

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam praktik politik seringkali terjadi adanya pro dan kontra dari sebuah kebijakan yang diambil oleh pemerintah atau pembuat kebijakan. Salah satu isu besar yang menjadi perhatian nasional, yaitu pemerintah untuk memindahkan Ibu Kota Negara (IKN) dari Jakarta ke Kalimantan Timur. Saat 26 Agustus 2019 lalu, Presiden Joko Widodo menginformasikan rencana pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) dari Jakarta ke sebuah lokasi baru di Pulau Kalimantan, tepatnya di Provinsi Kalimantan Timur. Rencana ini diumumkan sebagai upaya untuk mengatasi masalah yang telah lama dihadapi oleh Jakarta, seperti banjir, kepadatan penduduk yang tinggi, dan kerusakan lingkungan. Pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) juga diharapkan akan membantu dalam mendistribusikan pembangunan ekonomi dan infrastruktur lebih merata ke luar pulau Jawa. ([kominfo.go.id/](http://kominfo.go.id/)). Akan tetapi kebijakan tersebut banyak menuai pro dan kontra dikalangan masyarakat dikarenakan pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) ini dinilai cukup tergesa-gesa dalam mengambil keputusannya.

Saat ini Provinsi DKI Jakarta menjadi Ibu Kota Negara (IKN) Republik Indonesia mempunyai peran sebagai pusat pemerintahan dan pusat perekonomian. Dwifungsi kewenangan inilah yang membuat populasi terus meningkat di daerah ini. Kondisi tersebut belum diimbangi oleh kemampuan perencanaan kota dan lingkungan (Yahya, 2018) Permasalahan seperti banjir (Pratiwi & Rahajoeningroem, 2020) panas kota (Hamdani, 2020), pencemaran udara (Gavrila & Rusdi, 2020), dan pencemaran air sungai masih belum diselesaikan. Karena lokasinya di wilayah pesisir, di mana terjadi interaksi antara daratan dan lautan, DKI Jakarta menghadapi risiko laut dan perubahan iklim. Selain itu, permukaan tanah

turun sebagai akibat dari beban infrastruktur dan bangunan yang ada di kota Jakarta (Ramadhanis, 2017).

Akibatnya, daerah yang letaknya dekat dengan laut mudah terdampak banjir. Jika permukaan air laut naik, masalah ini akan semakin parah. Pemerintah memutuskan untuk memindahkan fungsi pusat pemerintahan negara dari DKI Jakarta karena masalahnya yang kompleks (Hasibuan & Aisa, 2020). Pemindahan Ibu Kota Negara Kota (IKN) diharapkan akan memudahkan penyelesaian masalah di Jakarta untuk warganya. Presiden terpilih Republik Indonesia Periode 2019 –2024, Ir. Joko Widodo secara resmi mengumumkan di sebuah konferensi pers pada Senin, 26 Agustus 2019, bahwa lokasi baru IKN akan berada di Provinsi Kalimantan Timur. Khususnya, itu akan meliputi sebagian Kabupaten Penajam Paser Utara dan sebagian Kabupaten Kutai Kartanegara (Nugroho, 2020).

Pemerintah mengklaim bahwa secara geologis, Kalimantan Timur sangat cocok untuk membangun ibu kota baru karena tidak berada di jalur merah Gunung Merapi, yang mengurangi risiko bencana. Selain itu, Pulau Kalimantan secara umum lebih aman daripada pulau atau wilayah lain di Indonesia, meskipun ada kesalahan struktur dan catatan aktivitas gempa (Kurniadi, 2019). Pemerintah juga memindahkan Ibu Kota Negara ke Kalimantan Timur karena faktor ekonomi. Berbagai pihak di wilayah Kalimantan Timur, khususnya di lokasi pembangunan Ibu Kota Negara (IKN), yaitu di Penajam Paser Utara (PPU) dan Kutai Kartanegara, menanggapi rencana pemindahan Ibu Kota Negara.

Dari sebagian rencana ini, cukup banyak interaksi yang melibatkan beberapa pihak yang akhirnya mengomentari isu pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) yang dinilai pro dan kontra terkait kebijakan ini. Dalam isu ini pemerintah atau stakeholder terkait menggunakan komunikasi politik online untuk memberikan satu narasi kepada publik. Akan tetapi bukan hanya pemerintah atau stakeholder saja yang memberikan narasi tersebut, banyak pihak kontra yang juga turut membuat narasi di media sosial pribadinya.

Komunikasi politik adalah aspek penting dalam dunia politik modern. Dalam era digital seperti sekarang, media sosial dan *platform* daring menjadi sarana utama bagi para politisi untuk berkomunikasi, memberikan opini, tanggapan terhadap masyarakat. Salah satu bentuk komunikasi politik yang semakin populer adalah melalui platform video online seperti YouTube. Para politisi memanfaatkan YouTube untuk menyampaikan pesan-pesan politik mereka, membangun citra diri, dan memengaruhi opini publik. Bertolak dari ide-ide tentang komunikasi dan politik, Dahlan mengatakan bahwa upaya untuk mendefinisikan apa itu komunikasi politik merupakan bidang atau disiplin yang melihat bagaimana komunikasi bersifat politik dan memengaruhi atau memengaruhi tindakan politik.

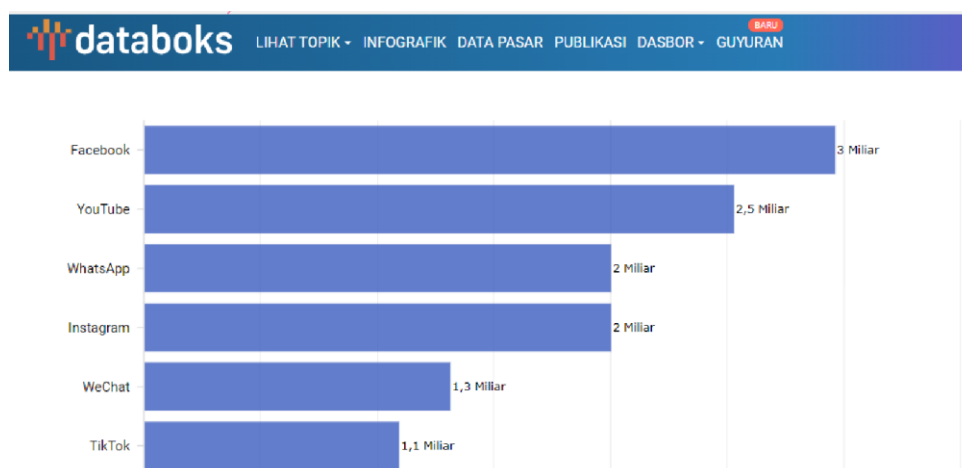
Maedow dalam Nimmo turut menjabarkan, *“Political communication refers to any exchange of symbols or messages that to a significant extent have been shaped by or have consequences for political system”*. Maedow menekankan bila simbol atau pesan yang disampaikan secara signifikan dibentuk atau berkonsekuensi logis terhadap sistem politik. Fitri Yanti menambahkan, komunikasi politik merupakan upaya menyampaikan pesan politik dengan sengaja oleh komunikator (penyampai pesan) ke komunikan (penerima pesan) yang bertujuan guna merancang komunikasi berperilaku tertentu. Miriam Budiarjo menuturkan bila komunikasi politik ialah fungsi politik, tepatnya adalah penyaluran bermacam pendapat atau aspirasi masyarakat dan mengaturnya dengan menggabungkan kepentingan dan merumuskan kepentingan untuk diperjuangkan menjadi kebijakan publik.

