pak biar pilkada adem.” (lihat gambar 4.93). Dalam video ini, Anies menanggapi cuitan tersebut dengan menyalah-artikan kata ‘nyalon’ yang pada cuitan bermakna ‘menyalonkan diri pada pilkada’ menjadi ‘nyalon atau bersalon rambut di tempat salon’.

Penyalah-artian kata ‘nyalon’ tersebut terlihat ketika Anies mendatangi sebuah rumah dan mengatakan *“Ngapain juga jauh-jauh nyalon di Jakarta, di dekat rumah saya juga ada salon”* setelah mendengarkan cuitan jahat yang dibacakan oleh seorang staf laki-laki (lihat gambar 4.93). Secara keseluruhan postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut terlihat dari isi video yang dibuat atau dikemas untuk hiburan.





Gambar 4.93. Screenshot Video & Caption Postingan 'Tweet Jahat'

5. Video 'Tweet Jahat'

Dalam postingan ini, Anies mengunggah empat video dalam satu postingan yang berisi kompilasi-kompilasi video tentang "Tweet Jahat" yang NG (*Not Good*) atau yang harus di *take* ulang. Postingan ini termasuk ke dalam strategi *ingratiation* dengan taktik *favor doing*. Taktik tersebut ditunjukkan melalui video-video 'Tweet Jahat' yang memberikan hiburan. Dalam video-video ini terdapat kelucuan-kelucuan dalam proses pengambilan gambar tersebut.

Menurut penulis, Anies mengunggah video-video di postingan ini menunjukkan bahwa Anies ingin memberikan kesan dirinya yang merupakan sosok yang ramah, mudah berteman, tidak kaku, dan berkelakuan baik. Hal tersebut

terlihat dari sikap Anies yang ramah dengan tersenyum, tertawa, tidak membatasi antara Anies dengan para kru pembuat video ‘*Tweet Jahat*’. Berikut adalah penjelasan dari keempat video yang diunggah dalam postingan itu, yaitu:

1. Pada postingan di unggahan video pertama, ada 3 kompilasi video. Pada kompilasi video pertama dimulai dengan *opening* video ‘Anies Baswedan baca *tweet* jahat, lalu muncul gambar yang bertuliskan ‘BLOOPER EDITION’, kemudian muncul kompilasi video pertama, kedua dan ketiga (lihat gambar 4.94).

- Pada kompilasi video pertama, hanya gambar (video) Anies dan Sandi yang mengucapkan seolah-olah seperti perwakilan dari kelompok tertentu atau sebuah *band* yang memperkenalkan dirinya saat di radio. Berikut merupakan ucapan (audio) dari pengambilan kompilasi gambar ini (lihat gambar 4.94);

Anies : “Saya Anis”

Sandi : “dan saya Sandi”

Anies & Sandi : “We are Super Team”

- Pada kompilasi video yang kedua, Anies yang salah mengucapkan salah satu kata pada pengambilan gambar yang menimbulkan kelucuan. Berikut merupakan ucapan (audio) dari pengambilan kompilasi gambar ini (lihat gambar 4.94);

Anies : “Dengan kekuatan hengpon jadul, crek
crek crek, *upload*”

Staff : “Cekrek-cekrek”

Anies : “Cekrek-cekrek.. Aaaakhhh”

- Pada kompilasi video ketiga, Anies sedang berbicara dengan seorang laki-laki yang merupakan salah satu staf dari pengambilan gambar Tweet Jahat ini. Laki-laki tersebut atau dalam penulisan ini saya sebut sebagai ‘Orang A’ membacakan salah satu *tweet* jahat. Berikut merupakan ucapan (audio) dari pengambilan kompilasi gambar ini (lihat gambar 4.94);

Orang A : (membaca *tweet*) “Anies Baswedan..
Astaga.. Saya baru kali ini saya buka
twitter anda ternyata cuitan anda tidak
mencerminkan cagub, tapi
mencerminkan ABG labil.”

Orang A : “*Are you okay* mas?”

Anies : “Hm? Labil?”

Orang A : “He-m (Iya)”

Anies : “Saya coba cek dulu ya. Bentar”
(lalu Anies pergi)

Anies : “Ey.. Yang pegang twitter saya, siapa
ya?”

Wanita A : (dengan ragu) “Saya pak”

Anies : “Kamu lagi labil ya?”



aniesbaswedan Untuk mengapresiasi teman-teman yang sudah bersemangat mengirimkan #TweetJahat, kami persembahkan kompilasi #TweetJahat yang gagal tayang tapi dibuang sayang. :)

Gambar 4.94. *Screenshot Video & Caption* Postingan Kompilasi Video ‘*Tweet Jahat*’ unggahan pertama

2. Pada postingan di unggahan video kedua, memperlihatkan dua kompilasi video. Pada video ini langsung memunculkan video ‘*Tweet Jahat*’ dan dua video yang

berisi Anies dan Sandi sedang tertidur (lihat gambar 4.95). Setelah itu muncul selingan gambar yang kemudian muncul video kompilasi kedua (lihat gambar 4.95).

