

DINAMIKA CITRA CALON PRESIDEN RI 2024 DALAM KONTESTASI POLITIK

Jahid Syaifullah¹, Agung Wibiyanto², Ali Arif Setiawan³

¹Program Studi DIV Produksi Media Politeknik Indonusa Surakarta.

²Program Studi DIII Perhotelan Politeknik Indonusa Surakarta.

³Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Surakarta

* Corresponding author, e-mail: jahid@poltekindonusa.ac.id

ABSTRACT

The political competition in Indonesia is quite dynamic and is also heating up towards 2024, especially from the competing candidates for the Indonesian presidency, such as Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto and also Anies Baswedan. The purpose of this article is to review the dynamics of the image of the 2024 RI presidential candidate in political contestation. The method used is qualitative with descriptive analysis, where the data obtained is processed and reduced and analyzed to become an article. The findings state that the dynamics of the image of the 2024 Republic of Indonesia presidential candidate include personal images of Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto and Anies Baswedan, images in issues of sustainability and issues of change, Anies Baswedan "held hostage" by identity politics, President Jokowi's legacy competition among sustainability groups, Ganjar's image as a barrier Pranowo as "party official", All Jokowi Mens, Prabowo Subianto's calm politics, battle between king makers, volunteer political pattern.

Keywords: Image Dynamic, RI 2024 presidential candidate, Political Contest.

Pendahuluan

Dinamika politik yang begitu cair di saat ini masih menyibak beberapa pertanyaan yakni salah satunya ialah pengusungan calon presiden dan wakil presiden RI untuk 2024, walaupun sudah ada 3 calon presiden yang terlihat yakni Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan Anies Baswedan. Hal ini juga sejalan dengan peta politik yang berubah, di mana partai politik yang semula duduk di jajaran pemerintahan sekarang ini telah membuat anjang anjang dengan membentuk poros poros politik baru sebagai senjata menghadapi pemilu 2024 yang bertepatan dengan pemilihan legislatif dan juga eksekutif.

Poros pertama ialah Koalisi Indonesia Bersatu (KIB) yang dimotori oleh Golkar, PAN dan PPP yang terus melakukan penjjajakan koalisi semenjak pertengahan tahun 2022 yang akhirnya PPP memutuskan untuk bergabung ke koalisi PDIP. Poros kedua ialah Koalisi Perubahan, di mana dimotori oleh Nasdem, Demokrat dan PKS, koalisi ini semakin intens ketika Nasdem secara terang terangan mengajukan Anies Baswedan sebagai calon presiden 2024 dan terus merapatkan diri dengan Demokrat dan PKS untuk menentukan calon wakil presiden di dalam mendampingi calon presiden Anies Baswedan.

Poros ketiga yakni Koalisi Indonesia Raya yang dimotori oleh Gerindra dan juga PKB, di mana sampai saat ini belum ada kesepakatan mengenai calon presiden dan wakil presiden dari koalisi ini walaupun Gerindra sudah mengajukan nama Prabowo Subianto sebagai calon presiden. Poros terakhir ialah poros keempat yang kemungkinan diisi oleh PDIP sebagai partai pemenang pemilu 2014 dan 2019 yang telah mengusung Ganjar Pranowo yang diikuti dengan PPP, Hanura, Perindo dan juga PSI. Oleh sebab itu, dari beberapa kandidat calon presiden yang akan bertarung di 2024 baik itu Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan Anies Baswedan berusaha mengangkat citranya masing masing untuk menarik simpati publik.

Dalam artikel ini nantinya juga akan mengulas beberapa dinamika citra yang muncul dari ketiga kandidat calon presiden RI 2024. Dalam penelitian (Juniarti et al., 2018)(Panuju, 2017)(Fitri & Adeni, 2020) menjelaskan bahwa citra politik adalah identitas politik.

Citra merupakan visualisasi dari atribut yang diberikan dan dipersepsikan oleh pihak luar. Citra ini bisa berupa reputasi dan kredibilitas yang dipersepsikan oleh masyarakat.(Muchtar, 2016) Di dalam menampilkan sebuah citra tentunya diperlukan beberapa media pendukung seperti media sosial dll, di mana akan mengangkat citra positif dari kontestan di dalam mengonstruksikan identitas dirinya sambil menawarkan produk politik yang menarik serta menancapkan positioning yang kuat dalam benak konstituen.(Fadiyah & Simorangkir, 2021)(Pramelani & Widyastuti, 2021) Di sisi lain, penelitian dari (Rahayu Ramadani & Mifda Hilmiyah, 2019) yang ditunjang dengan hasil penelitian (Griebie & Immelman, 2020) dan juga (Kellner, 2017)(Niburski & Niburski, 2020)(Newman et al., 2021) yang menjelaskan lima langkah pencitraan yang akan dilakukan oleh kandidat politik antara lain memilih konten yang sesuai dengan karakteristik yang akan dibangun, mempunyai saluran media dan mempublikasikannya secara masif, mampu menciptakan citra yang tertanam di benak publik, mengukur saluran media yang telah digunakan serta tidak kalah pentingnya mengusahakan untuk tidak merubah citra yang terbilang berhasil tersebut.

