

ANALISIS PERAN GERAKAN RELAWAN '@HUMANIESPROJECT' DI PLATFORM X DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK ANIES BASWEDAN

Santi Mulyady^{1*}, Sagitha Dwi Herliany², Adinda Nabila Ramadhani³, Salwa Alfira⁴, Ardli Johan Kusuma⁵

Program Studi Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received Desember 2024
Revised Desember 2024
Accepted Desember 2024
Available online Desember 2024

¹2310413020@mahasiswa.upnvj.ac.id,

²2310413021@mahasiswa.upnvj.ac.id,

³2310413022@mahasiswa.upnvj.ac.id,

⁴2310413030@mahasiswa.upnvj.ac.id,

⁵Ardli.johank@upnvj.ac.id

*2310413020@mahasiswa.upnvj.ac.id



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Triwikrama

Abstract

This research examines the role of the @humaniesproject volunteer movement on platform X in building a positive public image of Anies Baswedan. Social media is an important tool to inform political messages, and the volunteer movement also plays an important role in the digital communication strategy implemented. The approach used is descriptive qualitative with data collection through content analysis and observing public responses to @humaniesproject posts. The literature study method was used to complement theoretical references through analysing relevant journal literature. The focus of this research is to explore how @humaniesproject volunteers shape positive public perceptions of Anies Baswedan through threads, hastags and online interactions. The results showed that this volunteer movement was influential and effective in utilising features on X to increase public engagement and build emotional closeness with Anies Baswedan, thus strengthening Anies Baswedan's

interaction with the public. This research makes an academic contribution to the study of civic politics by showing that the @humaniesproject volunteer movement creates a new space for political participation in social media.

Keywords: Anies Baswedan; @humaniesproject Volunteer Movement; Political Image, Platform X.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran gerakan relawan @humaniesproject di platform X dalam membangun citra publik positif terhadap Anies Baswedan. Media sosial menjadi sarana penting untuk menginformasikan pesan politik, gerakan relawan juga memainkan peran penting dalam strategi komunikasi digital yang diterapkan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui analisis konten serta mencermati respon masyarakat terhadap unggahan @humaniesproject. Metode studi pustaka digunakan untuk melengkapi referensi teoritis melalui analisis literatur jurnal yang relevan. Fokus penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana relawan @humaniesproject membentuk persepsi positif publik terhadap Anies Baswedan melalui thread, hastag dan interaksi online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan relawan ini berpengaruh dan efektif dalam memanfaatkan fitur di X untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dan membangun kedekatan emosional dengan Anies Baswedan sehingga memperkuat interaksi Anies Baswedan dengan masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi akademis dalam kajian politik kewargaan dengan menunjukkan bahwa gerakan relawan @humaniesproject, menciptakan ruang partisipasi politik baru di media sosial.

Kata kunci: Anies Baswedan; Gerakan Relawan @humaniesproject; Citra Politik; Platform X.

1. Pendahuluan

Pemilihan umum atau biasa yang disingkat pemilu merupakan salah satu pilar dari demokrasi, dimana rakyat diberikan kekuasaan secara langsung untuk memilih pemimpinnya. Di Indonesia, pemilu merupakan agenda rutin yang diadakan selama lima tahun sekali, hal ini sudah diamanatkan pada Undang-Undang Dasar 1945 pasal 7 yang menyatakan bahwa presiden dan wakil presiden memegang jabatan selama lima tahun dan dapat dipilih kembali untuk satu kali masa jabatan.

Pemilihan umum pada tahun 2024 akan menjadi proses politik penting untuk memilih presiden dan wakil presiden periode 2024-2029. Dalam kontestasi ini, partai politik bersaing secara ketat dengan melakukan berbagai strategi untuk memenangkan dukungan rakyat dan menaikkan elektabilitas calon kandidatnya. Strategi memiliki peran yang sangat penting. Strategi adalah rencana atau tindakan yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan (Steinberg, 2000). Sementara itu menurut Carl Von Clausewitz taktik dan strategi harus dibedakan, menurutnya taktik adalah berfokus pada penggunaan kekuatan dalam pertempuran sedangkan strategi adalah perencanaan jangka panjang untuk mencapai tujuan tertentu (Andrianus, 2006). Dalam konteks Pemilu, strategi yang efektif sangat diperlukan untuk membangun citra politik kandidat di mata publik.

Dalam beberapa dekade terakhir, media sosial menjadi alat komunikasi politik yang sangat efektif. Media sosial adalah platform internet yang memungkinkan penggunaanya untuk merepresentasikan diri, berinteraksi dan bekerja sama dengan orang lain secara virtual (Nasrullah, 2015). Media sosial yang sedang marak digunakan saat pemilihan umum 2024 adalah media sosial twitter, yang kini dikenal sebagai media sosial X. Media sosial X memberikan ruang bagi kandidat untuk berinteraksi dengan pemilihnya khususnya generasi muda yang dekat dengan dunia digital. Media sosial menjadi sarana bagi para politisi untuk membangun citra, menyampaikan pesan dan memperluas jangkauan kampanye secara efektif dan efisien.