- Pada kompilasi video pertama berisi tentang pengambilan gambar *Tweet* Jahat yang gagal karena Anies salah melakukan gerakan (lihat gambar 4.95). Berikut merupakan deskripsi dari pengambilan kompilasi video kedua tersebut;

Wanita A : “Pak Anies, awas giginya kering,
senyum *Pepsodent* terus”

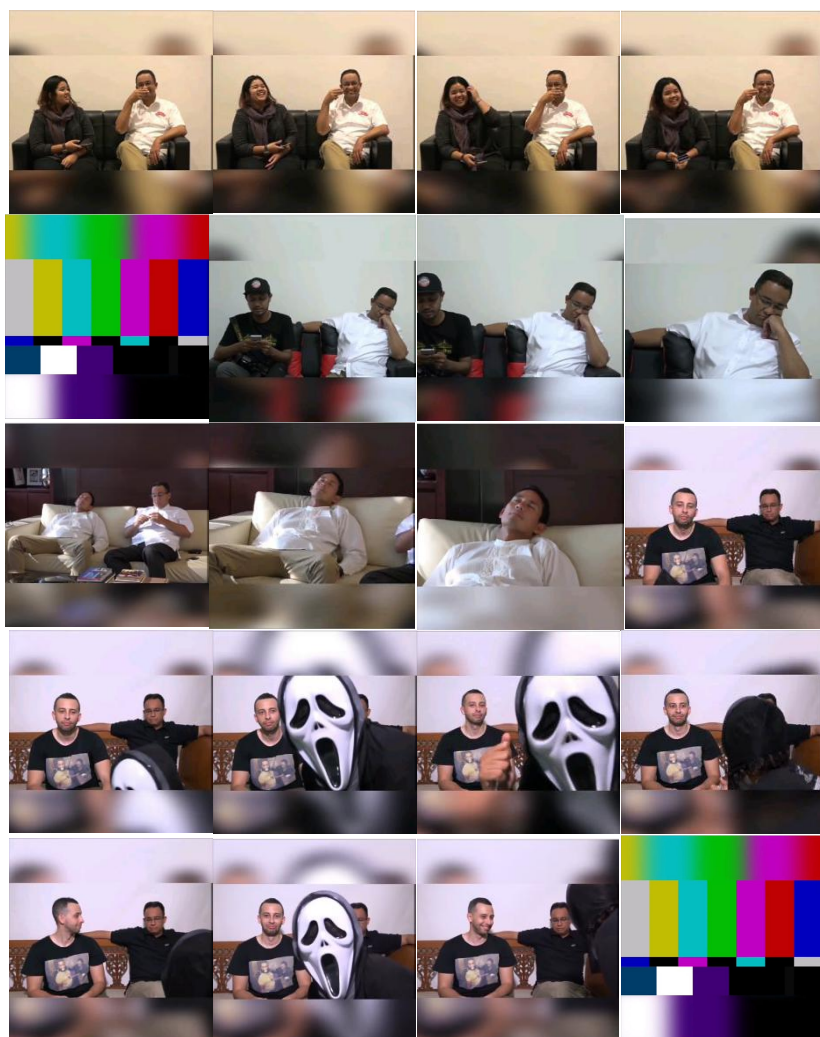
(Lalu Anies melakukan gerakan dengan menggerakkan ketiga jari yang sebelumnya menutupi bibirnya lalu menggeser kesamping. Pada gerakan ini seharusnya Anies tersenyum dengan memperlihatkan giginya tetapi tidak)

Staff : “Diliatin giginya pak”

Anies : (terlihat bingung) “Jadi diliatin giginya?”

- Pada kompilasi video kedua berisi beberapa video yang berisi Anies dan Sandi sedang tertidur dalam proses pengambilan gambar *Tweet* Jahat (lihat gambar 4.95)





aniesbaswedan Untuk mengapresiasi teman-teman yang sudah bersemangat mengirimkan #TweetJahat, kami persembahkan kompilasi #TweetJahat yang gagal tayang tapi dibuang sayang. :)

Gambar 4.95. Screenshot Video & Caption Postingan Kompilasi Video 'Tweet Jahat' unggahan kedua

3. Pada postingan di unggahan video ketiga terdapat tiga kompilasi video. Berikut adalah penjelasan setiap kompilasi video tersebut (lihat gambar 4.96);

- Pada kompilasi video pertama terlihat Anies seperti menjadi dirigen atau konduktor paduan suara. Gerakan tangan Anies sama seperti dirigen tetapi jari tangan Anies memperagakan simbol jari dari program OKE

OCE (lihat gambar 4.96). Pada video ini menunjukkan orang-orang yang di depan Anies sebagai paduan suara menyanyikan atau lebih tepatnya mengucapkan beberapa kata dari lirik lagu Tahu Bulat yang sedikit dirubah yaitu “Tahu bulat, digoreng dadakan, cuma gope, OKE OCE”.

- Pada kompilasi video kedua berisi tentang Kartu Jakarta Sehat Plus atau KJS Plus. Dalam kompilasi ini terlihat Anies sedang berpromosi ala iklan promosi barang (lihat gambar 4.96). Berikut adalah ucapan yang dikatakan Anies pada kompilasi ini:

“Salam super! Kalau sakit mual, silahkan datang ke rumah sakit terdekat, dan jangan lupa pastikan anda membawa KJS Plus. Ini kartunya! Pakai KJS Plus, anda akan mendapatkan manfaat yang lebih banyak dan dipastikan mual anda segera selesai.”

- Pada kompilasi video ketiga merupakan video edisi ‘Tweet Jahat’ yang membahas tentang cuitan jahat yang mengatakan bahwa Anies menggunakan isu sara untuk meraup suara di Pilkada DKI Jakarta 2017 (lihat gambar 4.96). Dalam video ini, Anies menyalahartikan kata ‘sara’ menjadi ‘Sarah’ (nama orang). Anies mengingat dan mengatakan bahwa Sarah tersebut merupakan temannya si Doel (nama peran di sinetron ‘Si Doel Anak Sekolahan’), akan tetapi hal tersebut

salah dan dibenarkan oleh kru yang membuat wajah Anies kaget dan malu (lihat gambar 4.96).