Di dalam penelitian yang dilakukan oleh (Fadiyah & Simorangkir, 2021) dalam mengulas komunikasi politik Jokowi, di mana citra Jokowi yang cukup kuat pada citra kini, citra keinginan dan citra penampilan, sedangkan untuk citra cermin dan korporasi dinilai lemah. Hal tersebut terlihat ketika ada jarak antara PDIP dengan Jokowi yang lebih sering terlihat nyaman dengan partai lain. Konteks ini sejalan dengan (Juniarti et al., 2018) di dalam penelitiannya juga menjelaskan rancangan strategi di dalam manajemen kesan, di mana uraian penelitian ini menyebutkan terdapat tiga strategi di dalam membentuk manajemen kesan presiden Jokowi menjelang pilpres 2019. Tiga strategi tersebut antara lain self promotion, ingratia-tion, dan exemplification.

Maka daripada itu, pengelolaan kesan juga dapat didefinisikan sebagai teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan tertentu dalam situasi tertentu pula untuk mencapai tujuan tertentu.(Fitri & Adeni, 2020). Goffman dalam (Maharanie Putri & Nurrahmawati, 2022)(Alvin, 2019)(Rustanta, 2020) menyatakan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri atau presentasi diri yang akan diterima oleh orang lain seperti busana, cara berjalan dan berbicara dapat digunakan untuk presentasi diri.

Maka daripada itu, dapat pula digambarkan bahwa kesan merupakan citra yang muncul dari sisi merepresentasikan personal tokoh dalam hal ini tokoh politik yang bertarung di dalam pemilihan umum presiden 2024. Konteks ini juga menyiratkan bahwa representasi ini merupakan kajian yang menarik karena kandidat dan tim pemenangannya mengolah berbagai citra agar mereka tampak baik dan dipilih oleh masyarakat ketika hari pencoblosan.

Metode Penelitian

Dalam penulisan artikel ini, menggunakan analisis kualitatif dengan analisis deskriptif. Data data yang didapatkan dari beberapa media baik dari media online dan juga beberapa pemberitaan di media mainstream. Kualitatif dipilih oleh penulis mengingat ragam ini merupakan yang paling tepat untuk memahami teks dan konteks dari data untuk mengetahui makna makna apa saja secara khusus dari data yang didapatkan terlebih di dalam dinamika citra yang muncul dari kontestasi politik dalam memperebutkan kursi presiden RI 2024.

Data data yang didapatkan tersebut diolah dengan persepsi penulis mengingat persepsi penulis sendiri merupakan sebuah salah satu instrumen di dalam mempengaruhi kualitas tulisan yang diangkat.

Hasil dan Pembahasan

Dalam membahas tentang beberapa citra yang muncul, memang dari beberapa tokoh yang akan bertarung dalam kontestasi politik untuk memperebutkan posisi sebagai presiden Indonesia di tahun 2024 yang akan dilakoni oleh Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan Anies Baswedan terlihat dari beberapa citra yang dipaparkan di bawah ini :

A. Citra Personal dari Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan Anies Baswedan

Jika dilihat dari citra politik yang ada, baik ketiganya dari Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan Anies Baswedan mempunyai jejak panjang dalam politik. Seperti yang diketahui bahwa Ganjar Pranowo merupakan kader PDIP yang dirintis mulai dari masa mudanya sampai dengan menduduki anggota legislatif selama dua periode dan dilanjutkan menjadi gubernur Jawa Tengah selama dua periode. Menginjak di pertengahan tahun 2020, dirinya sudah digadang gadang menjadi calon presiden RI 2024 dan sejumlah lembaga survey menempatkan sosok Ganjar ini di tiga calon teratas yang disukai oleh publik. Walaupun di dalam internal PDIP sendiri muncul perdebatan cukup keras dan seakan akan membelah partai itu menjadi dua friksi besar antara pendukung Ganjar dengan pendukung Puan Maharani, namun sudah diselesaikan di tanggal 21 April 2023, di mana Megawati Soekarnoputri melalui hak prerogatifnya telah menunjuk Ganjar Pranowo sebagai calon presiden RI 2024 yang diusung oleh PDIP.