Sekarang ini internet berperan penting dalam dunia politik di Tanah Air, baik secara positif ataupun negatif. Sesuai konteks diskusi komunikasi politik di Indonesia, ke depan berpeluang adanya persinggungan dengan teori politik daring. Perihal ini berlandaskan pada beragam pendapat. Pertama, internet di Indonesia mengalami perkembangan dari sisi teknologi ataupun jumlah penggunaannya. Mulai menjangkau 1% dari jumlah seluruh penduduk pada tahun 1998 (Lim, 2003). Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

mencatatkan penetrasi internet di Indonesia sudah menyentuh angka 78,19% pada 2023 atau mencapai 215.626.156 jiwa dari total populasi sejumlah 275.773.901 jiwa. Tingkat pengguna internet di Indonesia yang tergolong tinggi berdampak pada munculnya aktivitas yang kerap disebut sebagai politik siber (*cyber politic*), yaitu pemakaian media daring sebagai media komunikasi publik.

Pemilu (pemilihan umum) 2019 adalah contoh riil dari pemakaian internet, terkhusus media sosial dalam proses komunikasi politik. Kedua, berkaitan dengan publik sebagai bagian komunikasi politik penting, memosisikan internet sebagai harapan bagi masyarakat Indonesia ketika kepercayaan masyarakat dengan media/pers dalam negeri yang menurun karena dicap sudah bermuatan politik (Nugroho, Yanuar, 2012) (Agus Sudibyo & Nezar Patria, 2013)

YouTube merupakan laman web yang memiliki bermacam video, seperti video klip hingga film, dan video yang dibuat. YouTube pun menjadi media sosial yang dijadikan sebagai media untuk mendapatkan hiburan dan informasi. Sesuai data We Are Social, YouTube berada pada urutan pertama sebagai media sosial yang kerap diakses oleh masyarakat Indonesia. Melalui pemanfaatan popularitas YouTube, media sosial lainnya pun mulai menyediakan saluran YouTube guna menjangkau pengguna (Tjnatjantia Widika, 2013)



Gambar 1. : Data pengguna aktif media sosial di dunia. (Sumber: Digital Indonesia 2023.)

YouTube menempati urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif sebesar 2,52 miliar pengguna di dunia. YouTube merupakan media sosial berbasis video atau situs berbagi video. Beragam konten video dapat ditemukan oleh para penggunanya, seperti video music, politik, berita, olahraga, *lifestyle*, game, dan lain sebagainya. Sekarang ini YouTube telah menjangkau penonton dengan kisaran usia 18 hingga 34 tahun (Annur, 2023).

Media sosial memiliki kemampuan mempengaruhi pendapat masyarakat. Usaha guna mendapatkan dukungan masyarakat secara cepat merupakan kemampuan media sosial dalam menyampaikan pesan (Susanto, 2017). Penyebarluasan berita daring dengan media sosial memengaruhi signifikan melalui nada, pengulangan, maupun komposisi pada opini publik. Berita daring mudah dalam memengaruhi opini media sosial dibanding artikel panjang (Gabore, S. M., & Xiuju, 2018).

Sejak isu pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) bergulir, Anies Baswedan sebagai mantan Gubernur DKI Jakarta dan calon presiden pada pemilu 2024 menyampaikan narasinya terkait Pembangunan IKN. Dua diantaranya adalah unggahan Anies Baswedan pada Youtube @aniesbaswedan pada tanggal 5 Juli 2023 dan 16 Agustus 2023. Unggahan tersebut adalah konten yang diunggah Anies dalam Youtube @aniesbaswedan hasil wawancara dengan Andi F Noya dan Rhenald Kasali.

Berdasarkan gambar diatas, narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) pada Youtube @aniesbaswedan tersebut ditonton oleh ratusan ribu penonton yang pada postingan pertama mencapai 62.744 ribu kali ditonton dan total *like* mencapai 942 *like* dan terdapat 673 komentar penonton pada video tersebut. Dan pada postingan kedua Anies ditonton oleh ratusan ribu penonton yang pada postingan pertama mencapai 412 ribu kali ditonton dan total *like* mencapai 5 ribu *like* dan terdapat 2.638 komentar penonton pada video tersebut

Anies Baswedan adalah salah satu politisi yang telah aktif memanfaatkan platform YouTube untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Tercatat saat ini Anies sudah memilik

1,06 juta subscriber. Ketika menjabat selaku Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan telah menggunakan saluran YouTube resminya untuk mengkomunikasikan berbagai program dan kebijakan yang dia dan pemerintahannya lakukan. Sesuai dengan beberapa referensi, cara negara menghegemoni dan merancang narasi kebijakan memanfaatkan media yang umum sudah kerap diteliti dalam kerangka mediasi wacana positif ke publik (Moraes, 2018). Produksi pemberitaan oleh media mainstream kerap memperlihatkan hubungan kedekatan antara media massa dengan pemerintah yang tidak memunculkan ruang dialog kritis, tetapi sekadar hegemoni tunggal media (Altheide, 1984; Block, 2013; Evans, 2002) guna melahirkan reputasi negara yang baik pada tingkat eksekusi kebijakan (Brewster, 2009). Dari hasil pra riset peneliti pada narasi Anies di YouTube @aniesbaswedan, Anies memberikan sikapnya dengan memposting video dari konten *podcast* dari beberapa podcaster untuk menanyakan sikapnya ketika pemerintah memindahkan Ibu Kota Negara (IKN) ke Kalimantan.

Politisi lain seperti Prabowo Subianto juga memberikan komentar dalam sebuah media dengan menunjukkan sikap bahwa pro terhadap pemindahan Ibu Kota Negara Baru (IKN). Prabowo menjabarkan bahwa Ibu Kota Negara (IKN) adalah proyek politis dan sumber anggaran utamanya harus berasal dari dalam negeri, dan kemudian modal dari luar negeri akan mengikuti kemudian. (Kompas.com).

Sebagai bagian dari pemindahan Ibu Kota Negara (IKN), pemerintah telah melakukan berbagai studi, pemetaan, dan persiapan lainnya. Namun, perubahan semacam ini adalah proyek yang sangat besar dan kompleks, yang akan memerlukan waktu bertahun-tahun untuk direalisasikan. Selain itu, pemindahan ibu kota juga menghadapi berbagai tantangan teknis, keuangan, dan sosial. Pemindahan ibu kota negara merupakan isu yang memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat dan ekonomi Indonesia. Atas dasar itulah sehingga peneliti mengkritisi Anies Baswedan sebagai salahsatu politisi yang juga cukup intens memberikan

sikap terkait isu pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) yang juga kerap menjadi Bakal Calon Presiden pada Pemilu 2024.

Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini dibuat dengan tujuan ingin menganalisis lebih lanjut terkait Retorika narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Isu pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) ke Kalimantan telah menunjukkan bahwa pemanfaatan Anies Baswedan menggunakan media sosial dalam menjembatani proses narasi antara Anies Baswedan dan masyarakat.

Beracuan pada pemaparan di atas, penelitian ini berlandaskan pada pertanyaan esensial dan sebagai masalah utama, yakni:

1. Bagaimana narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) dalam pendekatan retorika persuasif?

Sesuai pemaparan di atas, diketahui penelitian ini bermaksud guna memaparkan mengenai narasi yang disampaikan, dengan pendekatan retorika persuasif.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Setelah memaparkan rumusan permasalahan yang sudah dijelaskan, penelitian ini bertujuan guna:

1. Mengidentifikasi narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) dalam pendekatan retorika persuasif?

## **1.4 Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengingat berbagai kegunaannya, antara lain:

#### **1.4.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian ini harapannya dapat berkontribusi untuk memberikan wawasan maupun penjelasan perihal teori-teori apa saja mengenai narasi Anies Baswedan untuk memberikan pesan kepada publik tentang pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di YouTube @aniesbaswedan. Juga diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam bentuk konteks, asumsi memperkuat pemikiran atau justru menegaskan pemikiran dalam teori tersebut.

#### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Secara praktis, peneliti ingin memberi manfaat secara praktis kepada Anies Baswedan yang melakukan komunikasi politik dalam rangka memberikan narasi terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) sehingga menjadi bahan preferensi bagi Anies Baswedan dan tim untuk komunikasi politik selanjutnya. Menambah referensi yang berkaitan dengan bagaimana narasi Anies Baswedan untuk memberikan pesan kepada publik tentang pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) dalam pendekatan retorika persuasif.

#### **1.4.3 Signifikansi Sosial**

Dari sudut pandang sosial penelitian ini harapannya bisa meningkatkan kecerdasan masyarakat, khususnya pejabat publik yang lain, politisi, konsultan politik, organisasi politik dan lain-lain dalam berkomunikasi politik terkait isu pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) yang dinarasikan Anies Baswedan melalui platform media sosial.

### **1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis**

#### **1.5.1 State of The Art**

Penelitian sejenis mengenai pemindahan Ibu Kota Nusantara (IKN) sudah banyak dilakukan. Yang pertama penelitian A. Kodir (2021) dengan judul, Dinamika



Respon Masyarakat Terhadap Pembangunan Ibu Kota Negara Baru (IKN) Indonesia. Fokus penelitian ini adalah untuk melacak respons dari berbagai pihak yang terlibat dalam proses pembuatan Ibu Kota Negara (IKN) Indonesia di Kalimantan Timur. Menurut hasil penelitian, ada tiga jenis respons dinamika terhadap perkembangan IKN di Kalimantan Timur. 1) Mereka yang menerima pembangunan IKN percaya bahwa dampak sosial ekonomi dari perubahan masyarakat akan lebih baik karena keberadaan IKN. 2) Sebagian besar pihak yang menentang pembangunan IKN terdiri dari masyarakat adat dan beberapa LSM di Kalimantan Timur. Khawatir akan tanah masyarakat adat di lokasi pembangunan adalah alasan penolakan. 3) Partai sedang, juga dikenal sebagai partai kelas menengah: partai ini melihat perkembangan IKN dari dua perspektif.

Penelitian kedua, Penelitian lain yang dilakukan Rifaid (2023) Kepercayaan Publik: Kebijakan Indonesia dalam Pembangunan Ibu Kota Baru (IKN). Penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah membantu membangun Ibu Kota Baru (IKN). Gagasan pengembangan IKN yang diharapkan akan menjadi contoh kota dunia memengaruhi keyakinan positif tersebut. IKN mungkin berdampak pada pemerataan ekonomi, peningkatan kesejahteraan, dan elemen penting lainnya selama masa kepemimpinan Joko Widodo sebagai Presiden Indonesia. Studi ini juga menemukan bahwa kekhawatiran tentang kerusakan lingkungan dan masalah anggaran adalah dua faktor yang mempengaruhi penurunan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan yang rendah akan menghambat perkembangan IKN, dan pemerintah dapat kehilangan banyak uang. Kepercayaan masyarakat terhadap masalah kebijakan IKN akan berdampak pada keberlanjutan rencana pengembangan IKN ke depan.

Penelitian ini sangat penting sebagai landasan untuk mengkaji pengembangan IKN di masa mendatang, terutama bagi pemerintah, untuk memastikan bahwa

kepercayaan masyarakat adalah hal yang paling penting. Penelitian ini hanya dapat berfokus pada penelusuran diskusi publik di Twitter, jadi penelitian selanjutnya dapat menggunakan instrumen kuesioner untuk mengeksplorasi lebih lanjut. Hal ini dapat membantu dalam pengumpulan dan analisis data untuk masalah yang lebih kompleks di masa depan.

Jauchar B (2022) juga melakukan penelitian mengenai, Dampak IKN terhadap Pembangunan Sosial Ekonomi di Penajem Paser Utara (PPU) dan Kutai Kartanegara. Hal ini disebabkan selama ini pembangunan pemerintah hanya terpusat di Pulau Jawa dan Sumatera, sedangkan daerah yang lain cenderung terabaikan, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pembangunan ibu kota baru akan berdampak besar pada pemerataan kesejahteraan nasional. Kalimantan Timur dianggap pemerintah sebagai lokasi baru IKN karena lokasinya yang aman, ancaman bencana yang rendah, dan dekat dengan kota-kota berkembang. Selanjutnya, ada sumber air baku yang tersedia dan lahan yang luas yang dimiliki oleh pemerintah atau BUMN. Akibatnya, biaya yang diperlukan berkurang dan kemungkinan konflik sosial berkurang. Kawasan Ibu Kota Negara (IKN) memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan kesejahteraan di seluruh negara.

Penelitian tersebut mencoba menjelaskan dalam jangka pendek, pengembangan IKN dapat mendorong kegiatan perekonomian dengan meningkatkan infrastruktur di IKN dan sekitarnya, membuka peluang lapangan kerja serta mendorong perdagangan antar daerah. Untuk jangka menengah dan panjang, pengembangan IKN dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang lebih luas bagi IKN dan sekitarnya karena adanya peningkatan berbagai kegiatan ekonomi dan munculnya sektor-sektor ekonomi baru.