Salah satu kandidat calon presiden 2024 yang menggunakan media sosial dalam kampanyenya adalah Anies Baswedan,. Ia menggunakan media sosial untuk berbincang secara langsung dengan pendukungnya, serta menyampaikan visi misi yang akan dibawa olehnya. Dalam kampanye menggunakan media sosial ini, relawan politik juga memiliki peran yang penting. Salah satu gerakan relawan yang mendukung kampanye Anies Baswedan adalah @humaniesproject yang berfokus pada pembuatan konten penyebaran narasi positif tentang Anies Baswedan melalui platform X. Gerakan relawan ini bukan hanya membantu memperluas jangkauan kampanye tetapi juga membangun citra politik yang positif yang mendalam. Relawan politik menjadi instrumen yang strategis dalam melakukan kampanye politik. Kehadiran relawan politik tidak hanya berfungsi sebagai pendukung teknis, tetapi juga mengubah nilai-nilai politik yang sebelumnya bernuansa patrimonial dan oligarkis menuju voluntarisme dan partisipatoris (Arianto, 2014; Syauket, 2022).

Kehadiran relawan politik seringkali didorong oleh kebosanan masyarakat terhadap lemahnya rekrutmen partai politik. Relawan politik juga mencerminkan perubahan masyarakat menjadi pelaku politik ekstra parlementer yang mampu mempengaruhi kontestasi politik secara langsung (Arianto, 2019). Namun dalam membangun citra politik yang positif di media sosial tidaklah mudah, dibutuhkan konsistensi pesan, dinamika opini publik, pencemaran nama baik dan penyebaran misinformasi yang merugikan kandidat dan merupakan tantangan yang harus dihadapi. Citra politik terbentuk melalui proses pembelajaran politik dan pengalaman individu (Muchtar, 2016). Citra politik juga bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai dengan persepsi masyarakat terhadap tokoh atau partai tertentu.

Beberapa penelitian terdahulu menjadi acuan untuk penelitian ini. Diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Amalina, A. N., Sari, W. P., Putriana, M., & Soegiarto, A. (2024) yang berjudul “Opini Publik mengenai Website haveaniesday.com dalam Membentuk Citra Anies Baswedan sebagai Calon Presiden 2024”. Penelitian tersebut mengevaluasi pengaruh website *haveaniesday.com* terhadap opini publik tentang Anies Baswedan sebagai calon presiden 2024. Dengan pendekatan kuantitatif menggunakan teori Stimulus-Organism-Response (SOR), penelitian ini menunjukkan bahwa informasi di website tersebut berhasil membentuk opini positif terhadap Anies. Dimensi seperti arah opini, intensitas, stabilitas, dukungan informasional, dan dukungan sosial dianalisis, dengan hasil rata-rata skor tertinggi pada dimensi arah opini (4,61). Hasil menunjukkan bahwa website ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan persepsi positif publik.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Alvin, S (2019) yang berjudul “Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno Melalui Akun @Prabowo dan @Sandiuno” menjelaskan mengenai bagaimana pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno membangun citra politik melalui Instagram pada Pilpres 2019. Penelitian tersebut menyoroti strategi manajemen citra yang mereka gunakan, seperti menonjolkan sisi religius, kemampuan, dan kedekatan dengan rakyat, serta membahas perbedaan pendekatan antara Prabowo yang lebih formal dan pasif, dengan Sandiaga yang lebih aktif dan personal dalam menggunakan media sosial. Penelitian ini juga menunjukkan bagaimana media sosial menjadi alat penting dalam komunikasi politik modern.

Dengan kedua penelitian tersebut dapat menjadi pembeda dengan penelitian ini. Terdapat *gap* berupa kurangnya pembahasan dalam jurnal terkait strategi partisipatif relawan digital dan dampaknya terhadap kesadaran politik masyarakat. Penelitian ini lebih menyoroti peran kolektivitas, yaitu gerakan relawan @humaniesproject di platform X, dalam membangun citra politik Anies Baswedan. Penelitian ini juga mengeksplorasi dampaknya pada persepsi publik, dengan fokus pada karakteristik unik platform X, seperti *thread* dan penggunaan *hashtag*.

Permasalahan yang diangkat dan menjadi fokus dalam penelitian ini adalah peran gerakan relawan @humaniesproject dalam membangun citra politik Anies Baswedan di platform X. Hal yang mencakup strategi komunikasi digital, penggunaan narasi politik di *thread* dan *hashtag* dan pola interaksi online dengan pengguna lain yang mampu membangun citra positif dan mempengaruhi persepsi publik terhadap Anies Baswedan dalam konteks politik. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua permasalahan diatas melalui analisis kualitatif guna memahami efektivitasnya dalam membentuk citra positif dan opini publik kepada Anies Baswedan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam kajian komunikasi politik digital dan juga politik kewargaan guna menyadarkan bahwa relawan politik memiliki peran untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik masyarakat. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi praktispraktis bagi pelaku politik atau relawan dan menambah wawasan masyarakat mengenai dinamika pembentukan opini masyarakat melalui sosial media.