Tokoh yang kedua, yakni Prabowo Subianto yang mengawali kariernya sebagai TNI di Kopassus dan berakhir sebagai panglima Kostrad serta menjadi bagian dari keluarga Cendana juga menjadi perhatian tersendiri bagi citra politiknya. Semenjak Reformasi yang telah menurunkan Orde Baru, nama Prabowo Subianto sempat menghilang dan muncul kembali sejak tahun 2004 dan masuk ke politik menghiasi pemilihan umum presiden di tahun 2009 yang berpasangan dengan Megawati Soekarnoputri. Partai politik yang didirikan Prabowo sendiri juga bukan merupakan partai kecil, di mana sejak tahun 2009, nama Gerindra menjadi perhatian tersendiri bagi dinamika politik di saat itu. Hal ini dibuktikan di dalam pemilihan umum tahun 2014 dan 2019, di mana posisi Gerindra dan Prabowo Subianto menjadi pemimpin oposisi bagi partai politik lainnya seperti PKS, PAN, Demokrat. Di dalam pemilihan umum tahun 2014 dan 2019, memang Prabowo Subianto dikalahkan oleh Joko Widodo untuk menjadi presiden Republik Indonesia. Namun uniknya, ketika pemilihan umum tahun 2019 berakhir, nama Prabowo Subianto secara mengejutkan publik khususnya bagi para pendukung

Prabowo sendiri di tahun 2019, di mana presiden Joko Widodo menunjuknya untuk duduk sebagai menteri Pertahanan di dalam kabinet pemerintahan yang dibentuk presiden Joko Widodo. Menginjak di pertengahan tahun 2020, sejumlah lembaga survey mulai menjajagi nama-nama yang berpengaruh dan juga menempatkan nama Prabowo Subianto di tiga papan atas untuk calon Presiden RI 2024 yang diminati oleh publik. Tokoh yang ketiga ialah Anies Baswedan, di mana rekam jejak Anies Baswedan memang bukan orang partai namun namanya lebih dikenal dengan politisi tanpa partai. Nama Anies Baswedan memang menjadi sorotan tersendiri, di mana awal kiprahnya sebagai politisi tanpa partai muncul sejak dia sebagai juru bicara team kemenangan Jokowi-Jusuf Kalla di dalam pemilihan umum 2014. Ketika Jokowi dilantik sebagai presiden Republik Indonesia, dia ditempatkan sebagai salah satu menteri di dalam kabinet yakni di Kemdikbud. Jabatan sebagai menteri pendidikan hanya diemban selama kurang lebih setahun saja karena langsung dicopot oleh presiden Joko Widodo. Hal ini dikarenakan memang banyak dari sudut pandang yang melihat sejak dicopotnya Anies Baswedan sebagai menteri pendidikan, jalan politis di antara keduanya pun berubah apalagi sejak Anies Baswedan maju sebagai calon gubernur DKI Jakarta di tahun 2017 berpasangan dengan Sandiaga Uno dan berhasil mengalahkan Ahok-Djarot yang didukung oleh pemerintahan Joko Widodo. Semenjak duduk sebagai gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan juga terhitung banyak melakukan perubahan dan secara tidak langsung pula mengangkat image Anies ke muka publik yang bisa dilihat dari survey dari beberapa lembaga survey telah menempatkan nama Anies sebagai kandidat calon presiden RI 2024 di tiga besar calon berpotensi. Oleh sebab itu di tanggal 3 Oktober 2022, Anies langsung ditetapkan sebagai calon presiden yang diusung oleh partai Nasdem dan sampai awal tahun 2023 telah ada dua partai yang mengikuti jejak partai Nasdem yang mengusung Anies yakni PKS dan Demokrat.

Selain itu jika melihat citra personal tersebut, maka juga akan terlihat citra aktivis, birokrat dan juga militer yang ada pada Ganjar Pranowo, Anies Baswedan maupun Prabowo Subianto. Secara garis besar, Ganjar Pranowo dan Anies Baswedan mengawali karier mereka sebagai aktivis kampus di UGM walaupun terlihat beda generasi. Beberapa hal besar seperti belajar politik serta aktif di dalam kehidupan sosial kemasyarakatan memang menjadi makanan sehari-hari bagi kedua tokoh tersebut. Maka tidak heran jika keduanya memang dibesarkan dengan ritme yang sama yakni di kala gencar-gencarnya mengkritik kebijakan Orde Baru saat itu. Sementara itu, berbeda posisinya saat itu dengan Prabowo Subianto. Tentunya publik sudah tahu bagaimana latar belakang