Anggun Dyah Masitah (2022) dalam penelitiannya mengenai *Analisis Opini*

*Publik Berdasarkan Teori Agenda Setting Pada Proses Perencanaan Pemindahan IKN* menjelaskan bahwa teori agenda setting sesuai dengan data penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis opini publik terkait teori agenda setting, yang didapat dari fenomena perencanaan pemindahan IKN di media sosial Twitter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Twitter berfungsi sebagai agenda setting dalam menciptakan suatu informasi yang menggiring berbagai opini publik mengenai proses perencanaan pemindahan IKN. Informasi ini kemudian dipublikasikan dan memunculkan pendapat publik. Data yang dikumpulkan dalam penelitian menunjukkan bahwa akun-akun tersebut lebih banyak menggiring opini publik untuk mendukung pemerintah dalam proses perencanaan pemindahan IKN. Ada akun yang menggunakan kata-kata yang mengkritik, tetapi dengan tujuan membangun.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan aplikasi Nvivo 12 Plus menunjukkan bahwa akun-akun tersebut percaya bahwa informasi yang diposting di medsos Twitter terkait proyek IKN penting untuk dibahas. Hal ini diketahui karena membahas perencanaan pemindahan IKN. ditunjukkan oleh banyak tweet dan retweet yang. Media sosial seperti Twitter dapat mempengaruhi dan menata pemikiran publik dengan menyampaikan opini publik. Dengan demikian, masyarakat dapat terbawa dengan berbagai pendapat yang disampaikan oleh media sosial. Berdasarkan penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa teori agenda setting ada, yaitu data hasil penelitian sesuai.

Beberapa penelitian yang telah disebutkan sebelumnya mengkaji bahwa pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) banyak diasumsikan menjadi satu alasan ketika berpindah Ibu Kota Negara (IKN) akan menyelesaikan beberapa masalah seperti sosial, ekonomi, ataupun kesenjangan. Dari penelitian sebelumnya disebutkan juga bahwa pemerintah lebih banyak membuat *framing* pada publik yang pada tujuannya

bahwa pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) adalah solusi, nyatanya framing yang cupu banyak dikirimkan melalui Twitter itu untuk dilakukan untuk membuat narasi pada publik untuk mendukung kebijakan yang dari beberapa pihak menganggap bahwa pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) ini tergesa-gesa dan tidak melibatkan partisipasi publik yang luas. Namun, belum banyak ditemukan penelitian yang membahas bagaimana tokoh publik yang secara tegas dan lugas menyampaikan kritik atau narasi terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) melalui platform YouTube dengan metode Netnografi yang melihat perilaku atau sikap publik dalam menanggapi narasi itu.

### **1.5.2 Paradigma Penelitian**

Paradigma merupakan sudut pandang yang mendasar mengenai pokok persoalan dan ilmu tertentu. Perkembangan ilmu pengetahuan telah menciptakan sudut pandang baru dalam memecahkan setiap persoalan yang berkembang mengikuti perkembangan zaman. Paradigma dalam penelitian ini ialah paradigma kritis. Paradigma kritis dalam ilmu sosial berkontribusi pada hipertrofi pendekatan ilmiah dan metodologi yang digunakan dalam deskripsi dan analisis makna wacana terhadap subjek berupa teks, pidato, dan interaksi sosial di media yang bersifat interpretatif (Salim, 2001:59). Secara sederhana, paradigma kritis melihat bagaimana dunia dipersepsikan dan melihat bagaimana ketimpangan relasi kuasa terjadi (Guba, 1990). Sementara paradigma kritis berdasarkan keyakinan dasar ontologi adalah realisme historis yang terbentuk sepanjang waktu dari nilai politik, sosial, ekonomi, kultural, etnik dan gender (Guba & Lincoln, 1994).

### **1.5.3 Kerangka Teori**

#### **1.5.3.1 Komunikasi Politik Online**

Surbakti, (2010: 152) menjabarkan komunikasi politik sebagai upaya untuk menyampaikan informasi perihal politik dari pemerintah ke masyarakat atau dari

masyarakat ke pemerintah. Cangara (2011) menjelaskan komunikasi politik menekankan pesan yang disampaikan secara signifikan dibentuk atau berkonsekuensi logis terhadap sistem politik, sehingga media berperan yang utama dalam sebuah komunikasi politik yang dilaksanakan komunikator politik. Ada 4 tujuan komunikasi politik dilakukan, menurut Anwar Arifin (2006), yaitu:

#### **A. Membangun Citra Politik**

Tujuan dari komunikasi politik, salah satunya membangun citra politik yang positif bagi masyarakat. Citra politik tersebut terbangun sesuai informasi yang diterima masyarakat, baik informasi langsung atau dari media politik, termasuk media massa yang bertugas menginformasikan perihal pesan politik secara umum dan aktual (Anwar Arifin, 2011)

#### **B. Membentuk dan Membina Pendapat Umum**

Dalam komunikasi politik, pembentukan pendapat umum bergantung dari fungsi media politik, terkhusus media massa. Instrumen semacam radio, pers, film maupun tayangan televisi, bukan sekadar berfungsi menginformasikan, mendidik, menghubungkan, dan menghibur, tetapi mampu menciptakan kesan atau citra politik dan pendapat umum sebagai dimensi penting dalam kehidupan berpolitik (Arifin, 2006).

Setiap sistem politik mengembangkan jaringan komunikasi politiknya sendiri, dan mengakui pentingnya sumber-sumber khusus; sedangkan saluran-saluran dan para pendengar akan berbeda menurut jenis media yang dipergunakan.

#### **C. Mendorong Partisipasi Politik**

Partisipasi politik sebagai tujuan komunikasi politik dimaksudkan supaya masing-masing pihak berfungsi dan terlibat dalam aktivitas

perpolitikan (partisipasi politik) (Arifin, 2006). Sehingga bentuk partisipasi politik yang penting ialah ketika seseorang mau memberi hak suara untuk politikus maupun partai politik tertentu dalam pemilu.

#### **D. Mempengaruhi Kebijakan negara atau isu publik.**

Pengaruh kebijakan negara adalah salah satu tujuan adanya komunikasi politik. Komunikasi politik digunakan untuk mempengaruhi kebijakan yang diambil oleh pemerintah. Politisi dan pemangku kebijakan menggunakan komunikasi untuk mempromosikan ide-ide mereka, meyakinkan rekan-rekan mereka, dan mempengaruhi perubahan dalam undang-undang, peraturan, dan kebijakan pemerintah. Komunikasi politik juga mencoba untuk menggiring isu-isu tertentu ke dalam perbincangan publik dan agenda politik. Dengan menyuarakan isu-isu yang dianggap penting, para pelaku politik dapat memastikan bahwa isu tersebut mendapat perhatian masyarakat dan pemangku kebijakan, sehingga memungkinkan mereka untuk mempengaruhi perubahan dalam kebijakan Anwar Arifin (2006).

