

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemilihan Umum (Pemilu) seharusnya menjadi sebuah momen yang melibatkan serangkaian proses penting, mulai dari kegiatan kampanye politik hingga usaha membangun citra positif melalui personal branding di mata publik. Pemasangan baliho merupakan langkah awal dalam kampanye untuk mengenalkan calon kepada masyarakat (Nurfadilah & Khoirotunnisa, 2023).

Selain itu, kampanye politik juga dilakukan untuk merebut dan pilihan dari masyarakat. Sebagaimana pengertian kampanye yang tertuang di dalam peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum pada pasal 1 ayat 21 berbunyi “kampanye pemilu yang selanjutnya disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program, dan/atau citra diri peserta pemilu”.

Pemilihan presiden (Pilpres) adalah sebuah proses terpenting dalam sebuah negara demokrasi. Proses ini memungkinkan warga negara agar berpartisipasi secara langsung dalam menentukan pemimpin tertinggi dalam negara mereka, yang akan memegang kekuasaan eksekutif dan menjadi sebagai simbol persatuan bangsa. Setiap Negara memiliki system dan regulasi tersendiri dalam menyelenggarakan pemilihan presiden, namun pada dasarnya proses ini dimulai dengan tahap persiapan yang melibatkan pendaftaran pemilih dan kandidat. Partai politik

memainkan peran kunci dalam menominasikan calon presiden, meskipun di beberapa negara calon independen juga diperbolehkan (DPR, 1999).

Kampanye politik merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan diri ke public dengan tujuan agar elektabilitas calon meningkat. Hal ini bisa didukung dengan membangun sebuah personal branding atau pembentukan citra diri sebagai penunjang kampanye (Nurfadilah & Khoirotunnisa, 2023).

Berdasarkan peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 15 Tahun 2023, masa kampanye untuk pasangan calon presiden dan wakil presiden akan berlangsung selama 75 hari. Kampanye dimulai pada hari selasa, 24 November 2023 dan berakhir pada hari sabtu, 10 Februari 2024. Pada masa itu semua pasangan calon presiden dan wakil presiden baik urutan nomor 1, 2 dan 3 dipersilahkan untuk berbagai kegiatan berkampanye, menyampaikan serta memperkenalkan visi dan misi serta program yang diusung pada kontestasi politik tahun 2024 tersebut

Branding politik merupakan strategi penting dalam dunia politik modern, terutama dalam konteks pemilihan presiden. Branding politik tidak hanya sekedar pencitraan, tetapi juga upaya untuk membentuk dan mempengaruhi persepsi publik terhadap seorang kandidat. Dalam konteks Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 di Indonesia (Nurfadilah & Khoirotunnisa, 2023).

Salah satu calon presiden pada saat pemilihan presiden 2024 yaitu Anies Rasyid Baswedan, Ph.D. atau yang biasa dikenal dengan anies Baswedan. Adalah seorang akademisi Pendidikan Indonesia yang lahir pada 7 mei 1969 di kuningan, jawa barat. Anies baswedan adalah cucu dari pejuang kemerdekaan Abdurrahman

baswedan. Anies baswedan pernah menjabat sebagai menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia untuk cabinet kerja Jokowi 26 oktober 2014 hingga tergantikan oleh Muhadjir Effendy pada reshuffle cabinet pada 27 Juli 2016.

Anies Rasyid Baswedan, Ph.D. atau yang biasa dikenal dengan anies Baswedan adalah rector termuda di Indonesia pada tahun 2007 dengan jabatan sebagai rector Universitas Paramadina yang pada saat itu berusia 38 tahun. Anies baswedan juga adalah seorang mantan Gubernur DKI Jakarta dengan pasangan sandiaga Uno pada tahun 2017-2022.