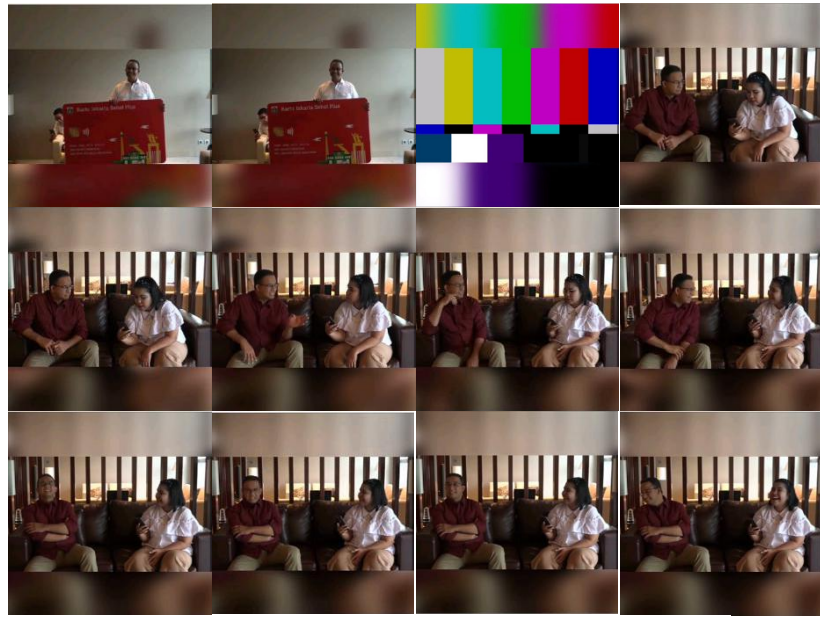
Wanita : “Saat ini, sejarah menuliskan kisah Anies terus menggunakan isu sara meraup suara di Pilkada DKI 2017. #aniessandipancasila”

Anies : “Si Sarah maksudnya?”
“Sarah? Oh saraah.. Iya ya inget inget.. Si Sarah temennya si Doel?”

Staff : “Pacarnya pak”

Anies : “Oh pacar..”





aniesbaswedan Untuk mengapresiasi teman-teman yang sudah bersemangat mengirimkan #TweetJahat, kami persembahkan kompilasi #TweetJahat yang gagal tayang tapi dibuang sayang. :)

Gambar 4.96. *Screenshot Video & Caption Postingan Kompilasi Video 'Tweet Jahat' unggahan ketiga*

4. Pada postingan di unggahan video keempat terdapat dua kompilasi video. Berikut adalah penjelasan setiap kompilasi video tersebut (lihat gambar 4.97);

- Pada kompilasi video pertama terlihat adegan yang tidak dimasukkan pada postingan video 'Tweet Jahat' yang diunggah pada tanggal 14 April 2017 poin nomor empat yang dimana Anies disuruh untuk menyebutkan sila Pancasila (lihat hal 165). Pada video ini, terlihat seorang satpam mendatangi Anies dan meminta untuk Anies menyebutkan nama-nama ikan. Setelah mendengar permintaan tersebut wajah Anies hanya tersenyum dan memberikan jempol yang menandakan 'OK' atau 'Iya' (lihat gambar 4.97).

- Pada kompilasi video kedua merupakan video ‘*Tweet Jahat*’ yang memperlihatkan Anies membacakan cuitan jahat tersebut kepada Sandi (lihat gambar 4.97). Setelah Anies membacakan cuitan tersebut, Sandi menyatakan bahwa dirinya menjadi ingin menyanyi yang kemudian muncul video dimana Anies, Sandi dan bersama kru yang menggunakan kostum *band* zaman dahulu atau pengamen (lihat gambar 4.97). Berikut adalah ucapan (audio) pada video ini:

Anies: “Bro ini ada.. ada *tweet* jahat lagi nih. Ini dari baja muda, ‘Anies hanya pandai ngomong tapi hasilnya tidak ada. Itulah yang disebut Tong Kosong Bunyinya Nyaring.”

Sandi: “Bro, jadi pengen nyanyi nih”





aniesbaswedan Untuk mengapresiasi teman-teman yang sudah bersemangat mengirimkan #TweetJahat, kami persembahkan kompilasi #TweetJahat yang gagal tayang tapi dibuang sayang. :)

Gambar 4.97. *Screenshot Video & Caption Postingan Kompilasi Video 'Tweet Jahat' unggahan keempat*

4.2.2.2 Pembahasan Hasil Analisis Postingan Anies

Penjelasan mengenai analisis postingan Anies diatas menunjukkan bahwa postingan yang diunggah Anies selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 pada akun *Instagram* @aniesbaswedan terdapat postingan yang berisi program kampanye Anies-Sandi, iklan kampanye Anies-Sandi, video lucu, foto selfie bersama artis, kegiatan Anies ketika berkunjung ke lingkungan rumah warga dan komunitas tuna rungu, bertemu dengan organisasi Islam, video yang berisi pidato Anies, dan lainnya. Berikut penjelasan postingan yang diunggah Anies berdasarkan kategori Strategi & Taktik *Impression Management* Jones & Pittman:

1. *Ingratiation*

a) *Favor doing*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *favor doing* ini merupakan postingan yang berisi video lucu, postingan bersama keluarga, foto *selfie* bersama artis, dan lainnya. Sikap *favor doing* pada postingan Anies ditunjukkan agar terlihat

dirinya merupakan sosok yang baik, penyayang, *humble* dan *low-profile* yang ditunjukkan dengan sikap hangat dan simbol cinta seperti memeluk, menggendong, tersenyum, tertawa dan lainnya. Salah satu postingan yang menunjukkan kesan tersebut terlihat dari postingan ketika Anies berkunjung ke lingkungan rumah warga yang sedang menggendong bayi seorang warga,

Pada postingan yang berisi video lucu tersebut terlihat pada postingan '*Tweet Jahat*' yang berisi candaan dalam menjawab cuitan-cuitan jahat yang ditujukan ke Anies melalui *Twitter*. Melalui postingan '*Tweet Jahat*' dapat terlihat bahwa Anies menunjukkan dirinya yang ramah, tidak kaku, mudah berteman dan juga humoris yang terlihat dari tindakan lucu Anies dan juga kedekatan antara Anies dengan para kru dari postingan '*Tweet Jahat*'. Sikap Anies yang menunjukkan dirinya merupakan seorang yang humoris terlihat juga dari postingan-postingan ketika dirinya di program acara Blak-Blakan dan Jakarta Kece.

b) *Self-enhancement*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *self-enhancement* ini merupakan postingan yang berisi promosi program acara yang dibintangi Anies. Program acara yang dipromosikan tersebut adalah acara Blak-Blakan, program tv '*Menanti Jawara Jakarta*', dan program tv '*Jakarta Kece*'. Postingan yang berisi promosi program acara yang dibintangi

Anies termasuk ke dalam taktik *self-enhancement* dikarenakan dengan mempromosikan acara yang dibintangi oleh Anies menjadi sebuah wadah dimana Anies dapat meningkatkan diri agar lebih dikenal dan disukai oleh calon pemilih.

c) *Other-enhancement*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *other-enhancement* hanya postingan yang memperlihatkan foto *selfie* dirinya bersama beberapa artis yaitu para *host* dan juri dari program tv 'Dangdut Academy 4'. Pada postingan tersebut Anies memuji program acara tersebut melalui tulisan *caption*-nya dengan kata “@dangdut_academy4 memang #OKOCE!”. Sikap memuji tersebut merupakan taktik *other-enhancement* yang dimana dengan memuji orang lain memiliki pengaruh bahwa orang yang memuji tersebut akan disukai pula oleh orang yang dipuji dan orang lain.

d) *Opinion conformities*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *opinion conformities* ini hanya postingan yang memperlihatkan dirinya yang menunjukkan aksi Tolak Reklamasi. Seperti yang diketahui, proyek Reklamasi Teluk Jakarta yang dijalankan oleh Basuki dan Pemprov DKI. Aksi Anies yang menolak proyek reklamasi merupakan tindakan Anies menyetujui dan memihak pada pihak yang kontra terhadap proyek tersebut. Aksi tersebut dapat berdampak pada penentuan suara dari calon pemilih

terutama pada calon pemilih atau warga yang juga menolak adanya proyek reklamasi tersebut.

2. *Self-promotion*

a) *Performance claim*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *performance claim* ini merupakan postingan yang berisi program kampanye Anies-Sandi. Program kampanye Anies-Sandi sebagai bentuk dari pernyataan Anies-Sandi bahwa dirinya akan dan mampu melakukan program tersebut ketika terpilih pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Selain postingan yang berisi program kampanye Anies-Sandi, postingan dengan taktik *performance claim* juga ditunjukkan melalui postingan yang berisi jawaban Anies dari pertanyaan mengenai rencana Anies di masa depan jika dirinya terpilih sebagai Gubernur.

Pada postingan yang berisi jawaban Anies dari pertanyaan mengenai rencana Anies di masa depan jika dirinya terpilih sebagai Gubernur tersebut merupakan pernyataan Anies dan ditunjukkan bahwa dirinya ingin dilihat sebagai sosok yang kompeten. Pernyataan yang diucapkan Anies berisi kata-kata yang bersifat motivasi, dan dapat meyakinkan calon pemilih bahwa dirinya mampu dan layak menjadi sebagai Gubernur DKI Jakarta selanjutnya. Berikut adalah jawaban Anies untuk pertanyaan tersebut yaitu:

“Gubernur menjangkau semua, bukan hanya menjalankan program. Tetapi merawat kebhinnekaan, memastikan

hukum tegak untuk semua. Dan bisa berkomunikasi dengan siapa saja yang ada di Jakarta. Gubernur harus menjadi gubernur semuanya. Dan yang tidak kalah penting adalah memfasilitasi dialog. Ketika saya Gubernur, maka saya akan fasilitasi dialog, pihak-pihak yang berbeda. Baik itu sosial ekonomi atas bawah, ataupun pandangan ideologi kanan kiri. Saya jangkau semuanya untuk komunikasi. Supaya apa?. Kota ini terus menjadi cermin, tidak ada kota lain lebih bhinneka dari Jakarta. Ketika saya Gubernur, justru saya menyadari kata-kata saya harus merekatkan, kata-kata saya justru harus membangun suasana persatuan. Untuk memastikan Jakarta tetap bhinneka, Jakarta tetap tegak hukum, dan suasana persatuan ada di Jakarta.”

b) *Performance account*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *performance account* ini merupakan postingan yang menunjukkan iklan kampanye Anies-Sandi ‘3 Ya 3’ dan juga testimoni dari wirausahawan yang telah mencoba program OK OCE. Pada postingan yang berisi iklan kampanye Anies Sandi ‘3 Ya 3’ tersebut memperlihatkan adanya beberapa artis yang menyanyikan lagu untuk mendukung Anies-Sandi. Artis-artis tersebut antara lain Raffi Ahmad, Nagita Slavina, Denada Tambunan, Ustadz Solmed, Ihsan Tarore dan lain-lain. Melalui postingan tersebut Anies menunjukkan bahwa disekitar Anies ada beberapa artis yang mendukungnya.