Prabowo Subianto di waktu itu, di mana dilahirkan dari keluarga cendekiawan dan juga mantan menteri di era Soekarno yakni Sumitro Djojohadikusumo seorang teknokrat ekonomi yang terkenal di saat itu. Peristiwa PRRI/Permesta yang menyebabkan Sumitro dan Soekarno berada di jalan yang berbeda menyebabkan keluarga Sumitro terpaksa berpindah pindah dari negara satu ke negara yang lain mengingat Sumitro terlibat di dalam peristiwa PRRI/Permesta. Hal ini juga membekas pada diri Prabowo Subianto yang ikut berpindah pindah hingga masa rezim Soekarno berakhir. Di era awal Orde Baru, kedudukan Sumitro Djojohadikusumo dipulihkan oleh rezim Soeharto dan memantapkan Prabowo untuk masuk ke dunia militer sampai pada akhirnya menjadi salah satu menantu dari presiden Soeharto. Image “bagian dari Orde Baru” tentunya melekat pada diri Prabowo Subianto hingga berakhirnya Orde Baru dan juga “pemberhentiannya” dari dinas militer.

Selepas Reformasi, Prabowo berkecimpung di dunia bisnis dan juga Politik dengan mendirikan partai Gerindra yang menjadi motor politiknya untuk maju sebagai kandidat calon presiden sejak tahun 2009 walaupun telah 2 kali gagal menjadi presiden di tahun 2014 dan 2019 ketika bertarung dengan Joko Widodo. Selepas pemilu 2019, memang secara mengejutkan presiden Joko Widodo menarik Prabowo Subianto menjadi salah satu menternya dan membuatnya dekat di lingkaran kekuasaan presiden Joko Widodo. Dilihat dari ketiganya, citra birokrat memang telah melekat, di mana dilihat dari sisi Ganjar Pranowo masih terbilang sebagai gubernur Jawa Tengah 2 periode, Anies Baswedan yang merupakan mantan menteri pendidikan di era pemerintahan Jokowi yang pertama dan dilanjutkan dengan menjabat sebagai gubernur DKI Jakarta, dan juga Prabowo Subianto yang masih sebagai menteri Pertahanan. Melihat dari hal tersebut, dilihat dari segi birokrasi, memang ketiganya telah bisa dikatakan menjalani dunia pemerintahan baik dari segi kedaerahan dan juga kementerian sebagai bekal apabila dari mereka tersebut nantinya duduk sebagai presiden RI. Secara garis besar, dengan bekal jabatan birokrasi tersebut, setidaknya mereka bertiga sudah tahu apa yang harus diperbuat dan akan dilakukan dengan beberapa program program andalan mereka untuk menarik simpati dan respon dari publik di Indonesia.

B. Citra Dalam Isu Keberlanjutan dengan isu Perubahan

Kedua istilah ini merupakan sesuatu hal yang lazim di dalam kontestasi politik di belahan dunia ini tak terkecuali di Indonesia. Untuk perubahan, di mana konteks ini merujuk pada kelompok yang mengusung Anies Baswedan sebagai calon presiden RI

2024 dengan kelompok perubahan untuk persatuan. Dalam image publik, yang telah menerima segala berbagai bentuk informasi tentunya hal ini berbeda mengingat tagline perubahan ini secara harafiah merubah segalanya dan mengandung arti akan “merubah semua kebijakan” di masa presiden Joko Widodo. Oleh sebab itu koalisi perubahan ini tidak mengubah semua kebijakan presiden Joko Widodo namun melanjutkan kebijakan kebijakan yang dinilai baik dan mempunyai kemanfaatan jangka panjang seperti halnya IKN dll. Sementara itu beberapa kebijakan kebijakan yang kurang menguntungkan masyarakat seperti halnya infrastruktur jalan tol dll ini yang akan direvisi oleh koalisi dari Anies Baswedan jika nantinya mendapat amanah untuk menjalankan roda pemerintahan. Sementara itu untuk keberlanjutan disematkan pada kubu Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo mengingat kedua kandidat calon presiden ini mempunyai “kedekatan” dengan presiden Joko Widodo baik sebagai kepala daerah maupun salah satu menteri nya. Maka, segala bentuk kebijakan yang telah dibangun oleh presiden Joko Widodo pasti akan dilanjutkan oleh kedua kandidat calon presiden tersebut baik itu Prabowo Subianto maupun Ganjar Pranowo. Melihat dari apa yang telah dipaparkan tersebut, maka sepantasnya narasi “perubahan dan kerbelanjutan” ini menjadi pioner utama dalam dinamika pertarungan kontestasi politik di tahun 2024. Publik seolah olah disuguhi drama ini yang mempertentangkan dua kelompok yang saling berseberangan. Memang jika dibedah kembali, sebuah kontestasi tentunya ada yang dipertentangkan untuk meraih sebuah kekuasaan. Walaupun demikian, publik juga belum mengetahui garis besar apa saja visi dan misi baik dari koalisi perubahan dan juga koalisi keberlanjutan, di mana semuanya masih terasa abu abu. Konteks ini memang dimunculkan ke publik untuk menguji kepuasan terhadap jalannya pemerintahan presiden Joko Widodo di periode kedua dan ternyata dari beberapa hasil yang telah dikeluarkan oleh beberapa lembaga survey, kepuasan publik terhadap jalannya pemerintahan presiden Joko Widodo terbilang sangat baik yang berada di prosentase 70% ke atas. Maka dengan melihat hal tersebut, narasi ini memang cukup menarik untuk diangkat ke publik dan menjadi panggung depan bagi ketiga calon presiden yang akan bertarung di pemilu 2024. Hal ini difungsikan dari melihat prosentase tersebut, maka seharusnya keberlanjutan yang diusung oleh koalisi keberlanjutan seharusnya bisa diterima oleh publik mengingat legacy presiden Joko Widodo diklaim untuk menghantarkan kemenangan di pemilu presiden 2024.