2. Kerangka Teori

Teori Framing

Erving Goffman pertama kali memperkenalkan teori framing dalam karyanya *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* pada tahun 1974. Dalam teorinya, Goffman menjelaskan bahwa framing adalah upaya untuk mendefinisikan situasi melalui prinsip-prinsip organisasi yang mengarahkan jalannya peristiwa serta keterlibatan subjektivitas individu dalam

memahami pengalaman tersebut. Teori ini menyoroti bagaimana individu menggunakan kerangka atau *frame* tertentu untuk menafsirkan realitas di sekitar mereka, sehingga membentuk cara mereka memahami dan merespons suatu situasi (Goffman, E. 1974).

Dalam teori ini, framing adalah cara untuk menyusun dan menyampaikan informasi sehingga peristiwa tertentu dapat dipahami dalam kerangka makna yang spesifik. Hal ini relevan dengan strategi @humaniesproject, yang melalui unggahan, narasi, dan interaksi digital, berupaya menyusun kerangka makna tertentu tentang Anies Baswedan, seperti menonjolkan sisi positifnya sebagai pemimpin atau tokoh politik yang layak didukung. Melalui aktivitasnya di media sosial, @humaniesproject tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai isu-isu tertentu agar sesuai dengan tujuan mereka, yaitu menciptakan citra politik yang kuat dan positif untuk Anies Baswedan. Framing ini memengaruhi cara audiens memandang Anies Baswedan, baik melalui penekanan pada keberhasilan, visi, maupun interaksi yang mencerminkan kedekatan dengan masyarakat. Dengan kata lain, @humaniesproject menggunakan Platform X untuk membentuk persepsi publik melalui kerangka yang mereka bangun, sehingga publik tidak hanya memahami Anies sebagai calon presiden, tetapi juga memiliki keyakinan terhadap kapasitas dan karakter positif yang ditonjolkan.

Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting menurut Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw, mereka meyakini bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mengalihkan fokus isu yang dianggap penting dalam agenda berita ke dalam agenda publik. Dengan demikian, media massa dapat memengaruhi pandangan masyarakat sehingga isu yang dianggap penting oleh media turut dianggap penting oleh masyarakat (Nuruddin, 2007: 195). Dengan adanya penelitian awal tentang agenda setting di Chapel Hill yang dilakukan oleh McCombs dan D. Shaw, perspektif tentang penentuan agenda media telah menjadi lebih dari sekedar wacana di tengah-tengah aktivitas media saat ini. Yang paling penting, perspektif ini harus diakui karena dapat dibuktikan secara empiris melalui penelitian mereka. (Tamburak, 2013: 32).

Teori *Agenda Setting* sangat relevan untuk menganalisis peran Gerakan Relawan @humaniesproject di Platform X dalam membangun citra politik Anies Baswedan. Teori ini menjelaskan bahwa media memiliki kekuatan untuk menyoroti isu-isu tertentu, sehingga masyarakat menganggap isu tersebut penting. Dalam konteks @humaniesproject, relawan ini berfungsi sebagai aktor di media sosial yang secara aktif membingkai narasi dan informasi tentang Anies Baswedan. Dengan konsistensi mereka dalam membahas capaian, visi, dan karakter positif Anies, @humaniesproject memengaruhi audiens untuk memprioritaskan perhatian mereka pada aspek-aspek tersebut.

Melalui unggahan di Platform X, @humaniesproject menentukan isu-isu apa yang harus menjadi fokus perhatian publik, misalnya keberhasilan Anies sebagai pemimpin atau gagasan politiknya untuk Indonesia. Meskipun relawan ini tidak secara langsung mengarahkan masyarakat tentang apa yang harus mereka pikirkan, mereka menciptakan kerangka berpikir yang mengarahkan publik untuk memperhatikan hal-hal tertentu tentang Anies. Dengan kata lain, mereka berhasil menyelaraskan agenda publik dengan agenda yang mereka bangun melalui media sosial, sehingga citra politik Anies Baswedan terbentuk dan persepsi masyarakat terhadapnya dipengaruhi secara positif.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang relevan mengenai peran gerakan relawan "@humaniesproject" di Platform X dalam membangun citra politik Anies Baswedan. Pendekatan ini juga bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis pola komunikasi serta dampaknya terhadap persepsi politik masyarakat (Bogdan & Taylor dalam Moleong, 2006). Penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) untuk mengkaji unggahan, komentar, dan interaksi yang dilakukan oleh akun "@humaniesproject" di Platform X. Teknik ini untuk mengidentifikasi tema-tema utama dalam konten yang diunggah, seperti narasi politik, simbol-simbol visual, serta pesan-pesan strategis yang berkontribusi pada penciptaan citra positif Anies Baswedan. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis interaksi publik dengan mencermati respons masyarakat terhadap unggahan akun tersebut, termasuk bagaimana mereka memberikan dukungan, kritik, atau membangun diskusi politik.