Postingan yang memperlihatkan beberapa artis sebagai pendukung Anies-Sandi dapat menjadi pegangan kuat untuk mendapatkan ketertarikan calon pemilih terhadap Anies-Sandi dan juga mendapatkan suara dari calon pemilih. Selain itu, melalui postingan tersebut Anies ingin menunjukkan bahwa

dirinya berkompeten menjadi pemimpin dikarenakan adanya beberapa orang yang mempercayai dan mengandalkan dirinya agar menjadi Gubernur DKI Jakarta selanjutnya. Hal tersebut juga dilakukan melalui postingan yang berisi testimoni program OK OCE.

Postingan yang berisi testimoni tentang program yang diajukan Anies-Sandi yaitu OK OCE dapat meningkatkan tingkat kepercayaan calon pemilih bahwa program tersebut berhasil dan dapat dilakukan oleh warga Jakarta. Melalui postingan tersebut Anies ingin menunjukkan orang-orang yang disekitarnya yang merasakan hasil kerja atau kemampuannya melalui program OK OCE. Dengan menunjukkan hal tersebut dapat meningkatkan citra diri Anies dan mendapatkan kesan bahwa dirinya berkompeten dan layak sebagai Gubernur DKI Jakarta selanjutnya.

3. *Exemplification*

a) *Militancy*

Pada postingan yang termasuk ke dalam taktik *militancy* ini merupakan postingan yang berisi pidato Anies yang membahas tentang pendidikan dan persatuan. Selain postingan tersebut terdapat postingan yang berisi iklan kampanye Anies-Sandi. Postingan iklan kampanye Anies-Sandi yang termasuk taktik *militancy* dan tidak termasuk taktik *performance account* ini dikarenakan pada postingan tersebut memberikan kesan bahwa

Anies mengajak untuk melakukan hal kebaikan untuk memperbaiki negeri melalui lirik lagu (pada video) dan juga tulisan *caption* yang ditulis.

Kata-kata yang digunakan dalam lirik dan juga *caption* terkesan sebagai kata-kata motivasi dan positif sehingga postingan ini memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang bermoralitas tinggi dan berintegritas. Lirik pada lagu ini bernuansa agama Islam yang berjudul ‘*Tala’al Badru*’ yang telah diaransemen dengan mengubah pada bagian lirik lagu sebagai berikut:

*“Wahai para sahabat semua. Mari bergabung bersama..
Satukanlah semangat kita, untuk sebuah perubahan..
Mari saatnya kita peduli, demi perbaikan negeri..
Janganlah lagi berdiam diri, mari perbaiki negeri..
Lepaskan semua ragu dan duka, rapatkan barisan kita..
Bersama insya Allah bisa, mari sambut pemimpin kita..
Tala’al-Badru ‘alayna, min thaniyyatil-Wada’
Wajaba al-shukru ‘alayna, ma da’a lillahi da’.”*

Postingan yang berisi pidato Anies memberikan kesan bahwa dirinya merupakan sosok yang bermoral positif, peduli dengan keadaan sekitar, berintegritas, memiliki intelektualitas yang tinggi dan dapat dijadikan contoh. Hal tersebut dilakukan melalui kata-kata yang diucapkan Anies yang bersifat positif, memotivasi, ajakan untuk melakukan kebaikan, dan pernyataan Anies bahwa dirinya dan wakilnya berkomitmen untuk mampu mewujudkan keinginan warga Jakarta seperti persatuan, kedamaian, dan pendidikan.

Pada postingan yang diunggah Anies terlihat bahwa terdapat jenis pakaian khusus yang dikenakan Anies yaitu kemeja putih (baju kampanye), kemeja polos, kaos polo, dan baju koko putih. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kemeja dapat menandakan pakaian yang formal, rapih, sopan, dan memperlihatkan profesionalitas pada individu yang mengenakannya. Pada kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 Anies menggunakan kemeja dan baju koko berwarna putih sebagai baju kampanye. Warna putih dikaitkan dengan suci dan bersih. Selain itu, warna putih juga dapat dikaitkan dengan agama yang dianut Anies-Sandi yaitu Islam dimana berkaitan erat juga dengan kesucian. Sehingga kemeja putih yang digunakan sebagai baju kampanye Anies-Sandi ditunjukkan untuk memperlihatkan bahwa Anies merupakan sosok yang profesional, berkompeten, berwibawa dan menjunjung ajaran agama Islam.

Selain kemeja, Anies juga mengenakan baju polo pada beberapa postingan. Baju polo ditandakan dengan tidak terlalu terkait dengan formalitas atau kaku seperti kemeja, atau dapat dikatakan baju polo terkesan lebih santai dibandingkan dengan kemeja. Baju polo yang dikenakan Anies pada beberapa postingan dilakukan untuk menurunkan tingkat kekakuan yang melekat pada politisi. Baju polo yang terkesan lebih santai dapat memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang tidak kaku dan mudah berteman.