C. Anies Baswedan Tersandera “Politik Identitas”

Dari beberapa kandidat calon presiden RI 2024, memang secara garis besar publik telah melihat bahwa terdapat beberapa ganjalan ganjalan besar yang setidaknya mempengaruhi persepsi publik untuk memilih Anies Baswedan. Konteks ini tidak bisa dilepaskan dari image selama ini yang melekat pada Anies Baswedan yang tersandera “Politik Identitas”. Publik masih mengingat bagaimana pertarungan sengit di dalam pilkada DKI Jakarta di tahun 2017 yang menghantarkan kemenangan untuk Anies Baswedan untuk memperebutkan gubernur DKI Jakarta. Kemenangan tersebut dilihat oleh publik luas memang menggunakan politik identitas, di mana cara ini memang tidak elegan dan juga tidak bisa dianggap sebagai cara yang fair di dalam mengalahkan petahana saat itu yakni Basuki Tjahja Purnama dan Jarot Saiful Hidayat. Terlepas dari beberapa macam kontraversinya, politik identitas memang selalu terjadi di sepanjang Pemilu di Indonesia dan memang mencapai puncaknya di dalam pilkada DKI Jakarta yang mempunyai irisan cukup kuat di dalam Pilpres 2019.

Di dalam pilkada DKI Jakarta 2017 yang diikuti oleh 3 pasangan calon saat itu telah memberikan pelajaran bahwa politik identitas menguat di saat masyarakat mulai berpikir kritis untuk mengesampingkan beberapa perbedaan perbedaan yang muncul dalam dinamika kehidupan di masyarakat. Dalam hal ini terdapat point point besar, di mana nama Anies Baswedan memanfaatkan pergolakan politik identitas saat itu yang berawal dari pernyataan Ahok yang kontraversial dalam menyenggol surat Al Maidah ayat lima yang memicu pro dan kontra dan melahirkan aksi massa, Aksi Bela Islam. Aksi ini berhasil menggaet seluruh lapisan masyarakat Muslim di Jakarta untuk menuntut Ahok segera diproses secara hukum. Hal ini juga berdampak pada banyaknya penggunaan tempat ibadah khususnya masjid sebagai salah satu sarana kampanye, padahal kalau melihat secara lebuuh jauh, masjid tidak sepatutnya digunakan sebagai tempat kampanye baik secara langsung maupun tidak langsung. Tidak hanya itu saja, pengaruh media sosial yang cukup kuat saat itu juga dimanfaatkan dengan mengusung pemimpin mutlak yang beragama Muslim disertai dengan beberapa bumbu provokatif untuk tidak memilih pemimpin di luar Muslim.