Komunikasi politik bertujuan untuk dilakukan secara masif melalui internet, yang memungkinkan banyak orang di seluruh dunia untuk berpartisipasi dan cenderung mengikuti era politik baru. Media baru ini menawarkan lebih banyak keuntungan untuk komunikasi politik dibandingkan dengan media tradisional. Media baru juga tidak hanya sekedar tempat untuk menyampaikan informasi mengenai politik, namun juga mampu membentuk ruang publik yang dapat dilakukan politisi dan warga untuk saling berinteraksi (Dahlan, 2008). Penilaian positif mengenai politik dapat dilakukan dengan strategi manajemen informasi dengan menggunakan hubungan masyarakat

dan media yang dibentuk (Mc Nair, 2011)

Komunikasi politik melalui media baru atau komunikasi politik online bukan hanya perilaku berpolitik melalui saluran internet. Menurut Susri Adeni dalam tulisannya "*Internet and Democracy; Is It An Ambiguity Of New Agent For Democracy?*" bahwa kualitas demokrasi, termasuk pemahaman mengenai sistem demokrasi dapat meningkat seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi tinggi. Tosepu (2018: 147) menyebut bahwa internet dapat digunakan sebagai agen keterlibatan demokratis dan menjadi wadah bagi pembelajaran demokrasi. Internet yang digunakan sebagai kegiatan politik merupakan bentuk dari partisipasi politik, baik publik maupun pejabat dan politisi. Samuel P. Huntington dan Joan M. Nelson dalam Budiardjo (2007: 367) menjelaskan partisipasi politik ialah perilaku warga baik yang bertindak secara perseorangan maupun kolektif, guna memengaruhi kebijakan publik, yang telah terorganisasi atau spontan, secara damai atau menggunakan kekerasan, legal atau ilegal, efektif atau tidak efektif dengan menggunakan saluran internet yang tersedia.

Coleman (1999) menunjukkan peran internet dalam layanan subversif dari warga yang memiliki perbedaan pendapat dan ekspresi yang bebas dalam komunikasi politik. Pemerintah tidak akan mudah mengendalikan akses bagi masyarakat maya yang berbeda pandangan, meski hal itu pun masih memungkinkan untuk dilakukan. Ide dan gagasan yang ideal mengenai ranah publik sebagai ruang terbuka bagi percakapan pengguna internet, debat dan pertukaran informasi dapat dipenuhi oleh bentuk-bentuk komunikasi (khususnya internet), sehingga memungkinkan warga mengungkapkan pandangannya dan ekspresinya untuk saling berkomunikasi dengan pemimpin

politik secara online.

Komunikasi politik yang dilakukan dengan saluran internet dikenal dengan istilah *cyber democracy*. Istilah *cyber democracy* juga dijelaskan oleh Scheufele dan Nisbet dalam penelitiannya yang menjelaskan bahwa *cyber democracy* yaitu partisipasi demokrasi yang difasilitasi oleh internet dan membawa pengaruh sosial (McQuail, 2010). Sementara menurut John Hartley, *cyber democracy* adalah suatu konsep yang muncul sejak awal kehadiran internet dan berkaitan dengan konsep awal dari *electronic democracy* (Alatas, 2014:5).

Dalam penelitiannya, Nurul Hasfi juga menjelaskan perubahan pola komunikasi politik yang disebabkan oleh internet. Ia menyatakan bahwa beberapa ciri komunikasi politik online adalah langsung, murah, cepat, dan interaktif. Selain itu, internet memiliki kemampuan untuk mengubah cara komunikasi politik yang sebelumnya hanya satu arah menjadi dua arah, atau cara yang sebelumnya selalu top down menjadi bottom up, yang akhirnya dapat mengubah pola dari elitis menjadi non-elitis. Karakteristik yang dimiliki internet tersebut juga disebutkan mampu membawa perubahan yang positif dan menjadi alternatif media bagi publik dalam menyampaikan kritik, saran dan masukan secara terbuka dan bebas kepada para pejabat dan politisi, sehingga memungkinkan untuk mempengaruhi kebijakan yang dibuat (Hasfi, 2019)

Peneliti mencoba merujuk hasil penelitian Hasfi (2019) yang menjelaskan bahwa telah terjadi pola komunikasi politik yang disebabkan oleh internet. Komunikasi politik yang dilakukan melalui internet atau disebut sebagai komunikasi politik online mampu menyampaikan informasi mengenai



politik secara langsung, murah, cepat dan interaktif.

#### **1.5.3.2 Media Baru**

YouTube merupakan media sosial yang juga dikategorikan sebagai bentuk media baru. Menurut Dennis McQuail (2011), Media baru adalah jenis konteks sosial yang terdiri dari tiga komponen: alat dan artefak teknologi, aktivitas, praktik, dan penggunaan, dan, terakhir, tatanan dan organisasi sosial yang diciptakan melalui teknologi informasi dan komunikasi. Media baru atau new media adalah istilah yang digunakan untuk media komunikasi masa yang berbasis teknologi digitalisasi dan ketersediaanya yang mempunyai sifat luas untuk pemakaian pribadi sebagai alat komunikasi McQuail (2011), Istilah "media baru" digunakan untuk media komunikasi kontemporer yang bergantung pada teknologi digitalisasi dan mudah diakses untuk pemakaian pribadi sebagai alat komunikasi. Menurut McQuail (2011), Media baru berasal dari berbagai inovasi media lama yang disesuaikan dengan perkembangan zaman. Media baru juga memiliki fitur yang tidak dimiliki oleh media konvensional. Salah satunya adalah bahwa jenis media baru memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat tanpa menunggu jadwal penayangan atau hasil cetak. Media lama seperti buku, majalah, koran, dan radio tidak akan ditinggalkan atau dilupakan karena kemajuan teknologi saat ini. Sebaliknya, mereka dapat diubah menjadi media baru dengan digitalisasi.

Dalam jumlah yang cukup besar, netizen mencoba beralih dari televisi ke YouTube sebagai media baru. Hal ini terjadi karena pilihan pribadi pengguna YouTube. Salah satu kelebihan menggunakan smartphone untuk menonton YouTube adalah sangat praktis dan dapat digunakan dimanapun dan kapanpun. YouTube kini menawarkan berbagai fitur yang memudahkan

pengguna dalam mencari informasi berdasarkan topik seperti politik, hiburan, musik, permainan, memasak, dan masih banyak lagi. McQuail dalam Ardianto (2011: 14) juga mengidentifikasi interaktivitas sebagai salah satu faktor pembeda utama antara media baru dan media lama, yang ditunjukkan dengan proporsi tanggapan atau inisiatif pengguna media terhadap “tawaran” tersebut dari pengirim (pesan). Dalam penelitian ini, Anies Baswedan sebagai pengirim pesan cukup berhasil membuat netizen untuk memberikan atensi melalui komentar yang mereka berikan dalam YouTube @aniesbaswedan dalam isu pemindahan Ibu Kota Negara (IKN).



Gambar 2: Grafik Jumlah pengguna Internet di Indonesia.

(Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Jaringan internet sangat penting pada era saat ini, tepatnya pada era digital ini. Data diatas menunjukkan bahwa penggunaan internet Indonesia terus meningkat setiap tahun. Pada tahun 2021–2022, jumlah pengguna internet akan mencapai 210,03 juta. Karena internet memungkinkan orang untuk mengakses berbagai jenis media komunikasi. Media baru mencakup berbagai aspek kehidupan. Yang pertama adalah bahwa mereka tidak berfungsi hanya sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, tetapi juga

sebagai alat untuk hiburan, rekreasi, dan pendidikan. Yang kedua adalah bahwa mereka merupakan inovasi baru untuk menunjukkan kita sebagai masyarakat virtual, dan yang ketiga adalah bahwa mereka merupakan cara baru untuk menghubungkan pengguna media dengan teknologi media. Yang keempat adalah bahwa mereka merupakan pengalaman baru yang menggambarkan gambaran global.