Pada pemilihan presiden tahun 2019, ada dua kandidat yang mendaftarkan diri menjadi pasangan calon presiden dan wakil presiden. Pasangan calon nomor urut 01 yaitu Joko Widodo- Ma'ruf Amin dengan partai pengusung Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golkar, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Nasdem, Partai persatuan pembangunan (PPP), partai Hanura, partai solidaritas Indonesia (PSI), partai keadilan dan persatuan Indonesia (PKPI) dan partai perindo. Sedangkan untuk pasangan calon urut 02 yaitu Prabowo Subianto- Sandiaga Uno dengan partai pengusung Partai Gerindra, partai keadilan sejahtera (PKS), partai amanat nasional (PAN), partai Demokrat dan partai Berkarya.

**Table 2.1 Hasil Pilpres 2019**

<b>Paslon</b>	<b>Suara Pemilih</b>	<b>Total Suara Sah</b>	<b>Total Suara Rusak</b>	<b>Total Suara Sah dan Rusak</b>
Prabowo-Sandi	87.396	95.438	2.720	98.158
Jokowi-Amin	8.042			

Sumber: Antaranews.com

Pemilihan presiden 2019, pasangan calon nomor urut 02 yaitu Prabowo – Sandi unggul jauh dikota lhokseumawe dengan perolehan suara sah 87.396 Suara. Sedangkan pasangan calon nomor urut 01 yaitu Jokowi – Amin hanya memperoleh suara dikota lhokseumawe sebanyak 8.042 Suara. Disebutkan oleh ketua KIP Lhokseumawe ada 95.438 Suara Sah sedangkan suara rusak dan lain sebanyak 2.720, sehingga jumlah suara sah dan tidak sah secara keseluruhan sebanyak 98.158 suara.

Pada pemilihan Presiden tahun 2024, terdapat tiga kandidat yang mendaftarkan diri menjadi pasangan calon presiden dan wakil presiden. Pasangan calon nomor urut 01 yaitu Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar dengan partai pengusung Partai kebangkitan bangsa (PKB), Partai Keadilan sejahtera (PKS), Partai Nasdem, dan Partai Ummat. Pasangan calon nomor urut 02 yaitu Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka dengan partai pengusung Partai Gerindra, Partai Golkar, Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Bulan Bintang (PBB), dan Partai Garuda. Pasangan calon nomor urut 03 yaitu Ganjar Pranowo – Mahfud MD dengan partai pengusung Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), partai persatuan pembangunan (PPP), partai Perindo dan partai Hanura.

**Tabel 1.2 Hasil Pilpres 2024**

<b>Paslon</b>	<b>Suara Pemilih</b>	<b>Total Suara Sah</b>	<b>Total Suara Rusak</b>	<b>Total Suara Sah dan Rusak</b>
Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar	85.739	104.362	2.299	106.661
Prabowo – Gibran	17.172			
Ganjar – Mahfud	1.451			

Sumber: Habaaceh.id

Pemilihan Presiden 2024 dimenangkan oleh pasangan calon nomor urut 01 yaitu Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar dengan perolehan 85.739 Suara. Selanjutnya disusul oleh pasangan calon nomor urut 02 yaitu Prabowo – Gibran yang memperoleh 17.172 Suara. Dan Ganjar – Mahfud memiliki 1.451 suara. Disebutkan oleh Indrawan Eka Putra komisioner KIP Kota Lhokseumawe jumlah suara sah presiden dan wakil presiden mencapai 104.362 suara. Sedangkan yang tidak sah mencapai 2.299 suara. Ada 133.574 Daftar pemilih tetap (DPT) di kota Lhokseumawe. Sedangkan yang menggunakan hak pilihnya mencapai 106.661 pemilih.

Pada tahun 2019 Prabowo - Sandiaga mendapatkan suara mayoritas dikota lhokseumawe mengalahkan Jokowi – Amin. Setelah itu pada tahun 2024 Prabowo Kembali mencalonkan diri menjadi calon presiden 2024, namun Prabowo kalah dari Anies Baswedan yang pada saat itu mencalonkan diri menjadi calon presiden, terjadi *electoral volatility* dimana masyarakat Lhokseumawe tidak lagi memilih Prabowo Sebagai Presiden Republik Indonesia. Anies Baswedan yang bukan berasal dari suku Aceh ataupun pernah memimpin aceh muncul sebagai salah satu

kandidat yang menonjol dengan strategi branding politiknya yang unik dan menarik perhatian publik.