Apabila melihat konteks yang telah dikemukakan di atas, nama Anies Baswedan turut berpengaruh pada dinamika politik identitas di saat itu dan dianggap sebagai rival politik pemerintah sejak itu. Walaupun demikian, ketika Anies Baswedan menjadi gubernur DKI Jakarta, hal yang sempat dikhawatirkan yang marak sewaktu kampanye pilkada DKI Jakarta tidak terjadi namun image politik identitas masih melekat pada Anies Baswedan walaupun untuk sekarang ini telah dijadikan calon kandidat presiden RI

2024 dari partai Nasdem, PKS dan Demokrat. Seperti yang telah dipaparkan diatas, maka ini sebagai beban berat bagi Anies Baswedan terutama ketika maju sebagai calon presiden. Untuk di Jawa Tengah sendiri yang notabene sebagai kandang pendulang suara bagi calon kandidat rival Anies Baswedan menjadi tempat yang berat untuk mengikis isu politik identitas yang masih melekat pada diri Anies Baswedan. Hal ini dibuktikan dengan berbagai macam penolakan yang terjadi di wilayah Jawa Tengah secara masif ketika berbagai kunjungan yang dilakukan oleh Anies Baswedan di beberapa kota di Jawa Tengah walaupun dilakukan oleh segelintir oknum yang ingin mempengaruhi persepsi publik untuk tidak lupa pada kejadian di Pilkada DKI Jakarta 2017 silam. Untuk mengikis persepsi tersebut, team Anies Baswedan yang ada di Jawa Tengah mulai melakukan berbagai cara mulai dari edukasi ke masyarakat dan juga penggalangan berbagai macam kekuatan kekuatan politis yang ada di Jawa Tengah yang selama ini bersimpati kepada Anies Baswedan. Upaya edukasi yang dilakukan salah satunya ialah menciptakan narasi tandingan, di mana narasi sebelumnya yang dilontarkan oleh rival rival politik Anies Baswedan selalu membawa cap politik identitas yang dialamatkan kepada Anies Baswedan. Narasi tandingan tersebut ialah mengedukasi masyarakat khususnya masyarakat di Jawa Tengah untuk melihat rekam jejak Anies Baswedan ketika memerintah sebagai gubernur di DKI Jakarta.

Dalam rekam jejak yang ada disebutkan bahwa keberhasilan Anies Baswedan di DKI Jakarta terbilang cukup sukses membawa ibukota negara tersebut mulai dari infrastruktur sampai dengan kebijakan kebijakan publik yang ada di DKI Jakarta yang terbilang moncer. Hal ini lah yang selalu untuk didendangkan oleh team Anies Baswedan di Jawa Tengah yang didukung motor politik Anies Baswedan untuk merebut simpati masyarakat di Jawa Tengah khususnya ialah Nasdem, Demokrat dan PKS. Seperti yang diketahui posisi partai Nasdem, Demokrat dan PKS yang ada di Jawa Tengah terbilang cukup baik atau bisa dikatakan juga di posisi menengah dan optimis bisa menggerakkan seluruh kadernya untuk mensukseskan Anies Baswedan untuk mendulang suara di Jawa Tengah yang sebelumnya dikenal dengan kandang suaranya Ganjar Pranowo.

D. Persaingan Legacy Presiden Joko Widodo di antara kelompok Keberlanjutan

Seperti yang sudah disinggung di depan, kelompok keberlanjutan ini memang melekat pada dua tokoh kandidat yang dekat dengan presiden Joko Widodo yakni Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo. Baik Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo memang secara kekuatan politis tidak dapat disatukan walaupun di sepanjang tahun 2023, banyak pihak yang ingin mempersatukan kedua kandidat ini dalam satu perahu

besar yakni koalisi besar yang diprakarsai oleh presiden Joko Widodo. Alasan yang mendasar juga cukup kuat diantara kedua kubu ini ialah hasil elektabilitas dan motor partai politik cukup besar yang mendudukkan kedua kandidat calon presiden tersebut di papan atas dan juga tidak ada yang mau mengalah untuk menjad caloni presiden dan calon wakil presidennya. Peranan endorse yang dilakukan oleh presiden Joko Widodo jauh jauh hari juga membawa dampak yang luar biasa bagi kedua kandidat calon presiden ini baik itu Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto. Memang jika melihat hal itu, tentunya posisi presiden Joko Widodo juga tidak bisa dianggap sebelah mata, mengingat bagaimanapun juga kedua kandidat ini calon presiden ini tergolong orang kepercayaan presiden Joko Widodo yang nantinya meneruskan legacy dari presiden Joko Widodo di dalam melanjutkan pembangunan yang selama ini dilakukan oleh presiden Joko Widodo.