Media baru ini memiliki ciri utama yaitu pertama, bukan sekadar bersinggungan dengan produksi maupun pendistribusian pesan, melainkan disesuaikan dengan mengolah, menukar, dan menyimpan. Kedua, media baru juga dapat menjadi alternatif media bagi publik, baik secara privat dan diatur (atau tidak) secara layak. Ketiga, jika dibanding dengan media tradisional atau media massa, maka media baru tidak seteratur media tersebut (McQuail, 2011, 149-150). McQuail telah mengidentifikasi lima kategori utama dari media baru yang dilambangkan internet, yaitu:

1. Media komunikasi antarpersonal mencakup telepon maupun *e-mail*.

Pada dasarnya, konten yang sifatnya personal dan mudah menghapusnya, serta relasi yang tercipta dan diperkuat cenderung penting dibanding informasi yang disampaikan.

2. Media permainan interaktif yang berbasis komputer dan gim video, dengan menyertakan peralatan yang mendukung realitas virtual. Inovasi utama berada pada interaktivitas dan berpeluang mendominasi kepuasan proses terhadap pemakaiannya.

3. Media pencarian informasi merupakan kategori dengan cakupan luas.

Hanya saja, internet diasumsikan sebagai terminal data dan sumber informasi atau data dengan aktualitas dan aksesibilitas yang belum

ada sebelumnya merupakan contoh yang paling penting. Mesin pencari telah menjadi amat krusial bagi pengguna dan sumber pendapatan internet.

4. Media partisipasi kolektif secara khusus mencakup pemakaian internet untuk saling berbagi atau bertukar informasi, ide, pengalaman, dan pengembangan relasi pribadi secara aktif yang difasilitasi oleh komputer/gawai. Situs jejaring sosial pun termasuk ke dalam kategori ini. Pemakaiannya mulai dari murni memanfaatkan alat sampai afektif dan emosional.
5. Substitusi media penyiaran yang terfokus pada penggunaan media untuk menerima atau unduh konten yang telah didistribusikan atau disiarkan sebelumnya dengan cara lain yang sebanding. Kegiatan utama adalah menyaksikan film dan tayangan televisi atau memutar musik atau radio.

Atas dasar itulah, dalam penelitian ini, YouTube diasumsikan sebagai media yang memungkinkan komunikator dalam hal ini adalah Anies Baswedan untuk menyampaikan narasi berupa video secara detil, panjang dan tuntas mengenai pemindahan Ibu Kota Negara (IKN). Hal itu tentu juga bisa dimanfaatkan oleh netizen untuk berbagi, bertukar informasi, gagasan atau pengalaman sehingga terbentuk opini publik.

#### **1.5.3.3 Retorika Aristoteles**

Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan retorikan untuk mengemukakan sesuatu, dan dalam penyampaianya tersebut, retorikan dapat memberikan efek persuasif kepada para pendengarnya. Secara etimologis, retorika

berasal dari bahasa Yunani, “rhetrike” yang berarti seni kemampuan berbicara yang dimiliki seseorang. Aristoteles dalam bukunya “Rhetoric” mengemukakan pengertian retorika, yaitu kemampuan untuk memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain. Sedangkan menurut Gorys Keraf, retorika adalah suatu istilah secara tradisional yang diberikan pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik. Menurut P. Dori Wuwur Hendrikus, retorika adalah kesenian untuk berbicara baik yang digunakan dalam proses komunikasi antarmanusia. Kajian retorika secara umum didefinisikan sebagai simbol yang digunakan manusia. Pada awalnya ilmu ini berhubungan dengan persuasi sehingga retorika adalah seni penyusunan argumen dan pembuatan naskah pidato. (Karen A. Foss, Stephen W. Littlejohn, 2014: 73). Retorika didefinisikan sebagai *the art of constructing arguments and speechmaking* (seni membangun argumentasi dan seni berbicara). Dalam perkembangannya, retorika juga mencakup proses untuk menyesuaikan ide dengan orang dan menyesuaikan orang dengan ide melalui berbagai macam pesan (*adjusting ideas to people and people to ideas in messages of all kinds*) (Morissan, 2013: 44). Menurut Littlejohn dkk (2011) yang menjadi inti tradisi retorika adalah Lima Hukum Retorika atau The Five Canons of Rhetoric yaitu *invention* atau penemuan, *arrangement* atau penyusunan, *style* atau gaya, *delivery* atau penyampaian, dan *memory* atau pengingatan.

- a. *Invention* atau penemuan mengacu pada penggalian dan penemuan ide atau gagasan serta penelitian khalayak guna mengetahui metode persuasi yang akan digunakan.
- b. *Arrangement* atau penyusunan mengacu pada pengorganisasian ide atau gagasan menjadi pesan
- c. *Style* atau gaya mengacu pada pemilihan kata-kata atau bahasa yang tepat.

- d. *Delivery* atau penyampaian mengacu pada penyampaian pesan secara lisan oleh retor atau pembicara.
- e. *Memory* atau pengingatan mengacu pada kemampuan retor atau pembicara untuk mengingat apa yang akan disampaikan kepada khalayak.

Menurut Aristoteles, keindahan bahasa hanya dapat digunakan untuk 4 hal yaitu, membenarkan (*corrective*), memerintah (*instructive*), mendorong (*suggestive*), serta mempertahankan (*defensive*). Tradisi retorika dapat menjelaskan baik dalam konteks komunikasi antar personal maupun komunikasi massa Retorika memiliki makna yang berbeda dalam periode yang berbeda, terdapat 6 periode tradisi retorika, antara lain: zaman klasik, pertengahan, renaissance, pencerahan, kontemporer, dan postmodern. (Karen A. Foss, Stephen W. Littlejohn, 2014: 73).

- a. Zaman klasik dari abad ke 5 sampai abad ke 1 sebelum masehi, didominasi usaha untuk mendefinisikan dan menyusun peraturan seni retorika. Mengarah pada pendekatan relativistik Sophist terhadap pengetahuan yang meyakini adanya kemungkinan ideal atau kebenaran absolut.
- b. Zaman pertengahan (400-1400 Masehi) memandang kajian retorika yang berfokus pada permasalahan penyusunan dan gaya. Retorika zaman ini telah merendahkan praktik dan seni pagan, serta berlawanan dengan Kristen yang memandang kebenaran itu sebagai sebuah keyakinan.
- c. Zaman Renaissance (1300-1600 Masehi) memandang sebuah kelahiran kembali dari retorika sebagai filosofi seni, dapat menemukan kembali teks retorika klasik dalam sebuah usaha untuk mengenal dunia manusia.
- d. Zaman Pencerahan (1600-1800 Masehi) retorika dibatasi karena gayanya, memunculkan gerakan *belles lettres* yang berarti surat-surat indah atau

menarik. Mengacu pada karya sastra dan semua karya seni murni (puisi, drama, musik, bahkan berkebun).