Pada postingan yang diunggah Anies terdapat beberapa postingan yang memunculkan wajah para artis yaitu diantaranya adalah Nagita

Slavina, Raffi Ahmad, Mulan Jameela, Denada, Neno Warisman, Jamal Mirdad, Muhammad Ihsan Tarore, Dwiki Darmawan, Astri Ivo, Krisdayanti, Ustad Solmed, dan lainnya yang dimana beberapa diantara artis tersebut merupakan pendukung Anies-Sandi. Duncombe (2007) menyatakan bahwa ada kepercayaan ketika artis mendukung salah satu kandidat atau partai membuat media hingga masyarakat umum akan menyadari dan memperhatikan tentang kandidat/partai yang didukung.

Pada postingan yang diunggah Anies juga ada beberapa video yang berisi pernyataan-pernyataan atau pidato Anies mengenai kebhinnekaan, persatuan, kedamaian, pendidikan dan pemimpin. Dalam video tersebut ucapan Anies diucapkan dengan cara memotivasi, kata-kata positif dan memberikan solusi atas permasalahan sehingga video tersebut memberikan kesan bahwa Anies merupakan sosok yang berintelektual tinggi yang mampu menangani masalah. Cara tersebut dilakukan dikarenakan Anies telah dikenal masyarakat bahwa dirinya pernah menjabat sebagai Menteri Pendidikan & Kebudayaan Indonesia.

Melalui beberapa postingan terlihat Anies menunjukkan bahwa dirinya merupakan orang yang berintelektual tinggi, bijaksana, berwibawa, dan dapat bertindak tenang dalam menangani masalah. Akan tetapi, melalui beberapa postingan Anies juga menunjukkan bahwa dirinya merupakan orang yang humoris dan mudah berteman yang ditunjukkan melalui postingan yang berisi video lucu seperti postingan 'Tweet Jahat', video dirinya sedang menge-*rap*, video dirinya yang

ber-*stand up* di acara Jakarta Kece, dan lainnya. Selain itu juga ditunjukkan melalui *caption* yang ditulis pada postingan.

Caption yang dituliskan Basuki pada postingan ini memiliki gaya tulisan yang lebih bersifat bersahabat jika dibandingkan dengan penulisan *caption* oleh Basuki. Hal tersebut dikarenakan pada *caption* ditulis dengan sedikit candaan dan juga terdapat beberapa tulisan *caption* yang tidak berkaitan dengan kampanye atau Pilkada DKI Jakarta 2017. Selain itu, terdapat beberapa tulisan *caption* yang berisi emoji atau *emoticon* ‘:)’ yang menandakan tersenyum. Cara penulisan tersebut dilakukan untuk meningkatkan kesukaan *user* (calon pemilih) terhadap dirinya dan juga memberikan kesan bahwa dirinya merupakan orang yang bersahabat dan tidak kaku.

Pada tulisan *caption* lainnya Anies menuliskan dengan kata-kata yang bersifat berpidato dan juga tulisan berisi janji atau komitmen Anies. Komitmen tersebut berkaitan dengan penetapan janji dan program yang dirancangnya ketika dirinya terpilih menjadi Gubernur DKI Jakarta selanjutnya. Selain itu, Anies juga menuliskan *caption* yang mengindikasikan dirinya sebagai Muslim (orang Islam) dengan penggunaan kata-kata tertentu. Kata-kata tersebut diantaranya adalah ‘Insyaa Allah’, ‘soleh’, ‘Alhamdulillah’, ‘Yang Maha Membolak-balikkan Hati’, ‘Rais Syuriah’, dan ‘Islam Rahmatan Lil Alamin’.

Pada postingan Anies juga terdapat beberapa *hashtag* yang digunakan yaitu diantaranya adalah ‘#MajuBersama’,

‘#BlakBlakanAniesSandi’, ‘#RumahMilikS3ndiri’, ‘#SuperFamily100’, ‘#SalamBersama’, ‘#Jakarta Kece’, ‘#GubernurGu3’, ‘#DPNol’, ‘#OKOCE’, ‘#3Ya3’, ‘#tweetjahat’, ‘#TweetJahat’, ‘#DAcademy4’.

Hashtag ‘#SalamBersama’ merupakan slogan resmi Anies Sandi. Sedangkan *hashtag* ‘#MajuBersama’ merupakan *hashtag* yang digunakan pada postingan yang berisi promosi Anies-Sandi yang dituliskan dengan cara Anies mengajak untuk melangkah ke tempat lebih baik bersama Anies-Sandi sehingga *hashtag* dituliskan dengan ‘Maju Bersama’ dimana kata ‘Bersama’ merupakan bagian slogan Anies-Sandi.

Hashtag ‘#BlakBlakanAniesSandi’, ‘#Jakarta Kece’, ‘#SuperFamily100’, ‘#DAcademy4’ merupakan *hashtag* yang digunakan pada postingan yang berisi dan berkaitan dengan acara atau program tv yang dibintangi oleh Anies. *Hashtag* ‘#GubernurGu3’ dan ‘#3Ya3’ merupakan *hashtag* yang digunakan pada postingan yang mempromosikan tentang Anies-Sandi. Hal tersebut dikarenakan ada tulisan angka tiga “3” pada *hashtag* yang menandakan nomor urut Anies-Sandi di Pilkada DKI Jakarta 2017. *Hashtag* ‘#GubernurGu3’ dapat dibaca ‘Gubernur Gue’ yang merubah huruf E menjadi angka 3 yang memiliki makna bahwa “Gubernur *gue* (arti: saya) adalah nomor 3 yaitu Anies-Sandi”.