Dinamika politik elektoral di Indonesia menunjukkan fenomena menarik, khususnya dalam konteks pergeseran preferensi pemilih atau yang dikenal dengan istilah *Electoral Volatility*. *Electoral Volatility* adalah Perubahan pilihan dari satu partai politik ke partai politik lain, dari suatu Pemilu ke Pemilu selanjutnya. Electoral volatility adalah elemen penting dalam memahami dinamika pemilu dan perilaku pemilih dalam system demokrasi. Tingkat volatilitas yang tinggi bisa menunjukkan adanya perubahan social, ekonomi, atau politik yang signifikan dalam masyarakat (Nasir, 2016).

Kota Lhokseumawe, Aceh, memberikan gambaran nyata tentang bagaimana preferensi pemilih dapat berubah secara signifikan dalam kurun waktu Lima tahun. Pada Pemilihan Presiden 2019, masyarakat Lhokseumawe mayoritas memberikan dukungan kepada Prabowo Subianto. Namun, pada Pemilu 2024, terjadi pergeseran dukungan yang cukup dramatis ke arah Anies Baswedan. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan preferensi politik tersebut (D. A. Rahman et al., 2025).

Identitas keislaman menjadi faktor fundamental yang mempengaruhi perilaku politik Aceh (Azizah et al., 2021). Sebagai wilayah yang dikenal dengan kuatnya nilai-nilai keislaman, Lhokseumawe memiliki karakteristik pemilih yang sangat mempertimbangkan aspek religiusitas dalam menentukan pilihan politik. Anies Baswedan, dengan latar belakangnya sebagai santri dan akademisi Muslim,

berhasil membangun narasi yang kuat tentang kepemimpinan yang berlandaskan nilai-nilai keislaman. Pendekatan ini resonan dengan aspirasi masyarakat Lhokseumawe yang menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sosial dan politik (D. A. Rahman et al., 2025).

Pergeseran posisi politik Prabowo Subianto juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perubahan preferensi pemilih. Pada Pilpres 2019, Prabowo memposisikan diri sebagai oposisi yang kritis terhadap pemerintahan Jokowi, sebuah posisi yang mendapat simpati dari masyarakat Aceh yang secara historis memiliki sikap kritis terhadap pemerintah pusat. Namun, keputusan Prabowo untuk berkoalisi dengan Jokowi dan menjadi calon yang didukung pemerintah pada Pilpres 2024 telah mengubah persepsi pemilih. Perubahan haluan politik ini dianggap tidak sejalan dengan aspirasi masyarakat Lhokseumawe yang menghendaki pemimpin yang dapat menjadi voice of criticism terhadap kebijakan pemerintah pusat (Try et al., 2023)

Faktor kedaerahan dan otonomi khusus juga memainkan peran penting dalam pergeseran preferensi pemilih. Anies Baswedan, melalui kampanye politiknya, menawarkan visi yang lebih kuat tentang desentralisasi dan pengakuan terhadap kekhususan daerah. Narasi tentang keadilan dan pemerataan pembangunan yang diusung Anies mendapat sambutan positif dari masyarakat Lhokseumawe yang memiliki pengalaman historis panjang dalam perjuangan otonomi khusus. Pendekatan Anies yang menekankan pentingnya menghargai keunikan dan aspirasi daerah dipandang lebih sesuai dengan harapan masyarakat local (Zahidah Dina Firdausi & Yusa Djuyandi, 2024).

Strategi kampanye dan komunikasi politik juga berkontribusi terhadap terjadinya *Electoral Volatility*. Tim Anies melakukan pendekatan yang lebih intensif dan terstruktur kepada masyarakat Aceh, termasuk Lhokseumawe. Narasi politik yang dibangun tentang keadilan sosial, pemberdayaan daerah, dan penghargaan terhadap nilai-nilai lokal dikemas dalam bahasa yang mudah dipahami dan menyentuh aspirasi masyarakat. Hal ini berbeda dengan kampanye Prabowo yang cenderung kurang intensif di wilayah tersebut (Zahidah Dina Firdausi & Yusa Djuyandi, 2024).