Di balik itu semua tentunya aroma persaingan cukup kuat di antara kedua kandidat calon presiden ini dan masing masing tentunya melempar manuver politik satu sama lain. Untuk di wilayah Jawa Tengah yang memang menjadi ladang peraup suara bagi Ganjar Pranowo juga diperebutkan kedua calon kandidat presiden lainnya baik itu Prabowo Subianto dan Anies Baswedan. Berbagai macam usaha dilakukan oleh kelompok pendukung Prabowo untuk meraih simpati publik masyarakat di Jawa Tengah. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari manuver Prabowo Subianto sendiri mulai di awal tahun 2023 dengan mendekati beberapa tokoh tokoh nasional seperti halnya presiden Joko Widodo. Coba dilihat kembali setelah penetapan Ganjar Pranowo oleh PDIP di istana Batu Tulis, Bogor yang bertepatan dengan hari Kartini 21 April 2023 sekaligus H-1 Lebaran, Prabowo Subianto selepas shalat Ied di Jakarta langsung bergegas menuju ke Solo untuk bersilaturahmi dengan presiden Joko Widodo. Konteks ini menunjukkan manuver Prabowo secara pertama kali dan terang benderang untuk memperebutkan pengaruh legacy presiden, di mana dua hari yang lalu presiden Joko Widodo dan juga PDIP telah meresmikan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden RI yang telah disetujui oleh Megawati Soekarnoputri. Hal itu disusul pula dengan berbagai pertemuan pertemuan baik itu tokoh politik nasional dan juga para kyai yang dilakukan oleh Prabowo Subianto.

Tidak ketinggalan pula, Ganjar Pranowo selepas diresmikan sebagai calon presiden RI dari PDIP langsung tancap gas, di mana terlihat satu mobil dan satu pesawat dengan presiden Joko Widodo selepas dari istana Batu Tulis, Bogor. Tidak hanya itu

saja, Ganjar Pranowo juga mengikuti shalat Ied di Solo bersama presiden Joko Widodo. Melalui hal tersebut, image Ganjar Pranowo mulai terangkat kembali dan magnet Ganjar Pranowo menjadi daya tarik sendiri bagi partai-partai lainnya di luar PDIP untuk menjalin koalisi di dalam mengusung Ganjar Pranowo sebagai calon presiden RI. Pada akhirnya PPP yang sebelumnya tergabung di dalam koalisi KIB bersama Golkar dan PAN ikut serta dan menjadi partai pertama yang secara resmi mengusung Ganjar Pranowo. Maka sejak waktu itu di dalam dinamika politik di Indonesia telah mengalami perubahan, di mana ada PPP dan PDIP yang mengusung Ganjar Pranowo, sementara Gerindra dan PKB tetap mengusung Prabowo Subianto dan Golkar bersama PAN belum menentukan keputusan resmi untuk mengusung siapa pun baik Ganjar Pranowo maupun Prabowo Subianto. Di sisi lain, kekuatan politis relawan presiden Joko Widodo juga menjadi salah satu pioner utama selain partai politik, di mana memang sebelumnya jauh-jauh hari nama Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo telah dianggap sebagai pewaris legacy presiden Joko Widodo untuk melanjutkan apa yang sudah dilakukan oleh presiden Joko Widodo di dalam memerintah selama 10 tahun belakangan ini. Munculnya berbagai munas dari relawan presiden Joko Widodo juga sudah mengantongi kedua nama calon kandidat presiden baik itu Prabowo maupun Ganjar. Oleh sebab itu dengan berbagai upaya-upaya yang ada baik itu dilakukan oleh kelompok Prabowo maupun Ganjar mulai menghiasi media baik itu media sosial maupun media mainstream pemberitaan. Walaupun demikian, ini juga termasuk kategori persaingan sengit untuk mendapatkan legacy dari presiden Joko Widodo.

Kesimpulan

Dinamika politik yang cukup cair dan juga bisa dikatakan cukup panas telah menghantarkan beberapa kandidat calon presiden RI 2024 seperti Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan juga Anies Baswedan untuk bertarung memperebutkan kursi nomor 1 di Indonesia. Oleh sebab itu dinamika citra dari masing-masing personal dari ketiga kandidat calon presiden tersebut muncul ke atas. Beberapa dinamika citra yang cukup berpengaruh di dalam kontestasi Pilpres 2024 antara lain citra personal dari Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto dan Anies Baswedan, citra dalam isu keberlanjutan dan isu perubahan, Anies Baswedan “tersandera” politik identitas, persaingan legacy presiden Jokowi diantara kelompok keberlanjutan, image ganjalan Ganjar Pranowo sebagai “petugas partai”, All Jokowi Mens, politik kalem Prabowo Subianto, pertarungan antar king maker, pola politik relawan.

Daftar Pustaka

- Alvin, S. (2019). Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno Melalui Akun @Prabowo Dan @Sandiuno. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2), 229–247. <https://doi.org/10.24090/komunika.v13i2.2538>
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Fitri, A. N., & Adeni, A.-. (2020). Jokowi dan Kekuatan Pencitraan Diri Serta Relasinya Dengan Umat Islam. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 19(2), 1. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v19i2.3503>
- Griebie, A. M., & Immelman, A. (2020). The Personality Profile and Leadership Style of U.S. President Donald J. Trump in Office. 43rd Annual Scientific Meeting of the International Society of Political Psychology, Berlin, Germany, 74. <https://core.ac.uk/download/pdf/327205735.pdf>
- Juniarti, G., Indainanto, Y. I., & Augustine, P. Y. (2018). Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan Di Instagram Menjelang Pilpres 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 116–132. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.116-132>
- Kellner, D. (2017). Donald Trump, Media Spectacle, and Authoritarian Populism. *Fast Capitalism*, 14(1), 75–88. <https://doi.org/10.32855/fcapital.201701.013>
- Maharanie Putri, K., & Nurrahmawati. (2022). Strategi Impression Management Petugas Public Relations dalam Management Citra. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.2920>
- Muchtar, K. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136–147.
- Newman, B., Merolla, J. L., Shah, S., Lemi, D. C., Collingwood, L., & Ramakrishnan, S. K. (2021). The Trump Effect: An Experimental Investigation of the Emboldening Effect of Racially Inflammatory Elite Communication. *British Journal of Political Science*, 51(3), 1138–1159. <https://doi.org/10.1017/S0007123419000590>
- Niburski, K., & Niburski, O. (2020). The media landscape of COVID-19 treatments: An

observation of influence. *J Med Internet Res.*

Panuju, R. (2017). Komunikasi politik Jokowi: antara pencitraan dan jejaring politik. *Jurnal Komunikatif*, 6(2), 92–105.

Pramelani, P., & Widyastuti, T. (2021). Persepsi Milenial terhadap Gaya Kepemimpinan Calon Presiden Tahun 2024. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 20(2), 1–13. <https://doi.org/10.35967/njip.v20i2.196>

Rahayu Ramadani, & Mifda Hilmiyah. (2019). Pembentukan Citra Politik di Alvin, S. (2019). Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno Melalui Akun @Prabowo Dan @Sandiuno. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2), 229–247. <https://doi.org/10.24090/komunika.v13i2.2538>

Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>

Fitri, A. N., & Adeni, A.-. (2020). Jokowi dan Kekuatan Pencitraan Diri Serta Relasinya Dengan Umat Islam. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 19(2), 1. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v19i2.3503>

Griebie, A. M., & Immelman, A. (2020). The Personality Profile and Leadership Style of U.S. President Donald J. Trump in Office. 43rd Annual Scientific Meeting of the International Society of Political Psychology, Berlin, Germany, 74. <https://core.ac.uk/download/pdf/327205735.pdf>

Juniarti, G., Indainanto, Y. I., & Augustine, P. Y. (2018). Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan Di Instagram Menjelang Pilpres 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 116–132. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.116-132>

Kellner, D. (2017). Donald Trump, Media Spectacle, and Authoritarian Populism. *Fast Capitalism*, 14(1), 75–88. <https://doi.org/10.32855/fcapital.201701.013>

Maharani Putri, K., & Nurrahmawati. (2022). Strategi Impression Management Petugas Public Relations dalam Management Citra. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.2920>

- Muchtar, K. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136–147.
- Newman, B., Merolla, J. L., Shah, S., Lemi, D. C., Collingwood, L., & Ramakrishnan, S. K. (2021). The Trump Effect: An Experimental Investigation of the Emboldening Effect of Racially Inflammatory Elite Communication. *British Journal of Political Science*, 51(3), 1138–1159. <https://doi.org/10.1017/S0007123419000590>
- Niburski, K., & Niburski, O. (2020). The media landscape of COVID-19 treatments: An observation of influence. *J Med Internet Res*.
- Panuju, R. (2017). Komunikasi politik jokowi: antara pencitraan dan jejaring politik. *Jurnal Komunikatif*, 6(2), 92–105.
- Pramelani, P., & Widyastuti, T. (2021). Persepsi Milenial terhadap Gaya Kepemimpinan Calon Presiden Tahun 2024. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 20(2), 1–13. <https://doi.org/10.35967/njip.v20i2.196>
- Rahayu Ramadani, & Mifda Hilmiyah. (2019). Pembentukan Citra Politik di Media Sosial Twitter. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 9(2), 254–268. <https://doi.org/10.35905/komunida.v9i2.1126>
- Rustanta, A. (2020). Analisis multimodalitas terhadap kefiguran Ma'ruf Amin pada Kontestasi Pemilihan Presiden 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 5(1), 110–122. <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JIK/article/view/281>