Hashtag ‘#DPNol’ dan ‘#OKOCE’ merupakan *hashtag* yang digunakan pada postingan yang mempromosikan program kampanye yang diajukan Anies-Sandi. Sedangkan *hashtag* ‘#RumahMilikS3ndiri’ juga termasuk dalam promosi salah satu program kampanye Anies-Sandi

yaitu program DPNol. *Hashtag* ‘#RumahMilikS3ndiri’ terdapat angka tiga ‘3’ yang juga merupakan bentuk promosi Anies-Sandi yang disimbolkan dengan angka tiga. Sedangkan *hashtag* ‘#tweetjahat’ dan ‘#TweetJahat’ merupakan *hashtag* yang digunakan pada postingan yang berisi tentang video dimana Anies menjawab cuitan jahat yang dikirimkan ke akun *Twitter* Anies yang dikemas dengan candaan.

4.3 Pembahasan Penggabungan Analisis Kedua Bentuk Data

Dari hasil data kuantitatif yang didapatkan menunjukkan bahwa Basuki dan Anies sama-sama memilih atau menggunakan strategi *impression management* yaitu strategi *ingratiation* pada postingannya yang diunggah melalui akun *Instagram* Basuki (@basukibtp) dan Anies (@aniesbaswedan) selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua. Basuki menggunakan strategi *ingratiation* sebanyak 44,9% dan Anies menggunakan strategi *ingratiation* sebanyak 58%. Perbedaan Basuki dan Anies terletak pada penggunaan taktik dalam strategi *ingratiation* yaitu Basuki menggunakan taktik *favor doing & self-enhancement*, sedangkan Anies menggunakan taktik *favor doing*.

Alasan pemilihan strategi *ingratiation* tersebut dikarenakan keinginan seorang individu untuk disukai oleh orang lain. Jones & Pittman (1982) mengatakan bahwa “*Much of our social behavior is shaped by a concern that others like us and attribute to us such characteristics as warmth, humor, reliability, charm and physical attractiveness*”. Hal tersebut juga berlaku untuk Basuki maupun Anies yang mengingat bahwa mereka merupakan seorang politisi

dan seorang calon kandidat dalam pemilihan umum yang saling bersaing untuk mendapatkan dukungan dan memenangkan Pilkada DKI Jakarta 2017 tersebut.

Pemilihan strategi *ingratiation* oleh Basuki disebabkan banyaknya warga yang tidak menyukai dirinya. Menurut LSI (Lingkaran Survei Indonesia) Denny JA menyebutkan bahwa tingkat kesukaan terhadap Basuki-Djarot paling rendah sebesar 58% (databoks.katadata.co.id). Hasil tersebut disebabkan karena adanya kasus isu penodaan agama sebanyak 47,2% dan juga sikap Basuki yang dinilai kasar dan lainnya (databoks.katadata.co.id). Penilaian sikap Basuki dinilai kasar tersebut terlihat ketika dirinya menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta yang menjabat mulai tahun 2014 yang menggantikan Jokowi setelah Jokowi menjadi Presiden Indonesia.

Strategi *ingratiation* oleh Basuki dalam postingannya dilakukan dengan taktik *favor doing* dan *self-enhancement*. Pada postingan dengan taktik *favor doing* dilakukan dengan menunjukkan dengan memperlihatkan kedekatan Basuki dengan keluarganya, Djarot dan keluarga Djarot; dan memperlihatkan sikap baik Basuki dengan orang-orang yang memiliki perbedaan kepercayaan (agama) yang berbeda dengan dirinya. Sedangkan postingan dengan taktik *self-enhancement* dilakukan dengan menunjukkan hal-hal yang berkaitan dengan dirinya seperti promosi program acara yang dibintanginya, memperlihatkan kepercayaan dirinya melalui *gesture* tubuh dan juga *self-flattering*.

Postingan dengan strategi *ingratiation* oleh Basuki menimbulkan kesan bahwa Basuki merupakan sosok yang baik, murah hati, toleransi dengan orang yang berbeda agama atau kepercayaan dengan dirinya, memiliki sifat atau rasa berterima kasih kepada orang lain, memiliki rasa percaya diri yang tinggi dan

orang yang dekat dengan keluarga. Hal tersebut ditunjukkan untuk menghilangkan atau mengurangi persepsi atau penilaian masyarakat terutama warga Jakarta mengenai dirinya yang dikenal sebagai orang yang kasar. Basuki dikenal sebagai orang dengan gaya kepemimpinan yang kasar disebutkan dalam survei yang dilakukan oleh Lembaga survei Media Survei Indonesia Nasional (Median) yang berlangsung mulai 24 April hingga 4 Mei 2016 dengan hasil sebanyak 43,4% (www.viva.co.id).

Pemilihan strategi *ingratiation* oleh Anies dilakukan untuk mendapatkan dan meningkatkan kesukaan calon pemilih terhadap Anies. Hal tersebut dikarenakan pada masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua tersebut Anies bersaing dengan calon gubernur petahana yaitu Basuki yang memiliki popularitas yang lebih tinggi dibandingkan dirinya dan sudah dikenal baik dari kepribadian maupun cara kerja Basuki oleh warga Jakarta. Pemilihan strategi *ingratiation* juga disebabkan adanya kesempatan untuk menarik perhatian dan meraih kesukaan dari calon pemilih terhadap Anies-Sandi dikarenakan pada saat masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua tersebut Basuki sedang terjerat kasus dugaan penodaan agama (Islam) yang berdampak pada penentuan pemilihan suara.