Sebagai pelengkap, studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan referensi teoritis dan konseptual dari berbagai sumber, seperti jurnal, artikel, buku, dan laporan penelitian (Nazir, 2003). Studi ini memberikan landasan teori yang memperkuat analisis terhadap data lapangan, terutama terkait konsep komunikasi politik, citra politik, dan keterlibatan digital dalam kampanye politik. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana gerakan relawan "@humaniesproject" berkontribusi dalam membangun persepsi publik terhadap Anies Baswedan, serta relevansinya dalam konteks politik Indonesia.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Gerakan Relawan @humaniesproject Membangun Citra Politik Anies Baswedan

Gerakan relawan @humaniesproject adalah salah satu contoh bagaimana media sosial menjadi sarana penting dalam membangun citra politik seorang tokoh di era digital. Melalui platform X (sebelumnya Twitter), gerakan ini berperan sebagai instrumen komunikasi politik untuk menggalang dukungan publik terhadap Anies Baswedan. Sebagai seorang tokoh dengan rekam jejak yang signifikan, Anies dikenal karena berbagai kebijakan dan inovasi, terutama selama menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta. Gerakan @humaniesproject memanfaatkan pendekatan komunikasi berbasis digital untuk menyampaikan narasi yang memperkuat citra positif Anies, menggunakan metode visual, interaktif, dan berbasis data. Akun X @humaniesproject memanfaatkan berbagai format konten untuk menarik perhatian publik, seperti narasi mendalam, infografis, video singkat, dan thread informatif. Konten ini sering kali mengangkat tema keberhasilan Anies, termasuk revitalisasi ruang publik, pembangunan jalur sepeda, integrasi transportasi, dan kebijakan lingkungan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa visualisasi data dan narasi yang konsisten di media sosial memiliki dampak signifikan dalam membangun persepsi publik terhadap tokoh politik (Effing et al., 2016). Tidak hanya memproduksi konten, gerakan @humaniesproject juga menonjol melalui interaksi aktif dengan audiens. Interaksi ini mencakup respons langsung terhadap komentar, diskusi daring melalui sesi *live*, serta *thread* yang mendalam mengenai isu tertentu. Aktivitas semacam ini bertujuan menciptakan rasa kedekatan dengan pengikut dan mendukung narasi inklusivitas yang diusung Anies. Penelitian mendukung bahwa komunikasi yang responsif di media sosial meningkatkan kepercayaan dan loyalitas audiens terhadap pesan politik yang disampaikan (Chadwick & Dennis, 2017).

Lebih jauh, gerakan ini juga melibatkan kegiatan offline seperti diskusi publik, aksi sosial, dan kampanye donasi. Upaya ini menciptakan jembatan antara komunikasi online dan aksi nyata di lapangan, sehingga memperkuat kredibilitas mereka sebagai relawan. Hal ini sejalan dengan

teori "*hybrid media system*" yang menyatakan bahwa media digital dapat memperkuat gerakan sosial dengan mengintegrasikan media tradisional dan aktivitas *offline* (Chadwick, 2013). Narasi dan konten yang dikemas oleh @humaniesproject tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga untuk membangun koneksi emosional dengan publik. Dengan menonjolkan nilai-nilai seperti keadilan sosial, inovasi, dan keberpihakan pada masyarakat kecil, gerakan ini berusaha menciptakan kepribadian politik yang relatable dan visioner bagi Anies Baswedan. Dalam komunikasi politik, pendekatan ini dikenal sebagai "branding politik," di mana nilai-nilai personal seorang kandidat dijadikan titik fokus untuk menarik simpati pemilih (Scammell, 2015). Melalui strategi ini, @humaniesproject berperan sebagai penghubung yang efektif antara Anies Baswedan dan masyarakat. Aktivitas mereka membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk memobilisasi dukungan politik, terutama di kalangan pemilih muda dan pengguna aktif media digital.



Gambar 1. Diskusi Publik dan Agenda *Offline* @humaniesproject di Platform X

Di samping penyampaian informasi dan penghubung antara Anies Baswedan dengan masyarakat, gerakan relawan @humaniesproject juga mengadopsi pendekatan emosional dalam menyampaikan pesan politik. Dalam beberapa konten yang dipublikasikan di platform X, @humaniesproject sering mengaitkan figur Anies Baswedan dengan nilai-nilai universal seperti keadilan, keberagaman, hingga keberpihakan pada masyarakat kecil. Konten semacam ini dirancang untuk menciptakan rasa kedekatan emosional antara masyarakat dengan Anies Baswedan sehingga persepsi positif publik terhadapnya semakin kuat. Melalui strategi ini, @humaniesproject telah berhasil membangun persepsi publik terhadap Anies Baswedan sebagai tokoh politik yang memiliki nilai visioner, inklusif, dan berkomitmen terhadap perubahan sosial.