- e. Zaman kontemporer (abad ke 20) menunjukkan pertumbuhan dalam retorika ketika jumlah, jenis, dan pengaruh simbol- simbol meningkat. Retorika bergeser fokusnya dari pidato ke semua jenis penggunaan simbol.
- f. Post modern (abad ke 21) dimana aliran ini merupakan alternatif yang dimulai dari asumsi dan nilai- nilai acuan yang berbeda, untuk menghasilkan suatu retorika yang berbeda pula.

## **1.6 Operasionalisasi Konsep**

### **1.6.1 Narasi**

Zulaeha (2013) menjabarkan Narasi adalah jenis wacana yang berusaha menjelaskan suatu peristiwa dengan jelas kepada pembaca. Ciri-ciri dari narasi termasuk (1) menonjolkan elemen tindakan atau perbuatan, (2) dirangkai dalam rentan waktu, (3) berusaha menjawab sebuah pertanyaan, dan (4) adanya sebuah konflik. Zainal Fikri (2013) juga menguraikan bahwa narasi merupakan cerita yang disampaikan oleh surat kabar, komik, novel, dan film. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat narasi yang diberikan Anies Baswedan sebagai komunikator yang membuka ruang publik sehingga adanya narasi yang digunakan dengan retorikan dari isu pemindahan Ibu Kota Negara (IKN).

### **1.6.2 Komunikasi Politik**

Internet memungkinkan membuka adanya ruang komunikasi langsung antara publik (*citizen*) dengan elite dalam hal ini adalah Anies Baswedan pada praktik konvensional dijumpai oleh pers sebagai institusi (Nurul Hasfi, 2019). Proses yang terjadi antara pemberi pesan dalam penelitian ini adalah Anies Baswedan soal narasi pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) membuat netizen untuk mengomentari di YouTube

@aniesbaswedan. Hal ini diungkapkan Holmes (2005) bahwa peran internet telah mewakili media tradisional ketika netizen tidak bisa mengomentari apa pesan yang ingin disampaikan seseorang dalam menyampaikan komunikasi politiknya, dan ini memperjelas karakter media tradisional dan media internet. Pertama, internet berkarakter terdesentralisasi (*decentralized*), sementara televisi dan beberapa media tradisional lainnya berkarakter tersentralisasi (*centered*). Dengan karakter ini, proses komunikasi politik sebelumnya beralih dari satu orang ke banyak orang menjadi banyak orang ke banyak orang. Karakter ini mengubah posisi elite, yang sebelumnya menjadi komunikan yang aktif, menjadi publik yang lebih aktif untuk memberikan komentar maupun kritik pada komunikasi politik.

Pada penelitian ini, yang dimaksud dengan komunikasi politik adalah narasi telah yang disampaikan Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di YouTube @aniesbaswedan pada postingan video. Hal tersebut memperjelas penelitian ini bahwa, internet berkarakter terdesentralisasi (*decentralized*), sementara televisi dan beberapa media tradisional lainnya berkarakter tersentralisasi (*centered*) Holmes (2005). Yang tentu membuat Anies Baswedan memposting beberapa narasinya terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di YouTube @aniesbaswedan yang memungkinkan Anies menyampaikan sikap dan posisi sebagai Gubernur DKI Jakarta yang juga Bakal Calon Presiden RI pada pemilu 2024.

### **1.6.3 Retorika Persuasif**

Retorika dalam bahasa Latin (*retorica*) artinya ilmu berbicara, yang dipopulerkan oleh Aristoteles (384-322 SM) dan telah berkembang dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, budaya, jurnalistik, seni, dan lainnya. Inti dari retorika adalah usaha yang dilakukan oleh pembicara (dalam bahasa lisan) dan penulis (dalam bahasa tulisan) dalam memilih bentuk ungkapan yang dianggap paling efektif untuk



menarik perhatian audiens yang dalam hal ini bisa pendengar, pembaca maupun penonton (Fasadena, 2022).

Hakikat Retorika adalah kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan menggunakan bahasa sebagai alat. Dalam situasi komunikasi, tujuan utama dari komunikator adalah menyampaikan pesan yang diharapkan dapat dimengerti, dipahami, dan diterima oleh komunikan. Pesan disampaikan secara persuasif dengan mengembangkan metode yang paling efektif untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan. Sebaliknya, pendengar juga memilih metode yang cocok untuk menerima pesan yang disampaikan. Pemilihan ungkapan yang dipandang sesuai adalah ciri utama dari retorika. Dalam proses pemilihan ungkapan tersebut, faktor ungkapan persuasif dipertimbangkan dengan baik oleh pembicara atau penulis (Sulistyarini & Zainal, 2020). Menurut Aristoteles, ada tiga jenis retorika persuasif dalam pidato, yaitu: deliberatif, forensik, dan demonstratif (West & Turner, 2018). Retorika forensik (pidato informatif ruang pengadilan) berisi informasi yang digunakan untuk membela atau menyalahkan seseorang.

Untuk menganalisa suatu komunikasi dalam bentuk pidato atau tulisan, perlu diketahui faktor yang mendukungnya melalui konsep segitiga retorika (rethoric triangle) yang dikemukakan oleh Aristoteles, yaitu ethos (kepribadian komunikator), pathos (emosi), dan logos (bukti logis dalam pesan retorika). Berdasarkan ketiga faktor ini, terdapat lima tahapan metodis yang dikenal sebagai The Five Canons of Rhetoric yang artinya lima prinsip retorika (West & Turner, 2018). Lima prinsip tersebut yaitu:

1. *Inventio* (penemuan) adalah tahap pemikiran yang digunakan untuk menemukan topik yang akan dibahas dan mengumpulkan fakta yang relevan untuk dibahas dalam pidato.

2. *Dispositio* (pengaturan) adalah tahap penyusunan dan pengaturan topik yang akan dibahas dalam pidato.
3. *Elocutio* (gaya) adalah tahap pemilihan kata-kata, frasa, dan struktur kalimat yang digunakan dalam pidato atau tulisan.
4. *Actio* (penyampaian) adalah tahap penyampaian pidato atau tulisan yang dibahas dengan teknik *delivery* yang baik dan efektif.
5. *Memoria* (Ingatan) atau memoria adalah tahap pemahaman dan penguasaan pidato atau tulisan yang dibahas.

### **1.7 Argumen Penelitian**

Anies Baswedan menggunakan bingkai dengan retorika dalam konten narasi terkait isu pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di YouTube @aniesbaswedan. Narasi dan judul yang digunakan cukup berhasil untuk membuat publik dengan retorika dalam isu pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di YouTube @aniesbaswedan. Selain itu, adanya diksi bahwa Ibu Kota Negara (IKN) ini adalah Undang-Undang dan berpotensi untuk direvisi kembali dalam video tersebut membuat publik cukup memberikan atensi terkait isu ini.

### **1.8 Tipe Penelitian**

Dalam penelitian yang mempergunakan metode pendekatan kualitatif. Creswell (2017) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif dapat digunakan supaya bisa mengeksplorasi dan pemahaman atas makna yang ditemukan maupun dirasa menjadi permasalahan sosial dan kemanusiaan. Tahapan dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data secara spesifik dan menganalisis data yang didapat tersebut dengan cara induktif atau dari khusus ke umum, serta menjabarkan makna dari data yang didapatkan oleh peneliti (Creswell, 2017, pp. 4-5).

Jenis penelitian ini merupakan jenis deskriptif, menurut Sutopo (dalam Sutrisno dkk., 2014) pendekatan ini, tujuan utamanya bukan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk memberikan penjelasan yang detail dan mendalam tentang hasil-hasil dari penelitian. Instrumen kunci yang digunakan adalah berdasarkan pengamatan terhadap narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di Youtube @aniesbaswedan sebagai sumber data primer. Sedangkan sumber data sekundernya adalah buku-buku dan artikel mengenai retorika dan komunikasi.

### **1.8.1 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah Anies Baswedan dengan menggunakan YouTube @aniesbaswedan yang memberikan narasi mengenai isu pemindahan Ibu Kota Negara, dan publik yang mengomentari postingan Anies mengenai pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) pada tanggal 5 Juli 2023 hingga 11 Oktober 2023. Waktu di atas dipilih karena Anies Baswedan meresponnya sehari setelah ramai dipublik mengenai pemindahan IKN yang Undang-Undangnya disahkan pada 15 Februari 2022. Sejak saat itu, Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022 secara intens hingga tanggal 16 Agustus 2023 terus membuat postingan mengenai pemindahan Ibu Kota Negara (IKN). Namun Anies sangat intens memposting pada YouTube @aniesbaswedan pada rentan waktu bulan Mei 2023 hingga Agustus 2023 sebanyak 5 postingan, dan jumlah komentar publik yang paling banyak juga terdapat pada tanggal 5 Juli 2023 dan 16 Agustus 2023. Postingan yang dibuat Anies berupa video wawancara Tv Nasional dan Podcast.

Sementara itu objek penelitian ini adalah postingan yang dibuat Anies berupa video, yang dianalisis menggunakan retorika persuasif.

### **1.8.2 Teknik Pencarian Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah tonton, simak, dan catat untuk mengumpulkan data postingan yang dibuat Anies mengenai isu pemindahan Ibu Kota Negara pada tanggal 5 Juli 2023 dan 26 Agustus 2023 Oktober 2023.

### **1.8.3 Sumber Data**

#### **1.8.3.1 Data Primer**

Sesuai Burgess dan Green (2018), peneliti akan mengonstruksikan data YouTube sebagai artefak kultural yang diperoleh dari politik partisipasi publik: YouTube sebagai bagian dari media digital kontemporer. Data primer yang dipergunakan merupakan hasil data berupa 2 postingan yang dibuat Anies Baswedan pada akun YouTube @aniesbaswedan pada 5 Juli 2023 dan 26 Agustus 2023. Pada postingan tersebut Anies Baswedan memberikan narasinya terkait rencana pemindahan Ibu Kota Negara (IKN).

#### **1.8.3.2 Data Sekunder**

Peneliti juga menggunakan data-data sekunder atau data pendukung untuk menjawab tujuan peneliti. Data-data sekunder yang dipergunakan tersebut, yaitu sumber penunjang berbentuk buku, portal berita dan literatur yang berkaitan dengan objek penelitian yang dilakukan.

### **1.8.4 Analisis Data**

Sesuai uraian diatas, data primer dan sekunder terkait objek penelitian yaitu postingan yang dibuat Anies Baswedan berupa video dari akun YouTube pribadi Anies Baswedan, yang dianalisis dengan pendekatan retorika persuasif.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) mengidentifikasi narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara

(IKN) di Youtube @aniesbaswedan. (2) melakukan transkripsi narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di Youtube @aniesbaswedan. (3) menganalisis narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di Youtube @aniesbaswedan dengan menggunakan analisis retorika. Analisis ini dapat dilakukan dengan menganalisis konstruksi kalimat, tata bahasa, dan gaya bahasa yang digunakan dalam narasinya. (4) menginterpretasikan hasil analisis retorika narasi Anies Baswedan di yang diposting di YouTube @aniesbaswedan dan (5) melakukan penarikan kesimpulan dari hasil analisis retorika narasi Anies Baswedan terkait pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) di Youtube @aniesbaswedan.

#### **1.8.5 Kriteria Data**

Dalam penelitian kualitatif, validitas dan reliabilitas tidak berkonotasi yang sama seperti penelitian kuantitatif. Hal ini karena generalisabilitas yang dilakukan dalam kuantitatif tidak dilakukan dalam penelitian kualitatif. Gibbs (2007) seperti yang ditulis Creswell (2017) bahwa validitas dalam penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai upaya pemeriksaan dengan menerapkan prosedur kriteria tertentu terhadap akurasi hasil penelitian. Sementara reliabilitas dalam penelitian kualitatif menunjukkan konsistensi sehingga dapat digunakan dalam penelitian lain dalam proyek penelitian yang berbeda (Creswell, 2017, p. 269). Creswell (2017) menjelaskan beberapa strategi untuk menguji validitas hasil penelitian pada penelitian kualitatif, yaitu:

1. *Rich and thick description* atau mendeskripsikan secara rinci mengenai hasil studi yang terlaksana. Pendeskripsian ini merepresentasikan ranah penelitian dan mengulas salah satu elemen dari pengalaman narasumber. saat penelitian kualitatif memberikan deskripsi secara rinci perihal ranah penelitiannya, hasilnya lebih realistis. Ketentuan ini bisa menambah validitas hasil studi.

2. Bias yang bisa peneliti bawah ke dalam penelitiannya harus diklarifikasi. Dengan kesadaran mengenai kemungkinan bias tersebut, peneliti dapat melakukan refleksi diri, sehingga peneliti mampu membuat narasi yang terbuka dan jujur, sehingga tulisan itu dapat dirasakan oleh pembaca. Creswell 2017) menuliskan bahwa penelitian kualitatif yang baik ialah penelitian yang berisi argumentasi dari peneliti perihal cara menginterpretasikan hasil studi yang ikut terpenting dan terpengaruh oleh latar belakang peneliti itu sendiri (Creswell, 2017, p. 270). Peer debriefing atau peneliti melakukan diskusi dengan sesama peneliti supaya keakuratan dari hasil penelitian yang ditulis semakin akurat. Peneliti dapat mencari rekan peneliti lain yang dapat melakukan review dan berdiskusi sehingga hasil penelitian dapat dirasakan oleh pembacanya dan mampu menambah validitas dari hasil penelitian yang dilakukan (Creswell, 2017, p. 271).

#### **1.8.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini memiliki keterbatasan yaitu hanya melihat komunikasi politik Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022, Anies Baswedan ketika adanya isu pemindahan Ibu Kota Negara baru dari Jakarta ke Kalimantan Timur, isu ini cukup menuai banyak konflik lantaran banyak pihak yang menganggap bahwa pembahasan pada Undang-Undang IKN dinilai terburu-buru dan tidak banyak melibatkan pihak termasuk statement Anies Baswedan. Untuk itu pada penelitian selanjutnya, peneliti lain bisa melihat isu lain yang terjadi dan bagaimana komunikasi politik yang dilakukan. Apakah Anies Baswedan dalam isu memberikan komunikasi politik juga di YouTube @aniesbaswedan.