Strategi *ingratiation* oleh Anies dalam postingannya yang diunggah melalui akun *Instagram*-nya (@aniesbaswedan) dilakukan dengan menunjukkan dirinya agar terlihat sebagai sosok yang baik, ramah, penyayang, mudah berteman, *humble* dan *low-profile* yang ditunjukkan dengan sikap hangat dan simbol cinta seperti memeluk, menggendong, tersenyum, tertawa dan lainnya. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan popularitas dan citra Anies yang pernah menjabat sebagai

Rektor Termuda dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang harus dijaga yang berdampak pada keputusan pemilih. Lilleker (2006, dalam Sharlamanov & Jovanoski, 2014) menyebutkan bahwa 30-40% pemilih membuat keputusan mereka untuk memilih kandidat tertentu atas dasar citra mereka.

Pada pembahasan data kualitatif terlihat bahwa terdapat beberapa perbedaan cara yang dilakukan oleh Basuki dan Anies yang salah satunya adalah pada postingan Basuki memiliki beberapa postingan memperlihatkan istri dan anak-anaknya lebih banyak dibandingkan Anies. Perbedaan yang selanjutnya adalah Basuki mengunggah 3 postingan yang memperlihatkan dirinya bersama para tokoh agama dari organisasi Islam, sedangkan pada postingan yang diunggah Anies hanya terdapat 1 postingan. Postingan yang memperlihatkan dirinya bersama para tokoh dari organisasi berstandarkan ajaran Islam merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh Basuki untuk memperbaiki citranya.

Postingan yang memperlihatkan dirinya bersama para tokoh dari organisasi Islam dilakukan dikarenakan adanya kasus yang menduga adanya tindakan penodaan agama (Islam) yang dilakukan Basuki. Kasus tersebut menimbulkan respon amarah yang besar dari masyarakat hingga munculnya aksi demo dengan jumlah massa yang sangat banyak yang terjadi pada tanggal 4 November 2016 dan 2 Desember 2016. Sehingga kasus tersebut memiliki dampak negatif yang besar bagi Basuki yang berpengaruh pada citra Basuki. Citra negatif yang terbentuk akan mempengaruhi terdapat keputusan untuk memilih kandidat pada pemilihan suara.

Pada pembahasan data kualitatif terdapat satu postingan yang diunggah Anies yang menunjukkan keputusan Anies yang berlawanan dengan Basuki. Hal

tersebut merupakan postingan yang menunjukkan bahwa Anies menolak proyek Reklamasi. Aksi Anies yang menolak proyek reklamasi merupakan tindakan Anies menyetujui dan memihak pada pihak yang kontra terhadap proyek tersebut. Aksi tersebut dapat memunculkan ketertarikan calon pemilih terhadap Anies-Sandi yang kemudian berdampak pada penentuan suara dari calon pemilih terutama pada calon pemilih atau warga yang juga menolak adanya proyek reklamasi tersebut.

Selain itu, pada postingan Anies juga terdapat postingan yang memanfaatkan keadaan dimana banyak para warga Jakarta yang marah atas adanya pengusuran salah satu lingkungan warga yang dilakukan Basuki yang dapat menjadi keuntungan bagi Anies-Sandi. Pada postingan tersebut Anies menunjukkan bahwa dirinya berpihak pada warga yang tidak ingin rumahnya digusur. Pada postingan tersebut juga menunjukkan sebuah video yang berisi janji Anies-Sandi yang akan membangun kembali rumah-rumah warga yang telah digusur tersebut. Hal tersebut merupakan salah satu cara Anies untuk menarik perhatian dan juga kesukaan warga Jakarta terhadap Anies-Sandi yang berdampak pada keputusan untuk memilih kandidat.

Pada postingan yang diunggah Basuki dan Anies juga memiliki kesamaan yaitu terdapat beberapa postingan yang memunculkan para artis. Hal tersebut merupakan cara promosi diri dengan memanfaatkan kepopuleritasan para artis pada postingannya. Duncombe (2007) menyatakan bahwa ada kepercayaan ketika artis mendukung salah satu kandidat atau partai membuat media hingga masyarakat umum akan menyadari dan memperhatikan tentang kandidat/partai yang didukung. Sehingga kepopuleritasan artis tersebut mengundang para media

untuk meliput kandidat tersebut dan juga mengundang para masyarakat umum dan penggemarnya untuk menoleh ke kandidat tersebut yang akhirnya terbentuk proses *brand awareness* para kandidat tersebut.

Postingan-postingan yang diunggah Basuki dan Anies tersebut termasuk merupakan bentuk *promotion* pada proses *marketing*. Promosi-promosi dalam postingan tersebut dilakukan dengan cara *advertising* (periklanan) yang berupa iklan kampanye; *sales promotion* yang berupa postingan promosi program-program yang diajukan oleh Basuki-Djarot dan Anies-Sandi; dan cara *public relations* berupa postingan yang memperlihatkan kegiatan Basuki atau Anies yang sedang berkunjung ke lingkungan warga dan organisasi untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang baik. Bentuk promosi-promosi tersebut didalamnya merupakan salah satu bentuk *political marketing* yang merupakan kegiatan untuk mempengaruhi pemilih untuk mencapai jumlah suara terbanyak (Okan, Topcu, & Akyuz, 2014).