Penelitian dilakukan di kota Lhokseumawe berdasarkan dua alasan yaitu alasan objektif dan alasan subjektif. Pertama yaitu alasan objektif dimana peneliti melihat kejadian di seluruh wilayah provinsi mengalami kejadian yang sama dimana terjadi perubahan dukungan yang awalnya tahun 2019 mayoritas mendukung prabowo tetapi pada 2024 berubah dukungan dan pilihan terhadap anies baswedan, dengan dilakukannya penelitian di Lhokseumawe diharapkan menjawab pertanyaan alasan berubahnya dukungan tersebut. Kedua yaitu alasan subjektif yaitu karena keterbatasan waktu dan biaya serta peneliti melihat kota Lhokseumawe adalah sebuah kota majemuk dimana banyak suku etnis dan agama dengan mayoritas agama islam (D. A. Rahman et al., 2024).

Dimensi historis-kultural masyarakat Lhokseumawe tidak dapat diabaikan dalam menganalisis fenomena ini. Sebagai bagian dari Aceh, Lhokseumawe memiliki pengalaman sejarah yang khas dalam hubungannya dengan pemerintah pusat. *Positioning* Anies yang menekankan aspek keadilan dan pengakuan terhadap kekhususan daerah lebih sesuai dengan memori kolektif dan aspirasi politik masyarakat lokal (Abubakar et al., 2024).



*Electoral Volatility* yang terjadi di Lhokseumawe menunjukkan bahwa preferensi pemilih bukanlah sesuatu yang statis, melainkan dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Pergeseran dukungan dari Prabowo ke Anies merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor identitas keagamaan, posisi politik, sentimen kedaerahan, strategi kampanye, dan dimensi historis-kultural masyarakat setempat. Fenomena ini memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya memahami karakteristik dan aspirasi lokal dalam kontestasi politik nasional. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengangkat judul penelitian **“Analisis Branding Politik Anies Baswedan Pada Kontestasi PILPRES 2024 (Studi Kota Lhokseumawe)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Anies Baswedan Membangun branding politik sebagai calon presiden Republik Indonesia pada masa kontestasi pemilihan presiden (Pilpres) tahun 2024?
2. Bagaimana branding politik Anies Baswedan mempengaruhi perubahan sikap pemilih di Kota Lhokseumawe pada Pilpres 2024?

## **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi fokus penelitian penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Branding politik yang dibangun oleh Anies Baswedan sebagai calon presiden pada Pemilihan presiden tahun 2024 lewat teori Branding politik sub focus penelitian *Personality Values, Promise, Relationship*.

1. Dampak branding politik Anies Baswedan terhadap perubahan perilaku pemilih di kota Lhokseumawe pada Pilpres 2024 lewat teori *Electoral Volatility* sub focus penelitian *Eksposur media*, Evaluasi Kandidat dan Kinerja dan Konflik Partai.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui personal branding yang dilakukan Anies Baswedan pada kontestasi pemilihan presiden 2024 di kota Lhokseumawe, Aceh.
2. Mengetahui branding politik Anies Baswedan dapat mempengaruhi perubahan sikap pemilih di Kota Lhokseumawe pada pilpres 2024

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian Ini diharapkan bisa menjadi referensi dalam kajian ilmu politik terutama yang berkaitan dengan politik elektoral dan juga memperluas pengetahuan penulis khususnya terkait dengan branding politik Anies Baswedan pada kontestasi pilpres 2024 di kota Lhokseumawe.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini dapat menjadi masukan terutama bagi penulis sendiri dan segenap mahasiswa ilmu politik dalam melihat branding politik dan dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan mahasiswa dalam melihat branding politik seorang calon presiden ataupun wakil presiden.