Sehubungan dengan pendekatan emosional yang dilakukan gerakan relawan @humaniesproject, upaya ini dapat dibuktikan pada peran signifikan dalam membangun citra politik Anies Baswedan di masa kampanye menjelang pemilu. Sebagai sebuah kelompok relawan, mereka tidak hanya bertindak sebagai pendukung pasif, tetapi juga menjadi aktor utama dalam menyebarkan pesan politik yang relevan kepada khalayak. Dalam masa kampanye, strategi *agenda setting* ini dirancang untuk memfokuskan perhatian publik pada isu-isu yang relevan dengan visi dan misi kandidat. Dalam hal ini, @humaniesprohect

memanfaatkan media sosial sebagai alat distribusi utama untuk membangun narasi tentang Anies sebagai pemimpin yang peduli dan adil.

Dengan menggunakan narasi yang menyentuh, seperti momen pelukan dalam unggahan tersebut, relawan berhasil mengarahkan opini publik untuk melihat Anies dalam konteks tertentu, yaitu seorang pemimpin yang dekat dengan rakyat. Selain itu, narasi seperti *"Kami ingin Indonesia yang lebih baik, kami ingin Indonesia yang lebih adil"* menciptakan pendekatan emosional yang dapat menggerakkan publik untuk bertindak, baik dalam bentuk dukungan langsung seperti menghadiri kampanye maupun aktivitas digital seperti membagikan unggahan tersebut. Dalam konteks kampanye pemilu, gerakan relawan seperti @humaniesproject menjadi salah satu alat politik yang efektif dalam memengaruhi persepsi khalayak.



Gambar 2.. Postingan Akun @humaniesproject di Masa Kampanye Pemilu

Keberadaan akun @humaniesproject di platform X telah cukup aktif dan konsisten dalam membangun citra politik Anies Baswedan melalui konten yang merujuk pada aksi kepedulian sosial yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Merujuk pada postingan yang dibagikan, @humaniesproject memiliki keterlibatan dalam #KawalPutusanMK yang menyalurkan donasi untuk kebutuhan medis, logistik, dan makanan bagi lebih dari 11.000 warga yang pada saat itu berupaya mengawal politik dinasti di Indonesia. Selain itu, gerakan relawan ini juga ditunjukkan dalam keterlibatannya pada aksi sosial penanggulangan bencana seperti erupsi Gunung Lewotobi. Narasi ini secara tidak langsung menghubungkan figur Anies dengan nilai-nilai inklusivitas dan keberpihakan pada rakyat kecil dengan menunjukkan tanggung jawab sosial. Penggunaan tagar seperti #RakyatBantuRakyat dan #KawalPutusanMK sekaligus pemanfaatan elemen visual yang menampilkan data penerima manfaat, statistik donasi, serta dokumentasi kegiatan, membantu memperkuat transparansi dan kredibilitas mereka sebagai gerakan yang nyata dan berdampak.



Gambar 3. Aksi #KawalPutusanMK di Akun X @humaniesproject

Adapun analisis terhadap akun @humaniesproject di platform X dapat dilakukan melalui Teori Agenda Setting yang mana akun ini berfungsi sebagai agen pembentuk opini publik dengan menentukan isu-isu yang dianggap penting. Melalui narasi aksi sosial seperti #KawalPutusanMK di atas, maka @humaniesproject mencoba menciptakan persepsi positif masyarakat terhadap Anies Baswedan sebagai tokoh politik yang menjunjung tinggi demokrasi dengan menentang politik dinasti. Meskipun konten #KawalKeputusanMK tidak menyertakan Anies Baswedan secara langsung, namun strategi tersebut berhasil membangun persepsi politik melalui narasi gerakan relawan yang mendukung Anies Baswedan dengan keterlibatannya dalam memfasilitasi, menyalurkan donasi, mendukung, dan membuat laporan penggunaan dana dengan transparan.

Selain itu, keterlibatan akun X @humaniesproject pada penanggulangan bencana erupsi Gunung Lewotobi menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat yang menjadi korban bencana alam, akun ini menonjolkan kepedulian pada masyarakat bawah. Dengan terus mengedepankan aksi nyata dan pencapaian dalam membantu masyarakat, akun ini memposisikan kepedulian sosial sebagai topik utama yang tidak hanya relevan, tetapi juga berhubungan erat dengan figur Anies Baswedan. Audiens yang terpapar konten ini secara berulang-ulang akan mengaitkan nilai-nilai seperti kepemimpinan, transparansi, kepedulian, responsif, dan keadilan dengan sosok Anies, meskipun secara langsung akun ini tidak menyebutkan keterlibatan resmi dari Anies.

Di samping itu, berdasarkan perspektif Teori Framing, akun ini berfungsi untuk membingkai isu-isu sosial dengan cara yang strategis, sehingga mendorong masyarakat untuk terlibat aktif, baik melalui dukungan donasi maupun partisipasi sosial. Dengan menggunakan tagar seperti #RakyatBantuRakyat, akun ini menciptakan narasi yang menggambarkan gerakan kolektif yang inklusif dan berbasis solidaritas masyarakat. Aktivitas ini tidak hanya memobilisasi dukungan kepada Anies Baswedan secara tidak langsung, tetapi juga berperan dalam penetapan agenda (agenda-setting) dengan membingkai isu-isu yang relevan sesuai dengan nilai-nilai politik Anies. Melalui framing yang efektif, akun ini mampu mengarahkan perhatian publik terhadap isu-isu tertentu dan membentuk opini masyarakat, sehingga memperkuat posisi politik yang diusung.



Gambar 4. Penggunaan Tagar #RakyatBantuRakyat di Akun X @humaniesproject

Strategi yang dijalankan gerakan relawan @humaniesproject di platform X menciptakan citra Anies Baswedan sebagai pemimpin yang tidak hanya dekat dengan rakyat, tetapi juga mampu menggerakkan masyarakat untuk perubahan bersama. Aktivitas mereka di platform X menjadi salah satu elemen penting dalam upaya membentuk opini publik yang lebih positif terhadap Anies, terutama di tengah persaingan politik yang semakin dinamis. Hal ini menunjukkan bahwa gerakan relawan digital tidak hanya berfungsi sebagai pendukung, tetapi juga sebagai aktor strategis dalam komunikasi politik modern. Dengan strategi komunikasi ini, @humaniesproject berhasil membingkai Anies Baswedan sebagai pemimpin yang peduli, inklusif, dan mampu menggerakkan perubahan nyata melalui dukungan masyarakat akar rumput.

4.2 Peran Gerakan Relawan "@humaniesproject" di Platform X terhadap Persepsi Publik

Gerakan relawan @humaniesproject di platform media sosial X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter) memainkan peran strategis dalam membangun citra politik Anies Baswedan sebagai sosok pemimpin humanis yang dekat dengan rakyat. Gerakan ini secara aktif melakukan berbagai aksi sosial yang bertujuan untuk menciptakan narasi kuat mengenai nilai-nilai kemanusiaan, solidaritas, dan keberpihakan pada masyarakat kecil. Aktivitas mereka, seperti penyediaan ambulans gratis, distribusi makanan untuk masyarakat kurang mampu, hingga bantuan tanggap bencana, menjadi bukti nyata keberpihakan mereka pada nilai-nilai tersebut. Dalam konteks komunikasi politik, @humaniesproject tidak hanya menjalankan aksi nyata, tetapi juga secara strategis membangun narasi yang memperkuat persepsi positif terhadap Anies Baswedan. Penelitian tentang komunikasi politik menunjukkan bahwa narasi yang mampu menghubungkan pemimpin dengan isu-isu sosial yang relevan dapat meningkatkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap figur tersebut (Moffitt, 2016). @humaniesproject memanfaatkan strategi ini dengan mempublikasikan aksi sosial mereka melalui unggahan yang dirancang untuk membangkitkan emosi dan rasa solidaritas, seperti gambar distribusi makanan atau video ambulans yang membantu pasien darurat. Setiap unggahan dilengkapi dengan teks naratif yang menekankan kedekatan pemimpin dengan rakyat. Misalnya, unggahan yang menggambarkan ambulans @humaniesproject seringkali disertai dengan narasi tentang pentingnya kepedulian kepada sesama, yang secara implisit mengaitkan nilai tersebut dengan kepemimpinan Anies. Pendekatan ini sejalan dengan teori framing dalam komunikasi politik, di mana media (dalam hal ini platform sosial) menjadi alat untuk mengarahkan bagaimana isu dan figur tertentu dipahami oleh audiens (Entman, 1993).

Komentar dan respons audiens pada unggahan @humaniesproject menunjukkan keberhasilan mereka dalam membangun opini publik yang positif terhadap Anies Baswedan. Sebagian besar komentar cenderung mendukung aksi sosial tersebut sekaligus mengaitkannya dengan kepemimpinan yang dianggap humanis dan visioner. Keterlibatan audiens melalui komentar, *retweet*, dan tanda suka (*likes*) di media sosial dapat memperkuat persepsi publik terhadap figur politik. Aktivitas ini, menurut mereka, membantu menyebarkan narasi yang telah dibangun oleh @humaniesproject ke audiens yang lebih luas, menciptakan efek bola salju dalam pembentukan opini (Vaccari et al, 2015). Penggunaan visualisasi dalam unggahan @humaniesproject memainkan peran penting dalam membangun kredibilitas narasi mereka. Dalam komunikasi digital, visualisasi aksi nyata dianggap lebih efektif dibandingkan hanya menyampaikan narasi teks (Van Dijck & Poell, 2013). Foto dan video yang memperlihatkan aksi sosial mereka, seperti distribusi makanan atau aktivitas ambulans, memberikan bukti konkret yang sulit disangkal oleh publik. Hal ini memperkuat hubungan emosional antara audiens dan narasi yang disampaikan. Keseluruhan strategi ini menciptakan persepsi bahwa Anies Baswedan adalah figur pemimpin yang humanis dan dekat dengan rakyat. Narasi yang dibangun oleh @humaniesproject mendukung karakteristik kepemimpinan yang inklusif, yang sering kali menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan politik masyarakat (Gabriel, 2017). Dalam konteks Indonesia, di mana isu-isu sosial dan keadilan sering menjadi perhatian utama, pendekatan ini menjadi relevan dan efektif.



Gambar 5. Kutipan Warganet Terhadap Postingan Akun @humaniesproject

Pernyataan warganet "gila humanies apik banget buset anies amalan lu seumur hidup apaan dah sampe didukung orang-orang mantep begini"

Seolah - olah mengaitkan bahwa aksi-aksi relawan @humaniesproject dengan nilai-nilai kemanusiaan dan kepekaan sosial yang selama ini diyakini menjadi prinsip utama yang diusung oleh Anies Baswedan. Tindakan-tindakan nyata yang dilakukan oleh relawan ini mencerminkan perhatian terhadap isu-isu sosial dan kebutuhan masyarakat, sehingga menegaskan komitmen terhadap nilai-nilai luhur yang penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Keterkaitan ini memberikan gambaran yang lebih kuat bahwa kepemimpinan Anies tidak hanya berorientasi pada kebijakan, tetapi juga melibatkan nilai-nilai moral yang mendalam, seperti kepedulian, empati, dan solidaritas. Kehadiran @humaniesproject dengan berbagai programnya menjadi bukti nyata bagaimana nilai-nilai tersebut diterapkan dalam aksi-aksi nyata di lapangan, yang pada akhirnya memperkuat kesan bahwa visi kepemimpinan Anies selaras dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat luas.



Gambar 6. Respon Warganet Terhadap Postingan @humaniestproject

"you can say anything about anies, but his ideas, his values, goes this far. aniesnya sendiri bisa 'mati', bisa berubah bentuk, bisa tidak dikenali, tapi his ideas will forever stay in this young gen."

Pernyataan warganet ini menggambarkan bahwa aksi-aksi relawan tidak hanya dipahami sebagai bentuk tindakan pragmatis atau solusi sementara atas permasalahan masyarakat. Lebih dari itu, aksi-aksi ini dipandang sebagai manifestasi dari warisan ideologis yang mendalam, yang membawa semangat dan nilai-nilai yang diusung oleh Anies kepada generasi muda. Dalam konteks ini, nilai-nilai seperti kemanusiaan, keadilan sosial, dan solidaritas tidak hanya menjadi inspirasi, tetapi juga menjadi panduan bagi generasi berikutnya untuk berkontribusi bagi masyarakat dengan cara yang serupa. Hal ini menegaskan bahwa kepemimpinan Anies tidak semata-mata tentang figur atau kebijakan yang diterapkan selama masa jabatan tertentu, tetapi tentang warisan nilai yang mampu menggerakkan perubahan jangka panjang. Anies dipersepsikan sebagai pemimpin yang visioner, yang bukan hanya berfokus pada masa kini, tetapi juga mempersiapkan masa depan dengan membentuk budaya sosial yang lebih baik. Dengan demikian, aksi relawan yang terinspirasi oleh gagasan-gagasan Anies memperkuat citra dirinya sebagai seorang pemimpin yang mampu menanamkan pengaruh positif yang melampaui batas waktu dan generasi.



Gambar 7. Tangkapan Layar Kutipan Warganet Terhadap Postingan @humaniestproject

Salah satu kutipan dari warganet yang menyoroti ucapan Anies tentang pentingnya tidak menyerah dalam mencintai negeri ini karena masih banyak orang yang memiliki kualitas tinggi. Unggahan tersebut secara langsung terhubung dengan aktivitas Humanities Project, memperkuat kesan bahwa Anies mendukung komunitas yang memiliki visi serupa yaitu mendorong perubahan positif melalui integritas dan dedikasi. Dampaknya, kolaborasi antara nilai-nilai yang diusung Humanities Project dengan pesan-pesan Anies menciptakan narasi konsisten yang membangun kepercayaan publik, terutama di kalangan pemuda. Hal ini juga mempertegas posisi Anies sebagai sosok yang tidak hanya berwacana, tetapi juga mengapresiasi komunitas yang bekerja keras untuk perubahan.

Gerakan relawan @humaniesproject di platform X memainkan peran penting dalam membangun persepsi publik yang positif terhadap Anies Baswedan. Melalui aksi-aksi nyata yang relevan secara sosial dan narasi yang terstruktur, gerakan ini mampu mempromosikan nilai-nilai kepemimpinan Anies yang humanis, responsif, dan inspiratif. Analisis komentar menunjukkan bahwa publik secara umum memberikan respons positif terhadap aksi ini,

mengaitkannya dengan karakter dan visi politik Anies. Dalam konteks politik Indonesia, strategi seperti ini sangat efektif untuk memperkuat citra seorang pemimpin sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat dan relevan dengan kebutuhan zaman.

5. Simpulan

Gerakan relawan @humaniesproject di Platform X menunjukkan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara strategis untuk membangun citra politik Anies Baswedan sebagai pemimpin yang humanis, inklusif, dan responsif. Dengan menyajikan konten berbasis aksi sosial, seperti kampanye donasi, tanggap bencana, dan diskusi publik, gerakan ini tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Strategi narasi yang dirancang untuk mengangkat nilai-nilai seperti keadilan sosial, solidaritas, dan keberpihakan pada rakyat kecil berhasil menciptakan persepsi positif publik terhadap Anies.

Melalui teori *agenda setting* dan *framing*, gerakan ini mengarahkan perhatian publik pada isu-isu yang selaras dengan visi dan nilai-nilai Anies, seperti demokrasi, transparansi, dan kepedulian sosial. Konten visual dan narasi mendalam yang disajikan secara konsisten tidak hanya memperkuat pesan, tetapi juga meningkatkan kredibilitas gerakan di mata masyarakat. Aktivitas daring ini diperkuat oleh aksi nyata di lapangan, menciptakan sinergi antara komunikasi digital dan tindakan langsung. Dengan demikian, @humaniesproject berfungsi sebagai penghubung strategis antara Anies Baswedan dan masyarakat, membangun kepercayaan dan loyalitas melalui pendekatan yang efektif dalam komunikasi politik modern. Strategi ini menunjukkan bahwa gerakan relawan digital memiliki potensi besar untuk memobilisasi dukungan politik di era digital.

Daftar Referensi

- Adler, G., & Steinberg, J. (2000). From Comrades to Citizens. *From Comrades to Citizens: The South African Civics Movement and the Transition to Democracy*, edited by Adler, G and Steinberg, J.
- Alvin, S. (2019). Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno Melalui Akun@Prabowo Dan@Sandiuno. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2).
- Amalina, A. N., Sari, W. P., Putriana, M., & Soegiarto, A. (2024). Opini Publik mengenai Website haveaniesday. com dalam Membentuk Citra Anies Baswedan sebagai Calon Presiden 2024. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 13127-13139.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Chadwick, A., & Dennis, J. (2017). Social media, professional media, and mobilization in contemporary Britain: Explaining the strengths and weaknesses of the citizens' movement 38 Degrees. *Political Studies*, 65 (1), 42–60.
- Effing, R., van Hillegersberg, J., & Huibers, T. (2016). Social media and political participation: Are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems? In E. Tambouris, H. J. Scholl, & M. Janssen (Eds.), *Electronic participation: Proceedings of E-Part 2016* (pp. 25–35). Springer.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58.
- Gabriel, Y. (2017). Leadership in a post-truth era. *Leadership*, 13 (4), 469–476.

- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Haris, A. (2022). Strategi Komunikasi Politik Interaktif Di Era Virtualitas. *PUBLIK REFORM: JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK*, 9(1), 34-44.
- Lexy J. Moleong, (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- McCombs, M. (2014). *Setting the Agenda*. Cambridge 2nd ed (ed.). Malden, MA.
- Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford University Press.
- Muchtar, K. (2016). Komunikasi politik dan pembentukan citra partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136-147.
- Mukharomah, N., & Lenggana, W. F. (2024). Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Pemenangan Pemilu Anies-Amin dalam Membangun Dukungan Publik melalui Twitter. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(3), 2535-2547.
- Mulawarman, N. D. A., & Nasrullah, R. A. (2020). Media Sosial. *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah Pt Hajar, tahun*.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nurudin, M. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta.
- Scammell, M. (2015). Politics and image: The conceptual value of branding. *Journal of Political Marketing*, 14 (1-2), 7-18.
- Syauket, A. (2022). Peran Relawan Politik Dalam Konstelasi Politik Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 8(1), 47-56.
- Tamburak, A., (2013), *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, cet. 2.
- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*. Kementrian keuangan. (1978). <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1945/UUDTAHUN~1945UUD.HTM>
- Vaccari, C., Valeriani, A., Barberá, P., Bonneau, R., Jost, J. T., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2015). Political expression and action on social media: Exploring the relationship between lower- and higher-threshold political activities among Twitter users in Italy. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20 (2), 221-239.
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1 (1), 2-14.
- Zed, Mestika (2003). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia